UACM
Universidad Autónoma
de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

"LA ESPECTACULARIZACIÓN DEL ESPECTÁCULO: TENSIÓN ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN EL PERIODISMO DE ESPECTÁCULOS EN MÉXICO"

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:
FERNANDO RAFAEL MARTÍNEZ MENDOZA

D I R E C T O R A
DRA. MARTA RIZO GARCÍA

C O D I R E C T O R A
MTRA. MARIANA ELKISCH MARTÍNEZ

Ciudad de México, Marzo 2020

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

CA Coordinación Académica

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO
COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

Gracias a Dios por el haberme permitido llegar a esta meta profesional y nunca haberme dejado solo.

A María, porque nunca me abandonó en mis momentos más difíciles en Chicago, Illinois, y porque sé que ella también es parte de que esta meta se haya realizado.

A mi mamá: que siempre me apoyó en todos los aspectos para alcanzar una licenciatura y que nunca me ha puesto obstáculos para alcanzar mis metas. GRACIAS POR TODO EL APOYO

A mi abuela paterna, María de la Luz Zepeda Gutiérrez: Gracias por enseñarme el valor del estudio, el amor a los libros y poder de la educación. ¡Hasta el cielo este logro abuela!

A mi abuela materna Zelfa Muñoz Marmol que se siente muy orgullosa de mí desde el cielo.

Profesor Carlos Bernal Romero: Gracias por todo acompañamiento desde mis estudios en el bachillerato. Gracias por estar ahí en los momentos buenos y malos. Gracias por la ayuda prestada en esta tesis y también por el apoyo moral.

Zaida Bernal: Gracias por el apoyo en la realización de esta tesis. Gracias por la confianza y ayuda siempre incondicional.

A mi **Universidad Autónoma de la Ciudad de México:** Gracias por haberme dado la mejor educación en **Comunicación y Cultura**; me llevo lo mejor de tus aulas, un conocimiento que vale oro y que ya nadie pude quitarme. Gracias por haberme abierto las puertas sin ninguna discriminación. Gracias por cambiarme la vida y darme a los mejores maestros de vida. Gracias por la ayuda en la impresión de esta Tesis. Gracias por el apoyo durante toda mi licenciatura.

Gracias A MIS PROFESORES DE LA UACM:

Profesora Marta Rizo: Muchas gracias por haber accedido a dirigir esta tesis, fue un sueño que una comunicóloga tan respetable haya formado parte de este proyecto. De igual manera muchas gracias por los momentos en los que se sentó conmigo para supervisar mi proyecto. Gracias por las horas de lectura, de análisis, que sólo quien trabaja en la academia sabe del esfuerzo (físico e intelectual) que se requiere. Deseo algún día poder ser un gran comunicólogo como usted.

Profesora Mariana Elkisch: Igualmente gracias por el apoyo y trabajo invertido en este escrito. Muchas gracias por su pasión, por su coraje, por sus comentarios. No sólo aprendí de usted en estos momentos, sino cuando tuve la oportunidad de conocerla en el salón de clases. Gracias por ser usted el contacto a la profesora Rizo, sin sus palabras, sin su confianza en esto no lo hubiera logrado.

Profesora Ruth Guzik: Gracias por haber guiado este proyecto desde su inicio. Gracias por los consejos. Gracias porque desde que empecé mis estudios en la UACM usted fue parte importante en mi formación. La *Metodología Cuantitativa y Cualitativa* fueron para mí fáciles porque usted así las hizo. Sólo usted y yo sabemos que nuestra relación alumno-maestra se basó en la pasión por ser parte de la comunidad universitaria.

Profesor Jerónimo Repoll: Siempre lo admiré, y fue un gusto aprender de usted en el salón de clases. Gracias por su disponibilidad para entrevistarlo. Sus ideas me fueron muy útiles para darle sentido a este proyecto.

Profesora Aracely Pérez: Los *Enfoques Críticos en Comunicación* fueron para mí un parteaguas en mi pensamiento profesional. Gracias por la pasión puesta dentro y fuera del salón de clases. Los alumnos le temen porque no comprenden su pensamiento combativo a la mediocridad, porque no ven que dentro de usted hay la convicción de hacer de este mundo un mejor lugar para vivir. La responsabilidad, la ética y la honestidad son los valores que yo trataré de imitar de usted. Gracias por el trabajo invertido en este proyecto, por su lectura y comentarios que me fueron de mucha ayuda.

Profesor Juan Carlos López: Fue usted uno de los maestros que conocí en los cursos de Ciclo Básico de la Universidad, recuerdo siempre sus enseñanzas en clase. Gracias por los aportes a esta tesis. Gracias por las lecturas sugeridas y el tiempo de trabajo invertido. Aprendí de usted una vez más en este proyecto.

Profesora Fabiana Medina: La quise mucho. La UACM es afortunada porque tiene en sus filas a alguien como usted. Aprendí de usted no sólo en el campo profesional, sino también en el aspecto humano.

Profesor Alejandro Díaz Bueno: Lo admiro mucho dentro y fuera del salón de clases. Gracias por todo el conocimiento que me llevo de usted.

ÍNDICE

1. Introducción 9

2. Panorama general del periodismo de espectáculos

Periodismo de farándula de Europa a América 23

2.1 Historia del periodismo de espectáculos en México 29

3. Reflexiones sobre la complejidad que asume la comprensión del periodismo de espectáculos en México 41

4. "El mundo necesita estrellas para sobrevivir a las cuentas de fin de mes" 54

4.1 El periodismo y sus géneros 58

4.2 Conceptos clave para entender el fenómeno 59

4.3 El espectáculo 60

4.4 La sociedad del espectáculo 63

4.5 La *espectacularización* del espectáculo. La frontera entre lo público y lo privado 66

4.6 Entre la frontera pública y la frontera privada: La industria de la invasión a la vida privada y sus beneficios 67

4.7 La televisión 75

4.8 El campo de la televisión 77

4.9 El entretenimiento debe ser noticia y la noticia debe ser entretenida. La capacidad de la televisión para producir escándalo 81

4.10 El periodismo y la cultura 85

4.11 El chisme y el secreto 87

5. Metodología y unidades de clasificación 91

5.1 Análisis de Contenido Cualitativo 93

5.2 Categorías de Análisis **93**

5.3 Selección del Corpus Analizado 96

5.4 “Aquí el que no cae resbala”. Antecedentes del programa de espectáculos *Ventaneando* 98

6. Resultados de la Investigación: Burla, chisme y sarcasmo. El discurso de *Ventaneando* 102

6.1 Análisis del programa Ventaneando del jueves 28 de febrero del 2019. (Programa 1) 103

6.2 Análisis del programa *Ventaneando* del martes 5 de marzo del 2019. (Programa 2) 111

6.3 Análisis del programa *Ventaneando* del lunes 18 de marzo del 2019. (Programa 3) 119

6.4 Análisis del programa *Ventaneando* del jueves 7 de febrero del 2019. (Programa 4) 135

6.5 Análisis del programa *Ventaneando* del lunes 21 de enero del 2019. (Programa 5) 145

6.6 El Lenguaje Espectacular En “Ventaneando” y el tratamiento a la vida privada 156

6.7 “Ventaneando”: El Negocio de la vida privada bajo la apariencia de los Espectáculos 160

6.8 “Ventaneando” es poderoso, porque la televisión también lo es 165

Conclusiones 168

Anexos 183

1) Ficha de análisis por programa 183

2) Síntesis del discurso ficha (A) y (B 184

3) Ficha de análisis de nota grabada 184

4) Ficha de análisis de texto y verbalizaciones 185

Fichas de análisis de contenido del programa 1 “Ventaneando” 186

Fichas de análisis de contenido del programa 2 “Ventaneando” 189

Fichas de análisis de contenido del programa 3 “Ventaneando” 194

Fichas de análisis de contenido del programa 4 “Ventaneando” 196

Fichas de análisis de contenido del programa 5 “Ventaneando” 200

Entrevista a los reporteros de la fuente de espectáculos: la perspectiva de los que construyen la noticia del espectáculo. 204

Bibliografía 214

1. INTRODUCCIÓN

En la década de los 90 los contenidos enfocados en informar sobre los espectáculos en México, tanto televisivos como radiofónicos e impresos despuntaron tanto en su producción como, y sobre todo, en su consumo. Con la divulgación, a manera de "noticias", de diversos aspectos de la vida privada de actores, actrices, reporteros, directores, productores, presentadores; y en general, de todos los que participaban en los medios tradicionales de comunicación, un fenómeno en particular ocurría.

Al incluir contenidos de la vida privada, los programas de televisión, radio y revistas; incrementaron ganancias y consumidores. De aquí que, y a partir de entonces, las televisoras comenzaron a colocar en su barra de programación un proyecto de al menos una hora de duración que "informara" sobre la farándula mexicana, al tiempo que los noticieros y los llamados programas de revista, incorporaron una sección de espectáculos a su contenido.

Con lo anterior no queremos afirmar que la génesis de la prensa de espectáculos se ubique a finales del Siglo XX. Como expondremos más adelante, esto tiene antecedentes históricos y es tan antiguo, como la clásica frase de: "al pueblo pan y circo" a la que hace referencia la Antigua Roma, así como la manipulación de la vida privada de la monarquía en la Europa del siglo XVII.

Sin embargo, reconocemos que a finales de la década de los 90 hubo un despunte y que, después de ello, el periodismo y las audiencias se vieron trastocadas por una nueva narrativa.

Cuanto más nos adentramos en la historia de este tipo de periodismo más complejo se revela. Cuando buscamos sus causas, sus inicios, su repunte y sus declives entendemos que estamos hablando de un fenómeno social muy complejo que, lejos de ofrecer certezas, nos abre más preguntas.

En este trabajo queremos hacer un estudio de los contenidos del periodismo de espectáculos tomando como unidad de análisis el programa de televisión "Ventaneando" que transmite por las tardes en el canal de televisión abierta *Azteca Uno* (antes Azteca Trece) por la televisora Tv Azteca.

Aquí también queremos reflexionar sobre la narrativa periodística que se produce en el programa "Ventaneando" y describir qué papel juega la vida privada de los protagonistas y, en dado caso, cómo la noticia de un evento o producción televisiva, teatral o radiofónica se vuelve inexistente porque la vida privada se pone en primer plano en los discursos que ofrece dicho programa.

En teoría en la Ciudad de México existe la "Ley de Responsabilidad Civil para la Protección del Derecho a la Vida Privada,[1]" y aunque en su Artículo 9. Reconoce que:

"Es vida privada aquella que no está dedicada a una actividad pública y, que por ende, es intrascendente y sin impacto en la sociedad de manera directa; y en donde, en principio, los terceros no deben tener acceso alguno, toda vez que las actividades que en ella se desarrollan no son de su incumbencia ni les afecta"[2].

[1] Asamblea Legislativa del Distrito Federal, IV Legislatura. (19 de mayo de 2006) *Ley de Responsabilidad Civil para la Protección del Derecho a la Vida Privada*. Gaceta Oficial del Distrito Federal. México. Pág. 401

[2] *Ídem.*

Dicha ley no ofrece toda la protección a la vida íntima, ya que los periodistas se amparan en el derecho a informar y en la libertad de expresión.

El Objetivo general de la investigación es reflexionar, describir y analizar algunas formas en las que el periodismo de espectáculos toma la vida privada de los personajes públicos y hace "espectáculo" de la misma, delegando la actividad pública a un segundo plano, y poniendo todo el énfasis en la vida privada.

Al fenómeno de producir "noticias" sobre la vida privada de los personajes del espectáculo lo hemos denominado como "Espectacularización del espectáculo", ya que se ha visto que dichos productos comunicativos toman las rupturas amorosas, las riñas, las bodas y hasta el cambio de religión de un personaje público y lo convierten en noticia; pero una noticia que contiene elementos (musicalización, titulaje, voz en off, edición) que hacen aún más llamativa la nota y buscan la atracción del público.

Al hacer un primer acercamiento al fenómeno de la "espectacularización del espectáculo", identificamos que había una lógica de intereses económicos de fondo. Encontramos que esta mercantilización de la vida privada de los personajes públicos propicia un círculo lucrativo para las televisoras, ya que, no sólo es la vida privada la que se convierte en una mercancía intercambiable, es el mismo programa de televisión el que los empresarios ofertan a los anunciantes y es el mismo público que ve dicha emisión el que al final se vuelve también una mercancía a la cual el patrocinador quiere llegar.

Nuestra intención es entender cuál es la narrativa periodística que se produce en el programa “Ventaneando” y describir qué papel juega la vida privada de los protagonistas y, en dado caso, cómo la noticia de un evento o producción televisiva, teatral o radiofónica se vuelve inexistente porque la vida privada se pone en primer lugar en los discursos que ofrece dicho programa.

Como objetivos particulares de investigación queremos reflexionar sobre el fenómeno del periodismo de espectáculos en México a partir de la realización de un análisis de contenido del programa ícono de la televisión mexicana, “Ventaneando”, tomado como estudio de caso

La Pregunta general de la investigación es: ¿Cómo el periodismo de espectáculos “espectacularíza” la vida privada de los personajes públicos en el programa de televisión “Ventaneando”?

Por su parte, las Preguntas particulares que guiarán nuestra investigación son:

¿Cuál es el porcentaje que se dedica a cubrir la vida pública y cuál es el espacio destinado a la vida privada? ¿Cuál es la narrativa periodística que se reproduce en el programa “¿Ventaneando”, tanto en sus notas grabadas como en los comentarios de sus presentadores principales?; ¿Qué PROPÓSITOS tiene la transmisión de las notas de vida privada en este programa de la televisión mexicana?; ¿Cómo se representan la tensión público / privado en el programa de televisión “Ventaneando”?

Nuestra hipótesis es que el periodismo de espectáculos no respeta los límites de la vida privada porque, pasar esta frontera, le trae como consecuencia que cierto público sintonice el programa. Así, la vida privada de los personajes públicos se convierte en

una mercancía en sí misma, la cual se ofrece a cierta audiencia adepta a este tipo de contenido, la cual a su vez se vuelve otro producto intercambiable para los anunciantes que desean llegar a ellos como público. Pero los emisores, (en este caso "Ventaneando") no reconocen que sus contenidos sean mayoritariamente vida íntima, ellos siempre hacen creer a la audiencia que su programa de televisión es "información de espectáculos".

A pesar de que desde el año 2010 los "programas de chismes" en tv. tuvieron que mover sus horarios, ya que el rating de estos había tenido repuntes a la baja[3], los programas, secciones de espectáculos y, sobre todo, revistas persisten y "se rehúsan a morir".

Pero, ¿por qué persisten? Es claro que cierta parte de la sociedad los continúa consumiendo.

A pesar de las diversas críticas que cualquier estudiante o teórico de la Comunicación le hagan al periodismo de espectáculos esta fuente es parte del estudio de la *Comunicación y la Cultura*.

Esta investigación es conveniente para enriquecer el análisis en cuanto a la producción y el discurso que algunos profesionales de dicha rama generan en nuestro país, así también (quizás) para quienes en un futuro probablemente terminarán por trabajar en alguno de estos espacios en los medios de comunicación masiva.

[3] Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística. (2010) *Anuario 2009-2010 Audiencias y Medios en Medios en México*. Ed. Nilsen-IBOPE. Pág. 65.

Según la Publicación de la Comunidad Académica de la Universidad Autónoma de Guadalajara “las universidades deberían ofrecer más opciones en cuanto a preparación profesional, (en todas las ramas periodísticas), ya sea ofrecer materias dentro de las licenciaturas de periodismo o comunicación sobre los espectáculos (deportes, política, economía etc.), o bien ofrecer una maestría o posgrado para los periodistas que ya trabajan en esta rama”[4].

Para los académicos de la Universidad Autónoma de Guadalajara es importante que las distintas universidades intenten preocuparse por mejorar esta rama laboral de los espectáculos, pues su impacto es significativo, ya que millones de ciudadanos se entretienen con las emisiones, programas o revistas de la farándula.

Lo anterior no es una problemática que no se haya tratado antes, según la Universidad de Guadalajara, la clave para tener buenos egresados de comunicación y periodismo está en “establecer a nivel preparatoria, materias optativas relacionadas con comunicaciones, que fueran exigibles para quienes eligen el bachillerato de Ciencias con miras a ingresar a las escuelas de periodismo”[5].

Como lo hizo el reconocido comentarista deportivo José Ramón Fernández, quien anunció en el año 2009 su preparatoria técnica en periodismo deportivo, porque según Fernández es necesario especializar a los estudiantes desde muy jóvenes para que poco a poco se conviertan, en este caso, en buenos periodistas deportivos[6].

---

[4] Velasco, Lorena. (2009) *Docencia, Publicación de la Comunidad Académica de la Universidad de Guadalajara*. Ed. Difusión UAG. México Pág. 55

[5] Ídem.

[6] Palabras del periodista José Ramón Fernández en el programa de radio “La Taquilla”.
Franco, René. (13 de junio 2009) “La Taquilla”. Grupo Radio Fórmula. 104.1 de F.M. Ciudad de México.

Como ya mencionamos, debemos preguntarnos qué tanto la sociedad incide en que se siga produciendo el periodismo de espectáculos que hoy conocemos, porque es ésta misma "la gran consumidora" de dichos productos comunicativos; factores como el nivel educativo, el desempleo, la actitud de cada ser humano ante la vida, el gusto por enterarse de la vida privada etc. generan gran expectativa e interés en estos contenidos por parte de los ciudadanos.

Vemos que existen otros factores, no es solamente el aspecto académico, ni las universidades las únicas culpables de la deficiencia del periodismo de espectáculos. Pero sí deberían ser las instituciones universitarias quienes se planteen en primer lugar la práctica y la ética del periodismo de espectáculos, y por supuesto que todo universitario debería preguntarse el cómo, por qué y para qué se mejoraría esta rama del periodismo.

Es el periodismo de espectáculos un tema que debe ser analizado desde la Universidad, como bien ya ha sido analizada *La Telenovela*, específicamente en los Estudios Culturales de Audiencia Latinoamericanos[7].

La telenovela, los *talk sows*, las series de televisión y el periodismo de espectáculos forman parte de la cultura popular en cualquier sociedad. Y la cultura popular no debe ser ignorada, minimizada o estigmatizada por los investigadores; "es un objeto de

[7]"La telenovela: un producto y una práctica comunicativa en la que se hacía evidente lo mejor y lo peor de la complicidad entre lo popular y lo masivo; este género, nieto bastardo de la tragedia griega y pantomima melodramática en que callejeramente se escenificó la Revolución Francesa, hijo del folletín Franco-inglés y de la radionovela cubana, apareados desde los inicios de la televisión latinoamericana por la sagacidad publicitaria de Colgate Palmolive"
Martín Barbero, Jesús. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile, Chile. Pág. 23

estudio estratégico que se vuelve central para pensar las relaciones de dominación. Así, las culturas populares conquistan el derecho a ser consideradas cultura"[8].

Aunque el eje central de esta tesis se centra en el análisis de la tensión que se genera entre lo público y lo privado, no quisimos dejar pasar otros aspectos que consideramos importantes en la caracterización de este tipo de prensa. Por ejemplo, que la información de la fuente política se mezcla íntimamente con la de espectáculos. Tal es el caso de las relaciones sentimentales que suceden entre un político con cierta actriz. Asimismo observamos que los programas de televisión que, en teoría, se enfocan exclusivamente a la farándula hablan lo mismo de política, economía o de nota roja.

Es decir, la llamada "prensa del corazón" ha ampliado las fronteras de sus intereses noticiosos y ha incorporado a sus contenidos cualquier tema "de moda", sin importar si ellos se vinculan o no al "mundo del espectáculo". Un ejemplo claro de ello es la cobertura que dieron al caso de la niña Paullette (la niña mexicana de cuatro años con deficiencia motriz y trastorno de lenguaje quien fue encontrada muerta en su habitación de su propia casa en Huixquilucan, Estado de México) o a la menor Frida Sofía quien supuestamente se encontraba entre los escombros de la escuela *Rebsamen* tras el sismo del 19 de septiembre de 2017.

En este trabajo, reflexionaremos sobre cómo la narrativa de un periodista de espectáculos puede influir en otras fuentes periodísticas. Por ejemplo ahora los

[8] Repoll, Jerónimo Luis. (2010) *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México. Pág. 241

políticos son perseguidos en la vía pública como lo hace la prensa de espectáculos con “las estrellas”.

Por último, es importante decir que partimos de que el periodismo de espectáculos genera enormes ganancias económicas que no sólo lo convierten en un gran negocio, sino en una gran fuente de poder. Mientras que en México se leen en promedio 3.8 libros al año por persona[9] y el periódico que más alcanza un tiraje de 250,023 es *La Prensa*[10] la revista *TV Notas*, publica semanalmente 860,000 ejemplares. Anunciarse en esta revista en el año 2007 significaba pagar dos cientos nueve mil novecientos pesos ($209,900.00). La publicación más cara sin duda[11].

Es claro que no sólo en México vemos el gusto de la gente por este tipo de publicaciones.

La revista *¡HOLA!* es la segunda revista más vendida de España, después de la revista “Pronto”. *¡Hola!* sale a la venta en el mercado español con un tiraje de un millón 976.000 ejemplares. Además tiene su versión inglesa, francesa, mexicana, venezolana, canadiense, rusa y griega. Las últimas ediciones en llegar al mercado han sido las de Brasil, Indonesia, República Dominicana, Argentina, Bulgaria, Perú, Venezuela y Chile. En la actualidad, la distribución de esta publicación se realiza en 70 países (según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión).[12]

---

[9] García, Ana Karen. (26 de octubre 2018) “Cuántos Libros se leen en México”. Periódico *El Economista*. México. Pág. 17.
[10] Castillo Rosas, Julio Cesar. (2013). “Los periódicos más leídos en México”. *Secretaría de Gobernación*. México. En: www.pnmi.segob.gob.mx/ Consultado el día 8 de julio de 2019
[11] Redacción. (2007). “Tarifas publicitarias en Medios Impresos”. *Revista V Yasa. Líder en difusión de medios*. Edición 58. III trimestre del 2007. México. Pág. 38
[12] Infante García Marcela. (2002) *Prensa de Farándula: Mírame que te quiero ver: los chilenos espiando por la cerradura.* Universidad Nacional Andrés Bello. Escuela de Periodismo. Chile. Pág. 16

"*¡HOLA!* es considerada como ´el ABC´ de todas las publicaciones europeas de sociedad y farándula: *¡HOLA!* es el principal producto mediático de exportación típicamente español."[13]

En Estados Unidos, (*los reyes de la industria del entretenimiento*) este fenómeno también se da, como por ejemplo la revista *"OK!"* catalogada por sus creadores como *el impreso de espectáculos más famoso del mundo*, la cual salió a la venta por primera vez en el año de 1993 en Inglaterra y actualmente es distribuida en varios países. Uno de sus números más polémicos fue el de junio del año 2009 porque presentó en su portada la supuesta "última foto de Michael Jackson".[14]

La industria del entretenimiento es uno de los mayores negocios a nivel mundial. Obviamente, no somos ingenuos y reconocemos que el gusto por el consumo de estos productos es parte fundamental del negocio, por ello una línea central de análisis de este tema responde al consumo. ¿Por qué la gente consume este tipo de contenidos?, ¿qué condiciones económicas, educativas y psicológicas tienen los consumidores de este tipo de periodismo? ¿Cuáles son nuestras diferencias sociales, económicas y culturales (que las hay) con otros países en cuanto al gusto y producción del periodismo de espectáculos? Ahora bien, éstas y más preguntas nos serán contestadas en esta investigación, las enunciamos para ejemplificar que el tema tratado en esta tesis puede profundizarse desde diferentes preguntas y perspectivas.

[13] Ídem.
[14] Torres, Gustavo. (2009) "La industria del espectáculo y el entretenimiento en México" *Suplemento de 10*. periódico *El Universal*. Núm. 14. Tomo IV. Semana 04 octubre de 2009. México. Pág. 102.

Una característica del periodismo de espectáculos, sobre todo impreso, que no queremos dejar de mencionar, es que en los últimos años se ha duplicado la práctica de pagar (a los mismos personajes públicos) por información, fotos o entrevistas.

Por ejemplo, se documentó que “El paquete” que incluía alrededor de una decena de fotos de los dos hijos del cantante Luis Miguel acompañados de su madre Aracely Arámbula, fue vendido a la revista “Hola” en más de un millón de pesos[15].

Esto significa un cambio en el *modus operandi* del periodismo de farándula. Sin duda los paparazzis jugaron y juegan un papel fundamental para la prensa del espectáculo, sin embargo, hoy en día es la compra de “exclusivas” ~~es~~ la que se ha vuelto una práctica recurrente. Cualquier personaje público puede vender su vida privada entre 150 mil a un millón de pesos dependiendo de qué relevancia, fama y popularidad tenga el personaje.[16]

En España ocurre el mismo fenómeno, como lo afirmó la periodista Gema Piñeiro en su libro “Salsa Revuelta; el circo rosa", en el cual se expone la compra y venta de notas y la enorme manipulación e intereses económicos que se mueven detrás.

La autora ha vivido desde dentro este fenómeno, ya que, durante años ha trabajado en la redacción de distintos programas de este género, entre ellos "Salsa Rosa", de la cadena Tele 5. Los personajes que acudieron a esta televisora española para decir que se han acostado con tal o cual famoso cobraron entre 3.000 y 9.000 euros.

---

[15] Tavira Álvarez, Alberto. (2011) “¿Cómo funciona la industria del Paparazzi en México?”. *Revista Animal Político*. México. En: https://www.animalpolitico.com/2011/09/como-funciona-la-industria-del-paparazzi-en-mexico/. Fecha de consulta: 10 de septiembre del 2018.
[16] Ídem.

“Los malos tratos son los que más vende; hasta 42.000 euros se puede llegar a pagar, algo más incluso si se aportan fotos de las palizas. Los enfrentamientos pactados se pactan entre los 12.000 y los 24.000 euros.”[17]

Atendiendo a los objetivos de nuestra investigación, en el siguiente capítulo que hemos titulado “Panorama Mundial del Periodismo de Espectáculos” haremos un repaso por la historia del periodismo a nivel mundial, para después explicar cómo fue llegando a nuestro país. Asimismo, daremos el contexto histórico de cómo lo que hoy se hace llamar “periodismo de espectáculos” se fue consolidando a nivel internacional, llegando a generar fuertes ganancias económicas para los medios que los producen. En el capítulo 3 reflexionaremos sobre el periodismo de espectáculos y podremos darnos cuenta que este ejercicio periodístico es mucho más complejo de lo que aparenta.

En el capítulo 4, estudiaremos algunos aspectos referentes a la cultura popular como “el chisme”, “el secreto”, “la televisión”, “el periodismo” que ya han sido analizados por otros académicos para acercarnos al discurso del programa “Ventaneando” que tomaremos como estudio de caso para entender tensión público y privado en la rama del periodismo de espectáculos.

Respecto al programa seleccionado, en el capítulo 6 analizaremos 5 emisiones describiendo cómo conductores y reporteros abordan (en información y opinión), la

[17] Barroso, M. (2004) “El Negocio de la prensa rosa, al descubierto”. Periódico *El día.es.* En: https://eldia.es/gente/2004-05-12/1-NEGOCIO-prensa-rosa-descubierto.htm Fecha de consulta: 7 de junio 2019

vida privada de los personajes públicos, dejando en una mínima cantidad la información que refiere a sus proyectos y actividades en teatro, radio, cine y televisión.

Después de lo anterior, descubriremos que lo mostrado en el programa tiene una narrativa que intenta impactar a un público para que éste continúe anclado a la emisión no sólo durante la transmisión del mismo, sino durante los comerciales y en las siguientes horas del programa, ya que se sigue haciendo eco en las redes sociales.

Veremos que “Ventaneando” se replica en diferentes plataformas y tiene alcances de audiencia gracias a las redes sociales.

En el Capítulo 6 también observaremos que; *espectáculos*, vida privada, programa de televisión y espectadores, son producto y mercancía a la vez.

Visto desde el análisis de contenido cualitativo, pero sin ser “inocentes” en el papel que juegan las audiencias, se pretende que esta investigación pueda ser el principio y la puerta para más investigaciones que puedan profundizar en todos los actores involucrados en la comunicación de dichos productos periodísticos; es decir desde los productores, el mensaje y los receptores de dichos medios y publicaciones, hasta los fenómenos sociales y mediáticos que pueden llegar a generar.

Por último no quisimos dejar pasar la perspectiva de los que producen este tipo de contenidos, así que entrevistamos a tres reporteros que cubren la fuente de espectáculos en tres diferentes medios con perfiles y público muy diferente. Esto para comprender, aunque sea brevemente, qué piensan de su trabajo, cuáles aspectos consideran perfectibles y cómo ellos construyen sus notas. Las entrevistas íntegras se podrán estudiar en el apartado de anexos.

Estamos seguros que el periodismo de espectáculos, al ser una actividad que cruza el ámbito de la Comunicación y la Cultura, no puede ni debe ser intrascendente para la academia, ya que, como lo hemos mencionado, tiene gran impacto en la sociedad, genera miles de empleos y es un fuerte negocio para las grandes corporaciones de medios.

Consideramos que este escrito puede llegar a propiciar otras investigaciones que puedan generarse desde otros ángulos metodológicos, como la investigación de audiencias; otras ramas de las ciencias como la psicología, la sociología o la antropología también podrían darnos grandes respuestas sobre el porqué y para qué la vida privada de un personaje público es “tan apetecible” para cierto sector.

El periodismo de espectáculos podría ser calificado como banal, corriente, vulgar o intrascendente, sin embargo, por el impacto, credibilidad y penetración que llega alcanzar en su audiencia es fundamental tomarse en cuenta.

2. PANORAMA MUNDIAL DEL PERIODISMO DE ESPECTÁCULOS. PERIODISMO DE FARÁNDULA DE EUROPA A AMÉRICA

> La proliferación en los últimos años de *reality shows*, *programas del corazón* y *talk shows* que explotan la intimidad hasta sus últimas consecuencias, ha planteado un nuevo concepto al panorama mediático. Se habla así de ´televisión basura´, se hacen libros al respecto, se realizan debates en el propio medio, se editan reportajes e informaciones que cuestionan seriamente los contenidos que consumimos. Pero no parece que estemos ante un fenómeno exclusivo de nuestro país, sino de una tendencia generalizada que también comparten nuestros vecinos europeos.[18]

Para buscar cómo, dónde y por qué nace el periodismo de espectáculos podemos ubicarnos en Francia en el Siglo XVII cuando las crisis económicas y las pestes tenían muy deprimida a esa nación.

Los reyes de la época se dieron cuenta que su pueblo estaba pasando por una apatía más grave de lo normal. La monarquía francesa tomó la decisión de compartir con todo el reinado sus "los logros y éxitos familiares". Así, los reyes franceses informaban a su pueblo cuando había un nuevo integrante de la familia real, cuando éste era bautizado, cuando le hacían su "Primera Comunión" y cuando algún miembro contraía nupcias.

Estos eventos sacramentales, que bien concuerdan con una monarquía católica, hicieron que la sociedad de Francia de aquella época "mitigara sus dolores" con la felicidad ajena.

No podemos decir que los reyes franceses inventaron el periodismo de farándula, pero sí podemos tomar el siglo XVII y XVIII como un antecedente fundamental de la forma

[18] Labio Bernal, Aurora. (2007) *Periodismo de entretenimiento: la trivialización de la prensa de referencia.* Universidad de Sevilla. España. Pág. 437

en que se operaba “la información oficial” para controlar el desánimo social de un pueblo. Pero algo es seguro, es en “el viejo continente” donde la Prensa de Espectáculos se gestó.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la revista “Días de Francia” (*Jours de France*) decide publicar todo tipo de temas sobre las monarquías europeas, de hecho, en el fondo el propósito fue hacer una campaña de imagen de los reyes. Así, “se organizaron cruceros, a los cuales eran convocados los príncipes, princesas y algunos periodistas. La revista entonces, incluía en sus páginas este tipo de reportajes que, poco a poco, se empezó a llamar *Presse du Coeur (Prensa del Corazón)*[19].

Según un estudio escrito por la periodista catalana Mar Fontcuberta y publicado por la revista *Analisi*, en abril del año 1990, la prensa del corazón española tiene en Francia “su modelo a seguir más grande”[20].

En la década de los cuarenta, *la prensa de farándula* en España justificó su sesgo informativo ya que estaba en pleno apogeo la dictadura del General Francisco Franco, afirmó la periodista catalana Mar de Fontcuberta:

> España vivía las estrictas reglas del régimen impuesto por el general Franco y la naciente prensa del corazón debía explicar restricción informativa mediante una sociedad de ficción a unos lectores que la soportaban en la realidad. La España azotada por el dolor de la guerra civil y con Europa enfrascada en el término de la Segunda Guerra Mundial, se permitía el color, la evasión y la ensoñación, en el formato de revista con papel brillante[21]

[19] Infante García. *Op.cit*. pág. 15
[20] Ídem.
[21] Infante García. *Op.cit*. Págs. 15 y 16

Y es que el continente europeo tiene una gran historia sobre la cultura del ocio. Peter Burke en “La cultura popular en la Europa moderna” afirmó: “En la cultura tradicional europea, el escenario más importante era el de los distintos tipos de fiestas que se celebraban, religiosas o aparentemente paganas, pero fiestas al fin. Es en estas ocasiones cuando la gente dejaba de trabajar para comer, beber y agotarse hasta donde le permitieran sus fuerzas”[22]

En la primavera del año 2004 la Televisión Española desplegó a sus mil profesionales, doscientas cámaras, veintisiete unidades móviles y cincuenta horas de programas especiales para cubrir el enlace matrimonial de Príncipe de Asturias:

> El resto de las televisiones realizaron asimismo una programación dedicada casi en su integridad al evento, destacando la repetición de imágenes y comentarios durante toda la jornada. Al día siguiente, todos los periódicos abrían en portada con la imagen de los príncipes y realizaban cuadernillos especiales, en los que brillaba el color, las imágenes favorecedoras y la selección de material informativo más propio de revistas del corazón que de diarios de referencia.[23]

Es una realidad que Europa fue pionera en el ejercicio periodístico, pero no podemos dejar de lado la influencia que tuvo (y sigue teniendo) Estados Unidos sobre los grandes emporios mediáticos cuando este país toma una fuerza política, económica y cultural al término de la Segunda Guerra Mundial:

> La doctrina del *free flow* es una manera de denominar el sustrato teórico que inspiró, acompañó y justificó la progresiva intervención norteamericana en el mundo de la posguerra en los dominios de la cultura, la información y la propaganda. El nuevo liderazgo político y económico que los EE.UU. consiguieron imponer en el mundo a raíz de la guerra, precisaba de una nueva dimensión en la formulación de su política internacional[24]

[22] Burke, Peter. (1991) *La cultura popular en la Europa moderna*. Editorial Alianza. España. Pág. 257
[23] Labio Bernal. *Op.cit*. Pág. 443 y 444
[24] Segovia Alonso, Ana Isabel. (2001) *La Estructura de los Medios de Comunicación en Estados Unidos: Análisis*

Es evidente la hegemonía que los Estados Unidos de América mantiene sobre los países en vías de desarrollo de América Latina, porque su capacidad de influir sobre la cultura empieza desde el dominio tecnológico. Un claro ejemplo de lo anterior es

> La política trazada por el presidente Kennedy en 1961 y encarnada en el **Acta sobre Comunicaciones por Satélite** de 1962, la cual estableció la conveniencia de proporcionar servicios de comunicaciones satélites a los países menos desarrollados, incluso cuando los gastos de dichos servicios no eran rentables. Por su parte, *Intelsat* que es un organismo internacional abierto a todos los países en el que EE.UU. tenía inicialmente un 61% del total. Esto lo que realmente supone es que el control de la organización sigue en sus manos. De esta forma EE.UU. se haría con el dominio de la industria de las comunicaciones y sus derivados electrónicos y tecnológicos, e intentaría disuadir (sin conseguirlo) a los países de la Unión Europea de que dejaran el camino libre a las empresas estadounidenses [25]

Así, las grandes televisoras del continente Americano como: Televisa (México), Entel (Chile), O-Globo (Brasil), Caracol TV (Colombia), Venevisión (Venezuela), RCN (Colombia), TELEFE (Argentina) se vieron, (sabiéndolo o no) totalmente influidas por Estados Unidos.

No fue casualidad que el lenguaje televisivo estadounidense (*médium shot, two shot, long shot* etc.) se use actualmente en las empresas de habla hispana del continente. Y qué decir de la manera de transmisión y producción de la televisión analógica de los años 50, la cual se realizó con el formato NTSC (*National Television Standards Committe*) en México y los demás países de todo el continente americano, (con excepción de Brasil, Argentina y Uruguay)[26]

Crítico del Proceso de Concentración Multimedia. Universidad Complutense de Madrid. España. Pág. 124

[25] Ídem.

[26] En julio del año 1940, en Estados Unidos, la *Radio Manufacturers Association* (RMA, sigla de la Asociación de Fabricantes de Radio) estableció un Comité de Sistema de Televisión Nacional (NTSC) presidido por el ingeniero electricista Walter Ransom Gail Baker (1892-1960), quien era gerente de la división de radio y televisión de *General Electric*. Después de varias horas de trabajo técnico realizado

Tampoco debemos olvidar *los imperativos* del sistema económico capitalista, que se aceleraron después de la Segunda Guerra Mundial, los cuales son la razón fundamental de los cambios que se han producido en el proceso de industrialización, del modo de producción cultural e informativo. “La globalización de los mercados y las nuevas tecnologías han convertido un sector dedicado a informar, educar y entretener en una rama industrial específica muy atractiva para los grandes capitales desde el punto de vista tanto económico como político”. [27]

Europa, siempre renuente a ser trastocada cultural y económicamente por Estados Unidos, también ha sido influenciada por el país más poderoso del mundo en cuanto a la narrativa periodística, un claro ejemplo de ellos es en “España, la tendencia hacia la *americanización* de los informativos es evidente en las cadenas públicas y privadas, empezando por la aparición del *conductor*, presentador-estrella que funciona como un importantísimo catalizador de audiencia, elemento que motiva la inserción de los inevitables espacios publicitarios.”[28]

Otro “tentáculo” de la industria mediática de EUA es Hollywood, que igualmente se fortalece al término de la Segunda Guerra Mundial.

Con una industria cinematográfica pujante se crea “un sistema de estrellas” que impactó en la sociedad de todo el mundo. En las décadas de los 70, 80 y 90 la

---

por este comité, la *Comisión Federal de Comunicaciones* realizó audiencias públicas que se iniciaron el 20 de marzo de 1941, en las que encontró que los estándares que propuso el comité habían sido aprobados virtualmente por unanimidad por los fabricantes.
El comité NTSC seleccionó 525 líneas de barrido. La norma recomendó una tasa de emisión de 30 imágenes por segundo, consistiendo cada una de ellas de dos campos entrelazados por cuadro a 262,5 líneas por campo y 60 campos por segundo.

[27] Segovia Alonso. *Op. cit*. Pág. 302

[28] Segovia Alonso. *Op. cit*. Pág. 13

televisión de algunos países de América Latina “se nutrió” de miles de películas estadounidenses.

Estados Unidos reconoció tener en la industria del entretenimiento “una mina de oro que explotar” a nivel mundial.

Fue así que figuras como Elvis Presley, Marilyn Monroe, James Dean, Frank Sinatra fascinaron a los latinoamericanos, y al gustar de la preferencia de ese público, se realizaron múltiples reportajes sobre las vidas de estos personajes.

El periodismo de América, (el continente), nunca dejó de lado a las estrellas estadounidenses. Los países en vías de desarrollo fueron copiando las fórmulas de maquila de la industria cinematográfica, musical y televisiva de los Estados Unidos y al mismo tiempo generaron sus propias narrativas y contenidos.

El periodismo de farándula, prensa rosa o del corazón, fue constituyéndose poco a poco en América Latina, por ejemplo en Chile éste desplazó a la información de otras áreas.

> La tensión por la coyuntura política de fines de los años ochenta y comienzos de los noventa, dio paso a los fugaces triunfos de las selecciones nacionales de futbol, adulta y juvenil. Pero la algarabía también pasó. Las noticias sociales, entonces, fueron el nuevo foco de atención. Y las figuras internacionales dieron paso a las criollas. Las portadas de revistas ya no retratarían a estrellas dolientes de Hollywood ni a princesas europeas. Las luminarias serías sacadas de nuestro propio *starsystem.* Como sea, si hay algo que se puede afirmar con certeza sobre la prensa de farándula, rosa, del corazón o de la vida privada, es que desde su irrupción en Chile, hace unos años, ha hecho de todo menos pasar ignorada [29]

[29] Infante García. *Op. cit*. pág. 6

2.1 HISTORIA DEL PERIODISMO DE ESPECTÁCULOS EN MÉXICO

Es el Cine un antecedente del periodismo en México, ya que fue en este medio que se produjo no sólo largometrajes de ficción, sino también noticieros. Y es también el cine al que podemos tomar como antecedente directo de lo que hoy se conoce como periodismo de espectáculos; como muestra es *Cine Mundial* (Productores Unidos, 1955-1973), una revista fílmica que tenía como duración diez minutos y que se exhibía semana a semana en las salas cinematográficas.

También el éxito de esta industria hace que las publicaciones impresas empezaran a escribir de los actores que aparecían en la pantalla grande. Como planteó la estudiante de Comunicación de la Universidad Nacional Autónoma de México, Olín Romero Flores, en su Tesis *La ética en el periodismo de espectáculos: caso específico Tv Notas:* "retomando los inicios del periodismo de espectáculos en México, vale la pena destacar que el 28 de marzo de 1919 se inauguró en *El Universal* la Página Cinematográfica la cual contenía artículos sobre el actor y director de cine mudo Charles Chaplin, pero esas notas tienen su antecedente en las páginas del mismo diario, que desde su fundación en 1916 dio lugar a las críticas cinematográficas."[30]

Fue por el gran éxito de la industria cinematográfica que nace una de las publicaciones que se dedicaron, ya no a informar de política, sino que por primera vez sería una edición enfocada 100% al tratamiento de "las estrellas" del Cine de Oro Mexicano. Se

[30] Romero Flores, Olín. (2011) *La ética en el periodismo de espectáculos: caso específico Tv Notas*. UNAM FCPS. México. Pág. 61

trata del diario impreso ***Cine Mundial*** (1955-1977), fundado por el actor y comediante Mario Moreno “Cantinflas”.

Cine Mundial es considerada la primera revista de espectáculos en México al igual que ***Cinelandia*** “que eran copias en español de revistas estadounidenses, tiempo después surgieron una gran variedad de publicaciones que hablaban del mundo de la farándula como *Tele-Guía* o *Notitas Musicales*” [31]

Después esa misma publicación fue llevada a la televisión en agosto de 1963, y así, el pueblo de México comenzó a enterarse directamente por un programa de televisión exclusivo de lo que estaban haciendo “sus estrellas favoritas”.

El éxito del Cine Mexicano tuvo su máximo esplendor entre los años de 1936 a 1959 y el motivo fue que por esos años en Europa se estaba llevando a cabo la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Como Estados Unidos entró al combate casi al final de esta guerra, el país vecino también vivía una época de crisis económica y por consecuencia no logró consolidar una industria cinematográfica como hoy la conocemos.

Nunca se planeó un “Periodismo de espectáculos”, incluso nunca la humanidad quiso “hacer periodismo”, los procesos históricos desde la invención de la escritura (4 mil años A.C.), de la imprenta por el alemán Johannes Gutenberg (1440), de la fotografía (finales del Siglo XIX), del cine por los hermanos Lumière (diciembre de 1895), de la radio por Guillermo Marconi (12 de diciembre de 1901), de la televisión (Siglo XX y

[31] Ramírez Hernández, María del Rocío. (2002) *De la Cultura a los Espectáculos*. UNAM FCPS. México. Pág. 38

XXI) y de las Nuevas Tecnologías de la información (Siglo XX y XXI) fueron llevando al ser humano a producir, distribuir, entender y consumir por lo que hoy se conoce como periodismo" y medios de comunicación.

Otro factor histórico que encontramos decisivo para el triunfo del *Star-system*[32] *mexicano* es la entrada de la radio, en particular la *XEW* con Emilio Azcárraga Vidaurreta a la cabeza.

Otra de las estaciones de radio que "crea artistas" con su propia disquera fue Radio Fórmula. En 1958, Rogerio Azcárraga Madero, el sobrino de Emilio Azcárraga Vidaurreta, crea *Discos Orfeón*. "Aprovechando la experiencia musical que adquirió de su padre Rogerio Azcárraga Vidaurreta, pionero y uno de los fundadores de la industria musical en México desde 1921. En dicha empresa grabaron los artistas de la conocida época de oro del cine mexicano como: Bill Haley, Dámaso Pérez Prado, Eulalio González *Piporro,* King Clave y la Sonora Santanera entre otros."[33]

Para promocionar a los cantantes de "Discos Orfeón", la estrategia es crear Radio Distrito Federal en 1968, cuando varias estaciones de Ciudad del México se separaron del sistema *Radiópolis* de Emilio Azcárraga Vidaurreta.

[32] ***Star-system:*** Su traducción de la lengua inglesa es "sistema de estrellato" o "sistema de las estrellas". Surge del sistema de contratación de actores, en exclusividad y a largo plazo, utilizado por los estudios de *Hollywood* en la denominada *época dorada* de la producción cinematográfica en Estados Unidos. Los estudios ubicados en el estado de California definían la imagen y el atuendo de cada actor, llegando a condicionar hasta su vida privada. Imponían contratos con duras condiciones, que forzaban a los actores a aceptar los papeles elegidos para ellos e impedían su colaboración con otros estudios.

[33] Grupo Fórmula. (2002) *Boletín interno de la empresa Discos Orfeón.* Núm. I. Tomo I. México. Pág. 5

Y es en Radio Fórmula cuando a finales de la década de los años 80 nació el programa radiofónico *Todo para la Mujer con Maxine Woodside* "para quien lo importante en el ámbito del espectáculo es contarle a la gente lo que pasa tras-bambalinas, decirle al radioescucha el chisme que ellos no ven, pero se mueren por saber"[34]

Maxine Woodside se salió de los cánones establecidos por la empresa dominante en medios (radio, tv, revistas y periódicos) Televisa, en cuanto a hablar de los famosos se refiere, ya que Televisa jamás habló "mal" de sus propias estrellas. Personalidades como Paco Malgesto, Raúl Velasco, Verónica Castro, Patricia Chapoy Acevedo, Gloria Calzada "informaban" sobre los cantantes, actores y conductores de una forma en la que no podían dañar su imagen pública. Así, el 16 de octubre de 1989, Radio Fórmula saca al aire su barra matutina con el objetivo de captar a la audiencia femenina. Y sale al aire el programa "Todo para la Mujer"

Radio Fórmula, ya separada del imperio de los Azcárraga, logró que por primera vez en un medio electrónico se pudiera decir que en los foros de Televisa había rivalidad, pleitos, enojos, desacuerdos y no solo la "parte rosa" de los que trabajaban para ese emporio televisivo.

Emilio Azcárraga Milmo (hijo de Emilio Azcárraga Vidaurreta) consagraría a Televisa de 1977 a 1997. En dicho periodo Televisa no sólo dominó el mercado de la televisión mexicana, también lo hizo paralelamente con la radio, la prensa y la televisión por cable.

[34] Pérez Casas, Gabriela de los Ángeles. (2000) *Propuesta de lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Organización Radio Fórmula*. UNAM FCPS. México. Pág. 148

En México las publicaciones del mundo del espectáculo alcanzaron sus tirajes más altos con las revistas propiedad de Editorial Televisa: *Tele Guía* fundada en 1952 y *Tv y Novelas,* fundada en 1979, que llegó al tiraje de un millón de ejemplares al mes.

A la par la industria editorial en México sacó al mercado revistas diversas al consumo popular por sectores definidos. Ejemplos de lo anterior tenemos, el tabloide de nota roja “La Alarma”, que llegó a tener tirajes de un promedio de 500.000 ejemplares semanales y que salió al mercado en 1963.

Editorial Notmusa fue pionera en México de las publicaciones de espectáculos; en 1955 funda *Notitas Para Ti;* en 1989 publica *15 a 20* y en 1994 *Veintitatos* dirigidas a un sector juvenil y exclusivamente femenino.

Como dichas publicaciones tuvieron un éxito inesperado, *Notmusa* decide sacar al mercado *TVNotas* en el año 1994. El éxito de esta revista cambiaría el enfoque del periodismo de espectáculos hacia exponer más la vida privada de los personajes públicos.

Regresando a la industria de le televisión, tenemos que mencionar que Emilio Azcárraga Milmo adoptó la fórmula *hollywoodense* de “la exclusividad”, por lo que los actores y actrices que triunfaban en su televisora no podían trabajar en otras cadenas de televisión, no sólo de México, sino de ningún otro país.

El periodismo de espectáculos se sustenta en un “sistema de estrellas”, son las llamadas “estrellas”, “famosos”, “artistas”, actores, actrices, cantantes, y hasta sus familiares, la materia prima de esta sección periodística que día a día la nutren. Esta condición privilegiada cambia a partir de un hecho importantísimo que notamos como

un hito en la historia del espectáculo en México, que es la privatización del ***Instituto Mexicano de la Televisión***, mejor conocido como ***Imevisión***.

Imevisión fue un organismo estatal mexicano encargado de operar las estaciones de televisión propiedad del gobierno federal, los canales 7, 13 de la televisora estatal la cual dependía económica y administrativamente del Estado mexicano.

Fue el presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) quien puso a la venta por medio de subasta "el paquete de medios Imevisión, que incluyó a la televisora del mismo nombre, hoy conocida como *TV Azteca*, la **Compañía Operadora de Teatros** y los *Estudios América*"[35]

El 18 de julio de 1993, se anuncia que la subasta (realizada bajo licitación convocada por el Gobierno Federal y encabezado por Carlos Salinas de Gortari) por los canales 7 y 13 de televisión fue ganada por el empresario Ricardo Salinas Pliego, que en ese año era propietario de las tiendas Elektra, ahora parte del Grupo Salinas.

TV Azteca, ya como empresa privada, inicia sus operaciones el 2 de agosto de 1993 y nace con el nombre de *Televisión Azteca.*

Con *Televisión Azteca* en competencia real a **Televisa** se realiza el programa *En Medio del Espectáculo,* producido por Sergio Pérez Grovas y conducido por la periodista Patricia Chapoy.

[35] Redacción / Sin Embargo. (2012) "¡Qué vergüenza!, don Ricardo Salinas." *Sin embargo.com.mx*. Sección: Opinión. México.
En: http://www.sinembargo.mx/opinion/02-05-2012/6662
Fecha de consulta: domingo 19 de agosto 2018

Al dueño de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo, no le pareció que sus "estrellas" dieran entrevistas a las cámaras y micrófonos de la naciente televisora que le hacía por primera vez competencia en la televisión abierta; así que, por medio de un memorándum, prohibió a sus actores y actrices aparecer en la pantalla del Canal 13 y ni siquiera responder a las llamadas entrevistas banqueteras.[36]

Con esto, la redacción de ***En Medio del Espectáculo*** tomó una decisión que marcaría la historia del periodismo de espectáculos en México: llegar con la cámara prendida para captar si querían o no dar entrevista.

Con lo anterior, se provocó un "nuevo estilo" de hacer periodismo de espectáculos; se llegó al grado de perseguir a los famosos hasta el baño, en sus automóviles, incluso hasta llegar a la pregunta incómoda de "¿Por qué no me quieres dar la entrevista?", "¿por qué no puedes hablar?".

Esta "escuela" no es invento de los periodistas que cubrieron la fuente de espectáculos en la década de los 90 y principios de los *dos miles* en TV Azteca; fue también la inercia de los llamados paparazzi[37] que ya venían haciendo persecuciones a los famosos y que tuvieron sus orígenes en Italia. Como nos cuenta Iván Olsen:

> Corrían los años 60 cuando el gran cineasta italiano Federico Fellini decidía filmar *La Dolce Vita.* En esta película, Marcello Mastroianni, un aspirante a escritor pero periodista de profesión, suele trabajar con un fotógrafo entrometido que se hace llamar Paparazzo. Era la primera vez que esta palabra trascendía a la gran pantalla. Fellini nunca dio una respuesta clara acerca de dónde procedía esta palabra. Sin embargo, la versión más generalizada cuenta que así es como llamaban el cineasta y sus compañeros de escuela

[36] Término que se le da en el argot periodístico a una entrevista que el personaje da en la calle al mismo tiempo a diferentes medios de comunicación. También se le conoce como "chacaleo".
[37] Según la Real Academia de la Lengua Española:
Paparazzi es el fotógrafo de prensa que se dedica a hacer fotografías a los famosos sin su permiso. Su plural es: *Paparazzo*

> a un compañero de pupitre. En el dialecto de Rímini, su ciudad natal, paparazzo significa mosquito, y se solía utilizar como mote para niños nerviosos, inquietos, que no paraban de hablar. Es decir, molestos.Tras el estreno del filme, el término comenzó a utilizarse para referirse de forma despectiva a los fotógrafos de la prensa rosa que hacía pocos años habían surgido en Roma. Cámara en mano, estos profesionales del cotilleo asaltaban a famosos en mitad de la calle (y del restaurante, y de la cafetería, y de su casa…) a bordo de sus motos *Vespa* para lograr instantáneas de lo más embarazosas. Sin embargo, paparazzo acabó por generalizarse del todo cuando en 1961 la revista Time describió a Kroscenko, uno de los paparazzi más famosos de todos los tiempos, de la siguiente forma:´Kroscenko es un paparazzo, uno entre una jauría hambrienta de fotógrafos *freelance* que acechan a los famosos para ganarse la vida y disparan a bocajarro armados con sus flashes.[38]

La frontera entre lo público y privado se fue borrando del ejercicio periodístico de México y el mundo.

Aunque la ética periodística en teoría sí reconoce que el meterse con la vida privada de los famosos es una desviación de la tradicional forma de cubrir el área de espectáculos, la realidad es que los límites entre lo público y lo privado es una frontera que se cruza miles de veces.

En la televisión mexicana esta puerta se abrió cuando nace en el año de 1996 el programa emblemático de este tipo *Ventaneando*, no porque estuvieran inventando el hilo negro, sino porque en la televisión comercial no había dado espacio a un periodismo más amarillista y que tocara abiertamente los temas de infidelidad como por ejemplo el caso del cantante Joan Sabastian que a su vez estaba casado con la actriz Maribel Guardia, ellos protagonizaron una telenovela llamada “Tú y Yo”, en dicha producción también trabajaba la actriz Arleth Terán. “Ventaneando”, por medio del

[38] Olsen, Iván. (2013) “El Origen de los paparazzi”. *El Blog de InfoIdiomas*. México. En: https://www.infoidiomas.com/blog/5163/el-origen-de-los-paparazzi/ Fecha de consulta: 20 de agosto 2018

periodista Juan José Origel dijo que Sebastian y Terán se encontraban en un restaurante muy cariñosos. Lo que provocó el divorcio de la pareja protagónica.[39]

Este hecho, que parece banal y trivial, marcó un antecedente que no se veía, al menos en la televisión mexicana. Y recalcamos a la televisión mexicana porque para finales de la década de los noventa Televisa con el Canal 2 penetraba al 99.9% de la República Mexicana.

No obstante otros escaparates como "Todo para la Mujer" con Maxine Woodside en la frecuencia de Radio Fórmula ya habían empezado a hablar de la vida privada de los actores, cantantes y locutores, y aunque Radio Fórmula tiene una cobertura Nacional, jamás se puede comparar con el impacto y penetración de la televisión abierta mexicana y en especial a los canales 2 y 13 que en el año 1994 llegaban al 99% de los hogares.

Además de innovar en un periodismo más invasivo a la vida privada, el departamento de espectáculos de la entonces naciente Televisión Azteca, comandado por la periodista Patricia Chapoy Acevedo, innovó en la forma de abordar a los famosos. Como ellos tenían prohibido dar entrevistas a programas que no fueran de su televisora, los exclusivos de Televisa literalmente huían de las cámaras de TV Azteca, entonces la redacción de *En Medio del Espectáculo* tomó la decisión de llegar con su reportero y la cámara prendida, para que quedara grabado que el reportero (Atala

[39] Andino, Allan. (martes 14 de julio 2015) "La historia de Joan Sebastián con Maribel Guardia: digna de una telenovela". *Periódico La Nación.* México. En: https://www.nacion.com/viva/farandula/la-historia-de-joan-sebastian-con-maribel-guardia-digna-de-una-telenovela/BW2SY4X7UZEVXOWZC5YYMP3DFE/story/ Fecha de consulta: 12 de diciembre 2018

Sarmiento, Guillermo Wilkins, Esteban Macías) se acercaban de manera respetuosa y tranquila, y que era el famoso quien se violentaba ante el cubo de la competencia.

Esto es un reflejo, quizás no intencionado, del concepto paparazzi, muy bien ejecutado en Estados Unidos por publicaciones como TMZ.

Así, en México la televisión “no nos tenía tan acostumbrados” a ver escándalos. Creíamos que todo era “amor y paz” con las entrevistas de Paco Malgesto, Raúl Velasco, Verónica Castro y demás conductores que jamás se atrevieron a violentar a las estrellas de Televisa.

Después del éxito de Ventaneando, Televisa intenta competir con Chapoy poniendo a la denominada “reina de la radio” Maxine Woodside en un programa de televisión que se llamó “De boca en boca”; el programa de espectáculos en radio de Woodside llevado a la televisión. Como el rating no favorecía a la televisora de San Ángel, los ejecutivos de ésta toman la decisión, entre otras cosas, de llevarse a su productora Carmen Armendáriz y a su co-conductor Juan José Origel de las filas de Televisión Azteca. En el año 1998 nace “La Botana” programada a las tres de la tarde en el Canal de las Estrellas.

Mientras tanto, el exitoso programa de revista “Hoy” tenía ya su sección de espectáculos conducido este espacio por la actriz Andrea Legarreta. El rating más alto que “Hoy” alcanzó durante 1999 siempre fue gracias a la sección de farándula programada especialmente al inicio de dicha emisión. Esto ya se había visto en los noticieros matutinos de Televisa como “Hoy Mismo” y “Al Despertar”. Todos los productores de noticas entendieron muy bien que el público no sólo quería “noticias

serias", sino que gozaba también de ver por televisión la información de sus artistas favoritos.

En resumen, fue *TV Notas* la gran revista de espectáculos que despuntó en 1996, pero durante 1990 y 2010 la industria editorial aprovechó el gusto por cantantes y actores para complacer a todos los *targets*; así, publicaciones que no acostumbraban escribir del mundo del espectáculo, lo hicieron y otras que lo incorporaron aumentaron sus contenidos. Las revistas femeninas y juveniles como "Eres", "Notitas para ti", "De 15 a 20", "Tv y Novelas", "Tele Guía", "Mi guía", "Tv y Más", "Órale", "Fama", "Pantalla de Cristal", "Ok", "Hola", "Quien", "Caras", "People", "Nueva", "Showbiz", "In Style", "Glamour", "Soho", "Roling Stone", "Vogue", "Vanidades", "Gente", "Estilos DF", "Tú", "Moi" y "Fernanda" pusieron en sus portadas e interiores fotos, información y contenido de los famosos del momento.

En radio la pionera fue Maxine Woodside en "Todo para la Mujer" y después de su éxito salieron programas como: "Hablar por hablar", "La Taquilla", "Fórmula espectacular" "Shanik en Fórmula", "El Mameluco", "No inventes", "Javier Poza en Fórmula", "Última Palabra", "Espectáculos W".

En televisión "Ventaneando" salió al aire en 1996, y tras su éxito le siguieron programas como: "De boca en boca" (Televisa, 1996), "Malas lenguas" (Telehit, 1996) "La Botana" (Televisa 1997), "El Gordo y la Flaca" (Univisión, 1998) "El Ojo del Huracán"(TV Azteca, 1998 a 2002), "Con un nudo en la garganta" (TV Azteca, 1999 a 2003), "Hacer y deshacer"(Televisa, 1997), "Caiga quien Caiga" (TV Azteca, 1999) "Historias Engarzadas" (TV Azteca, 2001 a 2005) "Trapitos al Sol" (Televisa, año 2001)

“La Oreja” (Televisa, 2002 al 2009), “Ellas con las Estrellas” (Televisa Monterrey, 2004 al 2011) “No lo cuentes” (Cadena tres, 2007), “En compañía de” (Cadena Tres, 2007) “Farándula 40” (TV Azteca, 2008) “Derecho de admisión” (Unicable, 2006 al 2016) “La Historia detrás del mito” (TV Azteca, 2008 a 2012) “Hacen y deshacen” (Unicable, 2016 al 2018), Intrusos (Televisa, 2018 al 2019), “Suelta la Sopa” (Telemundo, 2012), “Cuéntamelo Ya” (Televisa, 2017), “De Primera Mano (Imagen Televisión, 2019) y “Con Permiso” (Televisa, 2019)

3. REFLEXIONES SOBRE LA COMPLEJIDAD QUE ASUME LA COMPRENSIÓN DEL PERIODISMO DE ESPECTÁCULOS EN MÉXICO.

Las fronteras entre periodismo de espectáculos y periodismo cultural nunca se han definido muy bien; por lo menos en la práctica las dos fuentes intentan informar sobre los acontecimientos del teatro, el cine, la radio, la televisión y el mundo de la música, tanto a nivel nacional como internacional. Quizás el periodismo cultural se ufane en decir que ellos cubren el quehacer exacto de las llamadas “Bellas Artes” y que sólo responden al llamado de las dependencias y secretarías de Estado responsables de las Bellas Artes como, por ejemplo, la Secretaría de Cultura.

Un claro ejemplo de cómo el periodismo de espectáculos llega a acercarse a cubrir algo que, en teoría le incumbe al periodismo cultural, fue cuando en el año 2002 se pudo ver que una periodista del programa de televisión “Ventaneando” intentó acercarse al escritor Gabriel García Márquez para, con cámara prendida y micrófono en mano, sacarle una entrevista; la nota terminó siendo sensacionalista (como el perfil del programa), ya que la asistente del escritor colombiano no dejó que la reportera se acercase al escritor, y al final la nota terminó con: “vean cómo el escritor de *Cien Años de Soledad* no nos quiso dar entrevista”.

En la práctica, el periodismo de espectáculos tampoco respeta las fronteras de las fuentes, en este caso el mundo de la literatura no tendía que ser abordado por “Ventaneando”

Javier del Rey Morató, en su libro ***El naufragio del periodismo en la era de la televisión*** nos dice que “el campo periodístico es un hecho que irrumpe en el siglo

XIX, en torno a la oposición entre dos formas de hacer periodismo: el *periodismo de noticias* (muchas veces sensacionalistas), y *el periodismo de análisis y comentarios*, empeñado en marcar distancias con el periodismo sensacionalista"[40].

Lo anterior viene al caso porque es una realidad que el periodismo de espectáculos ha mezclado el contenido de información con comentarios y análisis que realizan sus periodistas.

Aquí en teoría aparece la llamada "objetividad" que dictan los manuales de periodismo: no adjetivar, enjuiciar ni denigrar al personaje o hecho; pero en la práctica vemos otro tipo de trabajo periodístico que confunde y deja ver que tanto la información dura, como los géneros periodísticos son mezclados en la realidad y cualquier periodista mezcla información con chisme; información con entretenimiento, y vida privada con vida pública.

Ya sea en radio, televisión o prensa escrita, se hace mella de los "artistas", se resaltan los escándalos de su vida personal, y "se olvida", o en realidad no se quiere dar tiempo a las notas que mencionan los proyectos laborales de los actores, cantantes y personajes públicos.

El crítico y analista de la televisión, Álvaro Cueva,[41] en distintas ocasiones ha subrayado la decadencia profesional de los que se dedican a cubrir la fuente de espectáculos en México. El periodista advierte:

[40] Del Rey Morató, Javier. (1998) *El Naufragio del Periodismo en la era de la televisión*. Editorial Fragua, Madrid, España. Pág. 209

[41] Álvaro Cueva es egresado del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, ha publicado alrededor de tres mil artículos en más de 30 periódicos y revistas desde 1987. Ha colaborado y dirigido distintos programas de radio y televisión.

"Hay una crisis de profesionalismo que es un insulto para el público. Los periodistas estamos acabando con el espectáculo. Estamos fomentado la cultura de la ignorancia y el antiprofesionalismo. En radio, televisión o en las revistas del corazón se prefiere lo más rudo, porque se tiene la teoría equivocada de que eso vende".[42]

Para Cueva toda esta crisis radica principalmente en las condiciones laborales de una gran parte de los reporteros de espectáculos:

"Son la clase baja del periodismo, la peor pagada, lo que origina que hagan lo que sea para no quedarse sin trabajo. Son improvisados. Atienden las órdenes de sus jefes, quienes anteponen la nota amarillista. Gente cuya dignidad está en tela de juicio. Estamos hablando de verdaderos animales frente a un micrófono o una cámara, que sólo queman tiempo y consumen calorías".[43]

Obviamente no podemos generalizar. A partir del *boom* de los contenidos de espectáculos en la prensa nacional (finales de los años 90 y principios de la primera década del 2000) hubo periodistas que intentaron hacer su trabajo lo más ética y profesional posible. Sin embargo, lo que es un hecho es que en la prensa nacional e internacional cada día el público ve, lee y escucha temas de amor, desamor, odio, rumor, especulación, traición, dolor, escándalo que se mezclan con los contenidos

---

Fuente: Página oficial Álvaro Cueva. (2009) "Álvaro Cueva Crítico de Televisión". México
En: http://www.alvarocueva.com/alvaro2/curriculum.asp. Fecha de consulta: sábado 31 de octubre 2009.

[42] Benavides Carlos y Almazán Alejandro. (viernes 12 de septiembre de 2003). "La industria del chisme, abusos detrás del show". *El Universal*. México.
Encontrado en: http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/170591.html
Fecha de consulta: martes 9 de octubre de 2018

[43] Ídem.

enfocados a difundir el trabajo exclusivamente público de los sujetos igualmente públicos.

Como bien lo documentó José Carlos Lozano Rendón, hoy todo se puede "espectacularizar", hasta la política. En el año 2001 en su artículo de investigación titulado "*Espectacularización en la cobertura informativa de las elecciones mexicanas a la presidencia",* Rendón evidenció que durante las campañas presidenciales en México los candidatos, como Vicente Fox, gozaron de tener las cámaras y micrófonos, no importando el género o línea editorial que cubriera sus acciones. Recordemos que los candidatos a la presidencia (2000-2006) Cuauhtémoc Cárdenas (PRD), Francisco Labastida(PRI) y Vicente Fox (PAN) fueron invitados a participar en el programa "Otro Rollo" con el comediante juvenil más influyente de ese entonces que fue Adal Ramones.

Otro ejemplo de cómo se "espectacularíza" la fuente Política fue el acto celebrado el 13 de octubre de 2009 en la Casa Blanca. En esa ocasión la cantante mexicana Thalía cantó en la residencia oficial del presidente de Estados Unidos por el *Día de la Hispanidad*. Allí la intérprete sacó a bailar al entonces presidente estadounidense Barak Obama; el acto fue reseñado por medios nacionales y extranjeros, y en su mayoría se puso énfasis en cómo reaccionó la esposa del mandatario. Esto también fue motivo que programas de espectáculos informaran de los hechos. Aquí vemos que se mezcla fuente política con fuente de espectáculos.

En México hemos visto la expectativa curiosidad y morbo que genera en la sociedad mexicana el que un político o mandatario se relacione con una actriz o cantante del

mundo del espectáculo. Desde el ex presidente de México José López Portillo y su romance con la actriz de películas del género “de ficheras” Sasha Montenegro en la década de los 80, hasta más recientemente en el año 2010 al que fuera presidente del *Partido Acción Nacional* (PAN) César Nava, quien fue portada de la Revista *Quién* por tener un romance con la cantante Patricia Sirvent.

En el año 2006 el entonces secretario de Gobernación, Santiago Creel, fue noticia para la prensa nacional, la cual le dio espacios en todas sus columnas, artículos y portadas porque reconoció públicamente haber tenido una hija con la actriz Edith González.

Como último ejemplo; fue el fenómeno mediático que provocó el noviazgo y matrimonio del ex Gobernador del Estado de México (durante 2006-2011) presidente de la República (2012-2018) Enrique Peña Nieto con la actriz Angélica Rivera que es digno de otro estudio.

El fenómeno también lo podemos ver a la inversa; es decir, famosos y periodistas de espectáculos que han estado involucrados en el acontecer político. Ejemplos:

En el *Senado de la República* en el año 2007, los concesionarios de los medios electrónicos llevaron a toda su planilla de conductores como acarreados, los cuales tuvieron que dar su opinión ante la ley debatida en ese año; Alma Leticia León dio su opinión al respecto en su columna del periódico Milenio:

> Seguros de que pueden lanzar una campaña lapidaria contra quien sea, el duopolio televisivo hace un par de semanas nos mostró su soberbia en un show en horario estelar. Simultáneamente, vimos a integrantes de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, y a líderes de opinión de Televisa y TV Azteca, codo a codo, increpando

> a los senadores; y en los estudios a comentaristas en vivo, exaltados por la muerte de la libre expresión[44].

El columnista Juvenal González González del mismo periódico reseñó el histórico encuentro así:

> Sonó la campana y empezaron las rondas de 5 por cada bando. Los mediáticos iban con la estrategia de machacar sobre una cláusula que limitaba la libertad de expresión, pero los legisladores los sorprendieron informándoles que ya habían modificado esa cláusula. Como no llevaban ´plan B´ y además están acostumbrados a repetir mentiras, los mediáticos insistieron en el tema, como si la cláusula todavía existiera. La "culta y simpática" Pati Chapoy se quejó de que ya no iba a poder chulear a su ídolo Peña Nieto[45].

Otro ejemplo de cómo un tema de interés nacional es permeado a los programas de espectáculos fue el caso de la niña de cuatro años con discapacidad motriz y trastorno de lenguaje, Paulette Gebara Farah, quien fue encontrada muerta en su habitación de su propia casa ubicada en Huixquilucan, Estado de México, el 31 de marzo del año 2010.[46]

Todas las publicaciones y espacios de noticias del país cubrieron el fenómeno en el que se convirtió el caso Paulette. Primero su desaparición y luego misterioso su hallazgo.

---

[44] León, Alma Leticia. (miércoles 26 de septiembre del 2007) "Entre María Zambrano y Paty Chapoy". *Milenio Diario*. México. En: http://impreso.milenio.com/node/7123702 Fecha de consulta 12 de enero 2011

[45] González González, Juvenal. (martes 15 de septiembre del 2007) "Mediocracia vs Partidocracia, el mundo del espectáculo". Milenio Diario. México. En: http://impreso.milenio.com/node/7118617 Fecha de consulta: 13 enero 2011.

[46] Redacción Quién. (martes 30 de marzo del 2010). "Historia de la desaparición de Paulette". *Quién*. México.
En: https://www.quien.com/espectaculos/2010/03/30/y-donde-esta-paulette-la-historia-de-la-desaparicion
Fecha de consulta: martes 9 de octubre del 2018

La agenda de los medios traspasó los noticieros, y los programas y revistas dedicados a los espectáculos no tuvieron más que dedicarle también espacio al fenómeno Paulette. Horacio Villalobos, que en ese momento era colaborador del programa de radio “La Taquilla”, fue muy claro en eso: “nos vale gorro, todo el mundo está hablando de ello, así que ni modo, tendremos que hablarlo aquí”.[47]

Los atentados terroristas a las *Torres Gemelas* en Nueva York en septiembre del año 2001, es otro ejemplo claro de cómo un suceso político y social, que en teoría no es relevante a la fuente de espectáculos, por su impacto mediático y social fue abordado. En el marco de los atentados, Patricia Chapoy Acevedo no dudó en abrir su emisión, no sólo hablando del tema, sino dando un discurso moral del hecho[48].

El periodismo de espectáculos en México cambió, evolucionó, se transformó y en aproximadamente dos décadas “hemos visto de todo” como no ocurría en los medios de comunicación de sexenios priistas. Por ejemplo, el trato que se le daba a los actores y cantantes por parte del conductor del programa dominical “Siempre en Domingo”, Raúl Velasco,[49] en los 80, tachado de “proteccionista” porque jamás se tocaba la vida personal (a veces escandalosa) de las estrellas de *Televisa* en la propia pantalla del Canal 2 de esa televisora. Este tipo de cobertura proteccionista dejó de practicarse en dicha televisora porque ya no es rentable, ya no deja las mismas

[47] Villalobos, Horacio. (Miércoles 31 de marzo del 2010). “La Taquilla”. Radio Fórmula. 104.1 de FM. México.
[48] Chapoy, Patricia. (martes 11 de septiembre 2001). “Ventaneando”. TV Azteca. Canal 13. México. En: https://www.youtube.com/watch?v=4AKKMioYN0k
[49] Raúl Velasco fue conductor del programa televisivo Siempre *en Domingo* de Televisa durante más de 30 años, estuvo al aire todas las tardes del domingo de 18 a 22 horas.

ganancias, ya no atrae a más público. Quizás la sociedad cambia, y con ella sus gustos y preferencias mediáticas.

Desde nuestra perspectiva, a lo anterior se le deben dos detonantes: la salida al aire de *TV Azteca* en 1993 y la entrada al mercado editorial de la revista *Tv Notas* cuatro años después. TV Azteca comenzó a ser competencia directa a Televisa; y *TV Notas* a ediciones impresas como *TV y Novelas*. Los "nuevos contenidos" comenzaron a gustar a gran parte del público y la competencia entre televisoras y medios impresos impulsó más información de este tipo para un público que lo pedía y consumía.

A partir de entonces, los actores y cantantes exclusivos de la televisora más importante de México y Latinoamérica dejaron de ser "intocables" y las publicaciones, programas de radio y televisión, y hasta los mismos noticiarios, vieron en las secciones de espectáculos una estrategia para ganar públicos nuevos.

Así lo confirmó la periodista de espectáculos Zandra Zitle quien trabaja para el Canal Once cuando se le preguntó:

-¿Crees que tu sección es clave para mantener a un público joven cautivo viendo Canal Once?

"Fíjate que desgraciadamente ya no tenemos los ratings pero en ese momento que lo tuvimos, sí era clave, se mantenía el público viendo los noticieros o los programas que teníamos en ese momento. Y ahora lo medimos por vía redes sociales, la respuesta

del público es muy buena y esto quiere decir que al público le interesa este tipo de notas"[50]

En dos décadas se nos "han informado de todo"; chismes, rumores, ataques, denuncias penales, divorcios, operaciones y un largo etcétera que rodea la vida privada de los personajes públicos. Y "hemos visto de todo": a la ex modelo Carmen Campuzano saliendo intoxicada de su departamento y siendo cubierta en vivo por las dos televisoras más poderosas de México en todos sus ingresos a clínicas de desintoxicación. El momento sumo fue cuando en el año 2003 dos reporteras (Lilia Rodríguez de Televisa y Mónica Garza de TV Azteca) se pelearon en vivo por una declaración exclusiva de la ex modelo.

¿Podemos separar los espectáculos como los medios de comunicación intentan hacer, por secciones? Hemos visto que la cobertura permea todo, ya sea porque un cantante se pronunció contra un mandatario o porque un político se ha involucrado sentimentalmente con una actriz, o porque el tema *en boga* logró que programas como *Ventaneando* o *La Taquilla* hablaran de éste como un tema de espectáculos.

El éxito de las emisiones de espectáculos en tv se ha vuelto cíclico, en el primer lustro del año dos mil su éxito fue innegable: según el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE), los índices de audiencias de los programas de espectáculos tanto de TV Azteca como de Televisa alcanzaron los 25 puntos de rating. Llegando

[50] Entrevista realizada por Fernando Martínez Mendoza a Zandra Zitle. Reportera y conductora de espectáculos de "Once Noticias". Lugar: Redacción Once Noticias. Televisora Canal Once del Instituto Politécnico Nacional. Fecha: 8 de mayo 2018.

cada programa (“Ventaneando” y “La Oreja”) a alcanzar la sintonía de más de 6 millones de televidentes.[51]

Ahora bien, el rotundo éxito de este tipo de programas fue cíclico y fue a partir del año 2010 que los índices de audiencia de los programas de espectáculos decrecieron. De aquí que Televisa mandó retirar de su programación su último programa en la materia llamado “En Exclusiva”.

Las razones de este descenso pueden ser múltiples, sin embargo, los datos arrojados por el Tercer Informe Estadístico trimestral 2015 del Instituto Federal de Telecomunicaciones nos ofrece algunas respuestas.

Según dicho estudio se observó un abandono de la audiencia, especialmente la más joven, a la televisión abierta El informe, citado por el portal ***Soy.Marketing*** en febrero del año 2016 revela lo siguiente:

> El índice de audiencias o ratings en la televisión abierta de México cayó 15.25 por ciento entre septiembre de 2013 y septiembre de 2015, y la menor disminución se ha registrado en los sectores menores a los 29 años y a los segmentos de menores ingresos. El estudio destaca que el consumo de programas de televisión abierta bajó en todos los géneros de mayor rating, principalmente las telenovelas, los reality shows, noticieros y programas cómicos que disminuyeron entre 2013 y 2015 en el punto de rating promedio.[52]

Continúa dicho informe:

> El género de Noticias es el que más disminuyó con 15 por ciento en todas las estaciones de televisión abierta. Basándose en IBOPE-Nielsen, el IFT señaló que el segmento de

[51] Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística. (2010) *Anuario 2009-2010 Audiencias y Medios en Medios en México*. Ed. Nilsen-IBOPE. Pág. 65

[52] Hatach, Hans. (miércoles 17 febrero del 2016). “Bajan los ratings de la TV abierta y pierde audiencias”. *Soy.Marketing*. México. En: https://soy.marketing/bajan-ratings-de-la-tv-abierta/ Fecha de consulta: 6 de marzo 2018

> menor ingreso disminuyó en 6% su consumo de televisión abierta. Por edades, los niños de 4 a 8 años disminuyeron 11%. Los adolescentes entre 13 y 18 años bajaron 8%. Los jóvenes entre 19 y 29 años bajaron en 10% su consumo de televisión abierta.[53]

Sin duda, los gustos y preferencias de la audiencia se han movido en la última década significativamente, conforme más pasa el tiempo, y a lo lejos, se podrá ver qué tanto las Tecnologías de la Información se han vuelto las preferidas por la sociedad. Si bien, los medios tradicionales han llevado sus contenidos al mundo digital, el público está decidiendo verlos ya no de la manera tradicional.

Ahora, es necesario reflexionar y tratar de "mirar hacia los dos lados". Un gran abanico de opciones demuestra que los programas y secciones de espectáculos no se pueden clasificar "todos como iguales", será difícil etiquetarlos en una sola categoría si son tan diversos como la sociedad misma.

No podemos tampoco ser sólo negativos, y voltear los ojos exclusivamente a los grandes imperios de comunicación, pues, ahora, gracias a las Nuevas Tecnologías de la Información, cualquiera puede ser productor de contenidos. Hoy en día podemos ver que la sociedad ha replicado los contenidos de programas de espectáculo, los han imitado, los han emulado, citado y debatido.

Paralelamente, a partir del desarrollo de las tecnologías, el acceso a la producción de contenidos se ha ampliado a prácticamente cualquier persona, y los contenidos de espectáculos no son la excepción. Basta darle un vistazo a la plataforma *Youtube* y

[53] Ídem.

darse cuenta que los usuarios están generando contenidos que tienen el formato, ingredientes y temas que cubre el periodismo de espectáculos.

No podemos quedarnos con la "mirada miope" y clasificar al periodista de espectáculos como reproductor de banalidades sin antes entender el o los porqués de la lógica periodística. Porque la capacidad de generar contenidos de este tipo de periodismo está condicionada a un mercado, a una cultura, a una demanda de información que no sólo proviene de los lectores, sino que son los mismos jefes de redacción quienes demandan a sus subordinados (a los reporteros) qué información traer a la redacción del medio y cual no.[54]

Pero la construcción de este tipo de notas parece ser mucho más compleja, para la reportera del periódico Milenio, Aranza Castillo, existe un equilibrio entre lo que su jefe de redacción le pide cubrir y lo que ella está dispuesta a hacer:

> No me gusta cubrir las alfombras rojas, es un glamur muy falso. No puedes sacar información de ello, a mí me cuesta mucho hacer una nota de eso. Funerales tampoco, pero hay que medir tu nota, porque el medio te lo está pidiendo pero hay que medir que no puedes invadir el espacio privado de esa persona, yo he visto a muchos reporteros que entran hasta a escondidas. Y yo siento que, sí el medio te pide algo, pero tú puedes equilibrar esa parte para que tú sepas lo que estás haciendo por el medio y donde no cruzar la frontera, porque no todo lo que te pide el medio lo vas a hacer.[55]

[54] Véase el capítulo de Anexos
[55] Entrevista realizada a Aranza Castillo. Reportera de la sección "Hey!" del periódico Milenio.
Por: Fernando Martínez Mendoza.
Lugar: Teatro San Rafael.
Fecha: 2 de mayo 2018.

Como bien lo plantea la Teoría de los Usos y Gratificaciones, una pregunta central que debemos hacernos es: ¿Por qué consumimos dichos programas?

El estudio de recepción no es el enfoque de esta investigación, pero sabemos de antemano que el interés por lo que hacían los consumidores con los medios (y no los medios con sus audiencias) comenzó gracias al aporte de la teoría de *Los Usos y Gratificaciones* en la década de los años 70 por los autores Elihu Katz, Blumler y Gunevitch. Y por eso mismo aseguramos que los comunicólogos no pueden "culpar al 100%" a los medios de comunicación por la llamada "tele-basura", son las teleaudiencias receptoras también entes responsables y autónomos con gran capacidad para discernir qué productos televisivos ver y cuáles no.

Como advierte el académico, Jerónimo Repoll, "los omnipotentes medios de comunicación, tal como se los concebía a principios del siglo XX, fueron domesticándose a medida que las audiencias se descubrían activas, primero en la elección y el uso de los medios y luego en la producción de sentido"[56]. Porque: "Los medios de comunicación no son tan perversos, pero tampoco son tan inofensivos. Las audiencias no son tan perversas, pero tampoco son tan inofensivas"[57]

Los medios no son los únicos responsables de que se haga este tipo de periodismo, la sociedad tiene su parte de culpa en cuanto ella es la que demanda ciertos contenidos. Porque es la sociedad quien dicta qué producto se queda en el mercado y cuál sale.

[56]Repoll, Jerónimo Luis. (2010) *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México. Pág. 91.
[57] Ídem.

4. "EL MUNDO NECESITA ESTRELLAS PARA SOBREVIVIR A LAS CUENTAS DE FIN DE MES"

En este apartado, tocaremos algunas investigaciones que nos ayudan a entender, reflexionar, asimilar, sumar conceptos, historia y problematizar más nuestro objeto de estudio que es el periodismo de espectáculos en todas sus épocas y medios.

Para el director del Centro de Estudios Mediales de la Universidad Diego Portales (UDP) de Chile, Carlos Araos:

"La farándula es el mejor símbolo de que nuestra sociedad se encuentra viviendo una de las crisis más profundas de identidad. El docente aseguró que "un mecanismo de defensa típico después del término de regímenes muy dictatoriales y el paso de regímenes más abiertos es el consumo. Porque el consumo genera placer. Frente a este escenario, aumenta el estrés producido por las exigencias laborales: porque hay que seguir consumiendo y también pagar deudas"[58]

Javier del Rey Morató explicó cómo es el espectáculo que se transmite por la televisión: "El espectáculo de la pequeña pantalla se ofrece a la vista (a veces también a la contemplación intelectual), y tiene una capacidad testada para atraer la atención y mover el ánimo, infundiéndole deleite, asombro, dolor, u otros afectos más o menos vivos o notables. Y aunque no siempre la acción que sirve como referente es excepcional, sí puede serlo su tratamiento mediático, capaz de convertirla en algo capaz de causar escándalo o gran extrañeza"[59]

Ana Josefa Silva, la editora de espectáculos del vespertino chileno *La Segunda,* relató en su libro *Off the record,* editado en 1999 que "el mundo necesita estrellas para

[58] Infante García, Marcela. (2002) *Prensa de Farándula: Mírame que te quiero ver: los chilenos espiando por la cerradura*. Universidad Nacional Andrés Bello. Escuela de Periodismo Santiago de Chile. Chile. Pág. 115

[59] Del Rey Morató, Javier. (1998) *El Naufragio del Periodismo en la era de la televisión*. Editorial Fragua. Madrid, España. Pág.164

sobrevivir a las cuentas del fin de mes, los impuestos y a las deudas."[60] Asimismo, consideró que "el consumir programas, revistas de espectáculos y telenovelas, sobre todo si son gratis, es tan necesario al espíritu como lo es para el cuerpo la leche, el café o el té de la mañana"[61]

Maria Olga Delpiano, actual asesora del periódico chileno "El Mercurio" y una de las principales críticas de la prensa de la vida privada, dijo que "en este tema me molestan dos cosas: la manipulación que se hace de los medios, porque la gente con tal de ser conocida es capaz de hacer cualquier cosa. Y por otra parte, que este fenómeno se presta, además, para una de las manipulaciones económicas tremendas. Estamos horriblemente deprimidos. Y cuando uno está deprimida, lo único que quiere es evadirse y toma cosas simples y livianas."[62]

El periodista español y profesor de la Universidad de Chile, Rafael Otano, hizo una crítica a la cobertura que la revista "¡HOLA!" realizó al dictador Franco en España:

> A pesar de que en esos años de la dictadura de Franco se vive en el país un ambiente ultra-católico, estas revistas pueden mostrar ciertas anomalías morales que, desde mi inmensa ingenuidad de niño, rayaban en la imbecilidad, por cierto yo no podía entender. ¿Por qué el caudillo, Franco, saludó al torero Luis Miguel Dominguín, cuando todos saben que es separado? Pero el dictador lo saludó porque la prensa rosa era el único lugar de España donde se permitía el color[63]

Para el periodista chileno, Rodrigo Barría, del periódico "El Mercurio"; ser mujer, tener juventud, una cara bonita y provocar jalar el foco por un tema íntimo o muy delicado,

[60] *Ibidem*. Pág. 13
[61] Ibídem. Pág. 8
[62] *Ibídem*. Pág.10
[63] *Ibídem*. Pág. 16

son los ingredientes perfectos para que los medios chilenos produzcan fenómenos mediáticos. La cima mediática se alcanza con las veinteañeras:

> Primero, son mujeres jóvenes. De hecho, si es que la luminaria de verdad es el hombre, su compañera eventual pasa a ocupar mayores niveles de protagonismo que la propia figura masculina."
>
> Como segunda característica está la belleza; la obesidad y los rostros poco armónicos suelen quedar fuera de cualquier pauta del periodismo rosa.
>
> Tercero: son las portavoces de temas que jamás saldrán de un enredo amoroso, incluso donde se mezcle algo tan delicado como la violencia intrafamiliar (…)
>
> Las cenicientas protagonistas de la farándula también pueden hablar del trabajo, pero no mucho. Generalmente solo serán oídas cuando consigan un contrato o lo terminen[64]

El caso mexicano bien lo puede encarnar la cantante y actriz Thalía quien informó ser ella la actriz mejor pagada de toda la historia de Televisa.

Mar de Fontcuberta, periodista española y directora del Centro de Estudios Mediales de la Universidad Católica de Chile, dijo: "Podríamos decir que la prensa del corazón está basada, fundamentalmente, en parásitos. Que además se aprovechan de esta condición y se construyen un personaje que no es nada y ese es el gran problema. Porque se produce una vaciedad en los contenidos"[65]

Según el reportaje "Prensa de Farándula: Mírame que te quiero ver; los chilenos espiando por la cerradura de Marcela Infante García:

> Algunos programas (en chile) que no superaban los diez puntos de rating, descubrieron que cuando se comentaba la vida privada en cámara el *people meter* se disparaba en cuatro o hasta seis puntos. En chile, la revista *Tv y Novelas* publica 30 mil ejemplares quincenalmente (es decir, sesenta mil mensuales) y cuando la portada incluye ganchos

[64] *Ibídem.* pág. 25
[65] *Ibídem.* Págs. 25 y 26

> poderosos como: disputa por la patria potestad de un hijo, entrevistas con *ex´s* de cantantes o el nuevo romance de un famoso, la primera edición se agota.

Para Cristián Farías periodista de la edición chilena "La Tercera", "dentro de la prensa de farándula, lo que es atractivo es la cosa social, ver el lado no oficial de los personajes. Yo andaba en tren con Cecilia Bolocco mientras ella teje sus bordados, le pregunto si está bordando un perro y ella me dice que no, que está bordando una ardilla"[66]

En múltiples investigaciones se ha mencionado la aspiración de las sociedades de América Latina por alcanzar los modos de vida de la realeza europea. Para Ximena Torres, editora de la revista chilena "El Sábado", perteneciente al periódico "El Mercurio" Cecilia Bolocco se convirtió en la Lady Di de los chilenos.

En el estudio publicado por la Universidad Autónoma de Barcelona y citado en el reportaje "Prensa de Farándula: Mírame que te quiero ver; los chilenos espiando por la cerradura" de Marcela Infante se afirmó:

> Los medios pueden elaborar un personaje mediante varias tácticas que no se excluyen entre sí. Primero, está la repetición de su imagen; segundo, el almacenamiento y publicación continua de datos sobre su persona; tercero, el constante seguimiento de sus relaciones con los demás, su entorno y, si es posible, consigo mismo; cuarto, explicación de las transformaciones de su vida a través de un hecho concreto o de su biografía.[67]

Se encuentra un paralelismo muy significativo entre Chile y México; y es que fue a finales de la década de los noventa cuando se encuentra no sólo "el boom" del periodismo de espectáculos, sino que se empiezan a marcar hitos:

[66] *Ídem.*
[67] *Ibídem*. Pág. 29

> La crónica en que el periodista Cristián Farías describía el violento enfrentamiento de la modelo Daniella Campos con su ex novio, Iván Zamorano y la pareja de ese momento, María Isabel Ahubert, es calificada como un precedente del nuevo periodismo de farándula por el editor de espectáculos de *Las Últimas Noticias*, René Naranjo. Este es un hito histórico en chile, porque fue el primer escandalillo que se ventiló públicamente en ese plano[68]

4.1 EL PERIODISMO Y SUS GÉNEROS

Existen muchas definiciones de periodismo. El doctor Francisco Manuel Lorenzo Valdés, de la Universidad Anáhuac, lo define como una actividad al servicio de la sociedad:

"El periodismo es una actividad que busca describir, transmitir e interpretar aspectos importantes de la realidad, para facilitar la actuación libre de los individuos en sociedad. En esta definición se resalta una finalidad social importante en el ejercicio periodístico, de la cual se puede deducir que el oficio periodístico tiene una gran responsabilidad"[69].

Hay otras definiciones que señalan que "el periodismo es un oficio en el que se busca difundir información sobre asuntos que interesan a la gente."[70].

[68] *Ibídem*. Pág. 31
[69] Lorenzo Valdés, Francisco Manuel. (2018) "Objetividad y periodismo. A la búsqueda de una fundamentación significativa del quehacer periodístico a través de sentido y referencia de Gottlob Frege"
En: https://tyreditorial.com/pdf/Axon/2/22.pdf Fecha de consulta: 17 de diciembre 2019
[70] *Ídem.*

Existen muchas opiniones sobre que el periodismo debe ser “objetivo” e “imparcial”, pero esta forma de comunicación social no tiene como fin exclusivo el dar a conocer los hechos, también enjuiciarlos.

El periodista Carlos Marín y el escritor Vicente Leñero, en su *Manual de periodismo*, nos explican que “únicamente *La Noticia* es el género periodístico que prescinde de juicios, opiniones e interpretaciones; de lo cual hace de este género el menos subjetivo de los géneros.”[71]

Marín y Leñero aseguran que “Entrevista, Crónica, Reportaje y Columna, son géneros que admiten o rechazan valoraciones a cargo del periodista de acuerdo con el tipo de trabajo que este quiera desarrollar. A diferencia de los cinco precedentes, dos géneros más, el Artículo y el Editorial, se ocupan expresa y directamente de enjuiciar los hechos de interés público.”[72]

El periodismo de espectáculos contiene crítica, enjuiciamientos y opiniones.

4.2 CONCEPTOS CLAVE PARA ENTENDER EL FENÓMENO.

Algunas definiciones que esta investigación propone poner a la reflexión, análisis y discusión son: “el chisme”, “el espectáculo”, “la sociedad del espectáculo”, “el secreto”; estas han sido estudiadas en mayor o menor medida desde distintas disciplinas como la Sociología, la Antropología o la Comunicación.

[71] Marín Carlos y Vicente Leñero. (1986*) Manual de Periodismo*. Editorial Grijalbo. México. Pág. 287
[72] *Ídem.*

Creemos necesario ponerlas de nueva cuenta a la palestra de la discusión académica, ya que son conceptos que están en constante tensión con la realidad. No sólo en el periodismo de espectáculos aparecen a la luz dichas teorías, sino que éstas se presentan en parámetros de análisis en cualquiera de nuestras sociedades llamadas modernas.

A continuación, daremos un breve recorrido por el marco teórico que nuestra investigación ha decidido tomar en cuenta, para descubrir, antes de hacer el análisis de la realidad empírica, cómo funciona esa realidad que más adelante vamos a estudiar.

4.3 EL ESPECTÁCULO

Creemos necesario detenernos, brevemente, en el examen de este concepto, ya que constituye *el segundo apellido* que le da nombre a nuestra tesis: “el espectáculo”.

El ***Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua*** (RAE) define el término, entre sus distintas acepciones, como:

1. Función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla.

2. Conjunto de actividades profesionales relacionadas con los espectáculos. La gente, el mundo del espectáculo.

3. Cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles.

4. Acción que causa escándalo o gran extrañeza. Dar un espectáculo. [73]

Es de resaltar la tercera definición, porque: “aquello que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o notables” tiene en sí mismo mucha relatividad.

Porque el acto de “llamar la atención”, si nos vemos muy estrictos, puede ser tan extenso como polémico; un individuo puede hacerlo desnudándose, picando con una aguja, haciendo aspavientos y, como los náufragos, moviendo de lado a lado una bandera para que “lo veas”; pero quizás no siempre estos actos causarán en los receptores una reacción positiva, animosa, alegre, ética, pero al fin y al cabo, el acto de “llamaré tu atención” se habrá consumado.

La cuarta acepción del diccionario en la que espectáculo es acción que causa escándalo o gran extrañeza[74] es en la que están inmersos los programas que ponen en relieve la vida privada de los personajes públicos.

La etimología de la palabra “espejo” procede del latín *speculum* y es interesante que de la misma lengua proceda el concepto *spectaculum* que se podría traducir como “espectáculo”, “vista”, aspecto derivado de *spectare*, “contemplar, mirar”.

[73] Real Academia de la Lengua Española. (2010) “Diccionario de la Real Academia Española”. *RAE.* España.
En: http://dle.rae.es/?id=GX8m8QF Fecha de consulta: 22 de octubre 2018
[74] Diccionario Enciclopédico España. (1978) *Diccionario Enciclopédico España.* Editorial Espasa-Calpe. Tomo VI. España. Pág. 978.

La definición *spectaculum* concuerda con la primera que leímos de la RAE: "Ya que se refiere, en su primera acepción, a una función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla"[75].

En esta investigación hicimos algunas entrevistas con reporteros que cubren la fuente de espectáculos para diversos medios electrónicos y escritos. Más adelante podremos leer la opinión de algunos de estos periodistas sobre el trabajo que día a día hacen ellos y sus colegas de las empresas para las cuales trabajan; en definitiva, la mayoría están convencidos que en sus redacciones sólo se busca informar sobre las actividades artísticas de cada actor, músico o personaje público.[76]

Cantidad de acontecimientos muy distintos entre sí pueden convertirse en espectáculo. Jesús González Requema en su texto *El discurso televisivo: espectáculo de la Posmodernidad"* acotó en una lista los eventos de la vida cotidiana que el ser humano puede convertir en un espectáculo:

> Una actuación circense, una representación teatral, una misa, un carnaval, un misterio medieval, un film, los diversos números de una feria, un programa de televisión, una pelea de gallos, un partido de baloncesto, un happening, una corrida de toros, la botadura de un barco, un match de boxeo, un desfile militar, una carrera de coches, un recital de música ligera, una carrera de caballos, una ópera, un mitin político, una exhibición aérea, un strip-tease, una conferencia de filosofía, un music-hall, una coronación, una manifestación, unos títeres, un guiñol, la actuación de un ilusionista, un video performance…[77]

[75] Del Rey Morató, Javier. (1998) *El Naufragio del Periodismo en la era de la televisión*. Editorial Fragua, Madrid, España. Pág. 194
[76] Véase Anexos.
[77] González Requena, Jesús. (1992) *El discurso televisivo: espectáculo de la Posmodernidad.* Ediciones Cátedra, Madrid. Pág. 55.

4.4 LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO

La expresión “sociedad del espectáculo” fue estudiada por el filósofo francés Guy Débord en su conocida obra con el mismo título y ahí el autor formula una teoría de la sociedad contemporánea. Debord remite al concepto de “alienación” de claros tintes marxistas. “La expresión ***sociedad del espectáculo*** remite a una ***Weltanschauung,*** una visión de mundo que ha llegado a objetivarse”[78].

Han pasado más de cinco décadas desde que Guy Debord publicó su ensayo[79] y sin embargo aún parece ser absolutamente visionario, puesto que el filósofo ya nos hablaba de una relación del espectáculo con el sistema económico dominante.

En 1967, con el libro *La sociedad del espectáculo* Guy Debord afirmó que en nuestro mundo existe una mirada engañada y una falsa conciencia, así como banalidad, consumo de mercancías innecesarias impuestas por “olas de entusiasmo por un determinado producto apoyado y difundido por todos los medios de información así como una necesidad impuesta por un fetichismo a la mercancía, ya que el espectáculo es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producción existente”[80].

[78] Casero Ripollés, Andreu y Javier Marzal Felici. (2010) *Algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo televisivo: el infoentretenimiento en la era del espectáculo*. Universidad Jaume I. de Castellón. Madrid, España. Pág.14.
[79] *La société du spectacle* fue escrita en 1967, consta de 9 capítulos y 221 reflexiones. Han pasado 52 años desde su publicación (de 1967 a 2019).
[80] Debord, Guy. (1988). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Editorial Gérard Lebovici. París, Francia. Pág. 56

Además, el autor habló de un “lenguaje espectacular” constituido por signos de la producción reinante dentro de un mundo realmente invertido, en el que “lo verdadero es un momento de lo falso”[81].

Como diversos teóricos a lo largo de los estudios de la comunicación han dicho, Guy Debord planteó al espectáculo como una especie de distractor que la sociedad se empeña en tener para no vivir su realidad. “A medida que la necesidad es soñada socialmente el sueño se hace necesario. El espectáculo es la pesadilla de la sociedad moderna encadenada que no expresa finalmente más que su deseo de dormir. El espectáculo es el guardián de este sueño” [82]

Otro aspecto interesante que el texto *La Sociedad del Espectáculo* nos pone a reflexionar es que “el mismo sistema proyecta a individuos comunes, sacándolos del anonimato para convertirlos en personalidades de la vida cotidiana. Las personalidades admirables en quienes se personifica el sistema son bien conocidas por no ser lo que son; han llegado a ser grandes hombres descendiendo por debajo de la más mínima vida individual, y todos lo saben”.[83]

Sin embargo, encontramos una afirmación en la que no estamos de acuerdo con el autor antes citado: “con toda seguridad, el espectáculo es hoy más poderoso de lo que era antes”[84].

[81] Ídem.
[82] Ídem.
[83] Ídem.
[84] Debord. *Op. cit*. Pág. 14

Ponemos en duda dicha afirmación, ya que el espectáculo siempre ha existido en las diferentes sociedades y pueblos, y ha servido en sus diferentes formas como mecanismos de control y distracción; recordemos la famosa frase de: “Al pueblo, pan y circo”. La escritora Cristina Reynoso en la revista mexicana *Algarabía* planteó que dicha frase: “se generó entre los gobernantes de la antigua Roma, precisamente porque acostumbraban ofrecerlo al pueblo a cambio de obediencia, de su confianza y (sobre todo) de mantenerse alejados de los asuntos que preferían conservar dentro del círculo político”[85].

El teatro, las luchas y las carreras de coches son herencia de la tradición romana.

En Francia las primeras publicaciones eran “una aspirina al dolor psicosocial”. Este tipo de contenidos tuvieron como propósito impactar en el estado de ánimo de una sociedad, y los que idearon su producción y mensaje fueron los propios reyes del país galo. Hoy en día se sigue operando de la misma forma: “Si *¡Hola!* publica que el príncipe de Asturias se va a casar, entonces dalo por hecho, porque probablemente la información salió de la misma familia real”[86], cuenta la periodista española Mar de Foncuberta.

El espectáculo es, en efecto, tan antiguo casi como la historia de la especie humana.

[85] Reynoso, Cristina. (3 de junio del 2018) “Al Pueblo, pan y circo”. *Algarabia*. México.
En: https://algarabia.com/para-opinar/al-pueblo-pan-y-circo/
Fecha de consulta: 31 de octubre del 2018
[86] Infante García Marcela. (2002) *Prensa de Farándula: Mírame que te quiero ver: los chilenos espiando por la cerradura*. Universidad Nacional Andrés Bello. Escuela de Periodismo Santiago de Chile. Chile. Pág. 17

4.5 LA ESPECTACULARIZACIÓN DEL ESPECTÁCULO. LA FRONTERA ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

Hemos descrito ya que existen una serie de programas televisivos dedicados a los espectáculos y que dentro de su programación se incluye no sólo notas sobre espectáculos, sino también sobre la vida privada de sus actores, protagonistas y productores.

Existe pues, una línea muy delgada entre el periodismo de espectáculos y el periodismo que se inmiscuye en la vida privada de quienes participan en las distintas facetas de la producción de los espectáculos mismos. A esta exhibición de la vida privada la denomino “espectacularización del espectáculo”.

Como hemos descrito ya, este fenómeno irrumpe en la vida privada de estos sujetos de ahí la importancia de partir de la distinción entre vida pública y vida privada para describir después como esta última es quebrada por los propios productores de espectáculos para mantener y elevar sus audiencias.

Detengámonos brevemente y reflexionemos por qué parte de nuestra sociedad disfruta del mirar; un accidente automovilístico, una pelea, un muerto, una ambulancia con la alarma encendida y a toda velocidad. ¿Habrá una reacción biológica en nuestro cerebro cuando dejamos complacer nuestros sentidos al momento de voltear y de enterarnos de las desgracias humanas?

Como vimos, el concepto de “espectáculo” posee un largo recorrido, y nació en la antigüedad para describir “aquello que está hecho para ser mirado (spicere)” pero en origen no tuvo la connotación negativa que generalmente se le atribuye.

Por ello, algunos teóricos de la comunicación postulan que “se ha abusado mucho de este término por afectar a numerosas facetas de la actividad humana, incluso a los regímenes más cotidianos, y se propone la utilización del término “espectacularización”, que resultaría mucho más preciso”[87].

Los medios de comunicación, en especial la televisión, han espectacularizado todos los temas: la política, la economía, los problemas sociales que vive un país, la falta de seguridad, la inequidad de una sociedad, el deporte y hasta las Bellas Artes.

4.6 ENTRE LA FRONTERA PÚBLICA Y LA FRONTERA PRIVADA: LA INDUSTRIA DE LA INVASIÓN A LA VIDA PRIVADA Y SUS BENEFICIOS

La distinción entre lo público y lo privado, es una reflexión teórica que autores como Hannah Arendt, Guy Debord, John B. Thompson, Norbert Lechner, entre otros, reflexionan, no sólo desde las sociedades modernas; por ejemplo en 1958 Hannah Arendt nos recordó que la distinción entre lo público y lo privado era un rasgo fundamental del pensamiento griego antiguo.

La escritora estadounidense Hannah Arendt planteó en su libro *The human condition* que: “para los antiguos griegos, la capacidad humana de organización política era

[87] Casero Ripollés, Andreu y Javier Marzal Felici. (2010) *Algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo televisivo: el infoentretenimiento en la era del espectáculo*. Universidad Jaume I. de Castellón. España. Pág. 14

distinta, y opuesta al tipo de asociación natural que se centraba en el hogar y en la familia"[88].

John B. Thompson en su texto *Los límites cambiantes de la vida pública y la privada* afirmó que en la Grecia antigua la llamada "esfera pública" era completamente diferente y esta cambia con la llegada de las sociedades modernas:

> El mundo de la polis era la esfera de la libertad. Para los antiguos griegos, la libertad sólo tenía lugar en la esfera política, la polis. Con la emergencia de las sociedades modernas desde el Siglo XVII y XVIII. El auge de lo social no ha permitido ningún espacio para el tipo de acto y discurso que los antiguos griegos habían considerado constitutivo de la esfera pública. Así es como el acto y el discurso se han vuelto cada vez más marginales, y aquello que los griegos entendían por espacio público gradualmente desaparece.[89]

Thomson retomó a Arendt y explicó a qué se refería dicha autora con el concepto de "el auge de lo social". "Lo que Arendt quiso decir con el auge de lo social es que muchas de las actividades que alguna vez se realizaron en los confines de la casa y la familia, son hechas fuera de la casa cada vez más por grupos y clases sociales".[90] Además, John B. Thompson reflexionó sobre cómo el debate en la esfera pública pasó de los salones y cafés de París a los medios de información:

> A fines del siglo XVII y comienzos del XVIII los salones y cafés de París y Londres se volvieron centros de discusión y debate, en principio literarios –la esfera pública en el mundo de las letras–, y luego cada vez más dedicados a temas e intereses generales –la esfera pública en el espacio político–. Luego, desde comienzos del siglo XVIII, la creciente disponibilidad de diarios y publicaciones periódicas políticas ayudó a estimular el debate político. La prensa se volvió un foro clave al ofrecer comentarios críticos sobre los actos de los agentes del Estado. Este fenómeno fue particularmente notorio en Inglaterra, donde la prensa tenía mayores libertades que en otros lugares de Europa[91].

[88] Arendt, H. (1958). *The human condition. EE.UU.* The University of Chicago Press. Estados Unidos. Pág. 13
[89] Thompson, John B. (1995) *Los límites cambiantes de la vida pública y la privada*. Universidad de Cambridge. Reino Unido. Págs. 14 y 15.
[90] *Ídem*.
[91] *Ibídem*. Pág. 18

Thompson afirmó que con el surgimiento del capitalismo, las actividades de producción y reproducción se desligaron de los límites tradicionales de la casa y la familia, y que con el desarrollo de los medios electrónicos y los nuevos medios asociados a Internet significó, en varios sentidos, la continuación de un proceso que se había iniciado con la imprenta, pero que también representó un nuevo comienzo:[92]

> Los medios electrónicos permitieron que la información y el contenido simbólico se transmitieran a larga distancia con poco o ningún retraso. A partir de ahí crearon una especie de *simultaneidad desespacializada*: quienes estaban lejos podían volverse visibles prácticamente en el mismo espacio de tiempo, podían ser escuchados en el mismo momento que hablaran y ser vistos en el preciso instante de sus actos, aun sin que compartieran el mismo escenario espacial con los individuos para los cuales eran visibles.[93]

Norbert Lechner, académico internacional e integrante del equipo encargado del estudio de "El espacio público nacional en Chile", explicó que "El espacio público se trasladó desde las plazas o alamedas donde se hacían las grandes manifestaciones y reuniones de la ciudadanía a la televisión, que es recibida en los espacios íntimos de la casa, el dormitorio o el comedor."[94]

Guy Debord dijo lo anterior con estas palabras:

> Pues ya no existe ágora, comunidad general; ni siquiera comunidades restringidas de cuerpos intermedios o de instituciones autónomas, salones o cafés para los trabajadores de única empresa; ningún lugar donde el debate sobre las verdades que conciernen a los que están ahí, pueda liberarse de forma duradera de la aplastante presencia del discurso mediático y de las diferentes fuerzas organizadas para revelarlo[95].

---

[92] *Ibídem*. Pág. 17
[93] *Ibídem*. Pág. 24 y 25
[94] Infante García Marcela. (2002) *Prensa de Farándula: Mírame que te quiero ver: los chilenos espiando por la cerradura.* Universidad Nacional Andrés Bello. Escuela de Periodismo. Santiago de Chile. Chile. Pág. 7
[95] Debord, Guy. (1988). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Editorial Gérard Lebovici. Francia.
Pág. 31.

Pero hablar de espacio público implica por lógica que existen los espacios privados, tanto Hannah Arendt como Thompson expusieron que el espacio privado proporciona a los individuos un lugar donde pueden refugiarse del escrutinio de la vida pública y de ser constantemente vistos y oídos por los demás; porque, "una vida que transcurre enteramente en lo público, ante la presencia de otros, se vuelve, por así decirlo, superficial.[96]

Y no sólo es que existan estos espacios privados, sino que debe existir un derecho a la privacidad. En 1890 se publicó en el *Harvard Law Review* un artículo de Samuel Warren y Louis Brandeis titulado "El Derecho a la Privacidad". En dicho documento los autores solicitaban el reconocimiento legal de un derecho a la privacidad, que definieron como el "derecho a ser dejado en paz". Sobre esto Thompson expuso:

> Warren y Brandeis estaban preocupados por el posible impacto de tecnologías que entonces eran nuevas, y que en esos tiempos, a fines del siglo XIX, se trataba de medios como la fotografía y la prensa popular, que se volvía cada vez más sensacionalista. Les preocupaba que estos medios pudieran causar daños a los individuos al traspasar los límites de la decencia y de la propiedad.[97]

Una de las ideas principales que Thompson expone sobre el debate entre lo público y lo privado, es que desde la llegada de los Derechos Humanos todos los individuos tienen derecho a ser respetados en su privacidad, tema importante para esta tesis que intenta desenvolver cómo las notas de espectáculos cruzan un derecho que en teoría debería ser respetado:

---

[96] Arendt, H. (1958). *The human condition. EE.UU. The University of Chicago Press*. Estados Unidos. Pág. 27

[97] Thompson, John B. (1995) *Los límites cambiantes de la vida pública y la privada*. Universidad de Cambridge. Reino Unido. Pág. 28

> Una de las ideas claves del pensamiento político liberal de entonces fue la idea de que los individuos tienen ciertos derechos básicos o libertades civiles, como la libertad de expresión y la libertad de asociación, y que estos derechos son necesarios para proteger al individuo del uso excesivo del poder estatal. Por lo tanto, en la tradición liberal de pensamiento político hay límites al poder del Estado, y el Estado se vuelve ilegítimo cuando excede esos límites[98].

Thompson no sólo explicó la relevancia de pensar en la privacidad como en una especie de derecho, algo que podemos exigir legítimamente porque nos pertenece como individuos, sino que afirmó que en las sociedades contemporáneas los límites entre lo público y privado se confunden y cambian constantemente. Thompson utilizó su teoría social de los medios para desarrollar una nueva perspectiva sobre la distinción entre lo público y lo privado en donde las fronteras que existen en cualquier punto en el tiempo son porosas, discutibles y sujetas a constante negociación y lucha; incluso el autor pone como ejemplo de este fenómeno los escándalos políticos.

Thompson explicó por todas las formas qué significado tiene la privacidad, y que ésta no sólo es referente a la información que se puede llegar a manejar sobre determinada persona. El autor definió tres formas que el individuo tiene derecho a ejercer su privacidad:

> La privacidad tiene que ver con la capacidad de los individuos de tener control sobre algo. Normalmente este ´algo´ se entiende como información, es decir, la privacidad es la capacidad de controlar las revelaciones sobre uno mismo, y de controlar cómo y hasta qué punto éstas pueden comunicarse a los demás. Esto no deber ser entendido sólo en términos de información:
> **a) privacidad informativa**, que consiste en el control de la información sobre sí mismo y el derecho a protegerla del acceso indeseado de los demás;
> **b) privacidad de decisión**, que implica el control de nuestras decisiones y acciones, y el derecho a protegerlas de la interferencia indeseada de los demás,
> y **c) privacidad espacial**, el control respecto a nuestros propios espacios y el derecho a protegerlos de la intrusión indeseada de los demás.

[98] *Ibídem*. Pág. 28

> Así, las violaciones a la privacidad pueden definirse en cada una de estas dimensiones: como el acceso y uso ilícito de información sobre nosotros; como una interferencia ilícita en nuestras decisiones y actos, y como una intrusión ilícita en nuestros espacios, ya sea a través de la intrusión física o por medio de vigilancia".[99]

La exposición de la vida privada es tan bien recibida por los consumidores de este periodismo que colocan rápidamente a los "famosos" de nueva cuenta en el imaginario social.

Pero no sólo es el periodismo de espectáculos el que saca provecho de la vida privada de un personaje. En el año 2017 el éxito de la serie de la vida del cantante Luis Miguel fue la fórmula perfecta para volver a hacer negocio del intérprete:

El canal de noticias CNN en Español documentó:

> Cada semana, tras la emisión de los capítulos, el cantante es tendencia en las redes sociales. Sus fanáticos comentan sobre la vida del "Sol de México", la complicada relación con su padre, cómo fue su vida sentimental, las actuaciones de sus protagonistas y por supuesto sus canciones.
>
> Y es precisamente gracias a la serie que las reproducciones del catálogo musical de Luis Miguel en *Spotify* han aumentado en casi 200%, en comparación con el promedio de reproducciones previo al estreno.
>
> Según *Spotify*, el capítulo que hizo que rompiera todos los récords de audiencia fue el número cuatro, en el que luego que Luis Miguel y la fotógrafa Mariana Yazbek ponen fin a su relación, el cantante graba "Culpable o no" ("Miénteme como siempre)", uno de los temas emblemáticos del mexicano.. [100]

[99] *Ibídem*. Págs. 29 y 30
[100] Huston Crespo, Marysabel. (18 de mayo del 2018) "Luis Miguel rompe récords en Spotify gracias a su serie biográfica con Netflix". *CNN en Español*. México.
En: https://cnnespanol.cnn.com/2018/05/18/luis-miguel-rompe-records-en-spotify-gracias-a-su-serie-biografica-con-netflix/
Fecha de consulta: 5 de mayo 2019

La exposición de la vida íntima resulta redituable para los actores involucrados y para las grandes corporaciones.

Sí, la vida íntima pasó del espacio privado a ser parte de la "información" que diariamente llega a las redacciones de los medios de comunicación. Pero el gusto por la exhibición del espacio privado ya no es exclusivo de los medios electrónicos de comunicación.

A principios del siglo XXI hizo su aparición otro fenómeno. Según la escritora del libro *La intimidad como espectáculo,* Paula Sibilia, las nuevas prácticas de exhibición de la intimidad son las nuevas redes sociales que hoy dominan la preferencia de jóvenes y no tan jóvenes como *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, y *My Space*, y esta muestra de la vida privada es puesta en la web por los propios sujetos protagonistas de una intimidad "auto-violada" por ellos mismos.

No es fin de esta investigación el uso hedonista que se le puede hacer a las Nuevas Tecnologías de la Información (TIC´s), pero quisimos detenernos en mencionar el texto de Paula Sibilia porque es la parte del proceso "de exhibición de la vida privada" que analizamos en esta tesis:

> En menos de una década, las computadoras interconectadas mediante redes digitales de alcance global se han convertido en inesperados medios de comunicación. Sin embargo, estos nuevos medios no se encuadran de manera adecuada en el esquema clásico de los sistemas broadcast.
>
> Estas novedades transformaron a la pantalla de la computadora en una ventana siempre abierta y conectada con decenas de personas al mismo tiempo. Jóvenes de todo el mundo frecuentan y crean ese tipo de espacios. (…)
>
> Millones de usuarios de todo el planeta —gente «común», precisamente como usted o yo— se han apropiado de las diversas herramientas disponibles on-line, que no cesan de surgir y expandirse, y las utilizan para exponer públicamente su intimidad. Así es

> como se ha desencadenado un verdadero festival de «vidas privadas», que se ofrecen impúdicamente ante los ojos del mundo entero. Las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes, a disposición de quien quiera husmear; basta apenas con hacer clic. Y, de hecho, todos nosotros solemos dar ese clic[101].

Según la autora "esta peculiar combinación del viejo eslogan *hágalo usted mismo* con el flamante nuevo mandato *muéstrese como sea*, está desbordando las fronteras de Internet y la tendencia ha contagiado a los medios más tradicionales"[102].

"En los últimos años ha estallado una intensa sed de realidad, un apetito voraz que incita a consumir vidas ajenas y reales. Los relatos de este tipo reciben gran atención del público: la no ficción florece y conquista un terreno antes ocupado de manera casi exclusiva por las historias de ficción"[103].

Las barrera entre el espacio público y privado se ha perdido tanto en los medios tradicionales como en las llamadas TIC´s. Es notable la expansión actual de las narrativas biográficas: no sólo en Internet, sino en los más diversos medios y soportes.

"A medida que los límites de lo que se puede decir y mostrar se van ensanchando, la esfera de la intimidad se exacerba bajo la luz de una visibilidad que se desea total. De manera concomitante, el silencio y el vacío invaden los ámbitos considerados públicos"[104].

¿Qué resta, entonces, de la vieja idea de intimidad? ¿Qué significa "público" y qué sería exactamente "privado" en este nuevo contexto?, Paula Sibilia escribió:

---

[101] Sibilia, Paula. (2008) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. México. Pág. 19 y 58.
[102] Ídem.
[103] Sibilia. *Op. cit*. Pág. 73 y 74.
[104] *Ibidem*. Pág. 75

“Las fronteras que separaban ambos espacios en los que solía transcurrir la existencia están desintegrándose, en medio de una crisis que desafía dichas categorías y demanda nuevas interpretaciones”.[105]

Todo esto es de relevancia para nuestro objeto de estudio (el periodismo de espectáculos), ya que su éxito se entiende desde las violaciones a todas las formas de privacidad que Thompson expuso; Norbert Lechner describió que es ese traspaso de la vida privada a los medios como el elemento principal de la llamada “prensa del corazón”. “El traspaso de la vida privada a los medios tiene, por cierto, un elemento de identificación, sea éste positivo o negativo: La proyección emotiva del público en los personajes con alto nivel social, poder adquisitivo o de prestigio es una de las razones más poderosas del éxito incontestable de la prensa del corazón”[106]

4.7 LA TELEVISIÓN

Es el medio de comunicación más satanizado del siglo XX; sus contenidos, su dinámica, su lógica, sus producciones, su influencia ha sido estudiada por todos los científicos en diversas ramas de las ciencias sociales.

Al pasar de los años, este aparato electrónico ha penetrado la intimidad de nuestros hogares y literalmente se ha metido hasta la cocina, recámara y sala de estar de nuestras casas y oficinas. Es sorprendente que a lo largo de toda su historia, la televisión ha sido colocada en lugares que no nos hubiéramos imaginado:

[105] *Ídem*
[106] *Ídem*

En los puestos ambulantes de lotería, venta de comida, ropa, “piratería”; en los camerinos de teatros; en los almacenes, fábricas y maquiladoras; en las salas de espera de los aeropuertos, consultorios y hospitales; incluso dentro de los taxis en movimiento, (no olvidemos que en México se llegó ver a taxistas portando en el tablero de sus autos una pequeña televisión); en algunos países se ha llegado a colocar a la televisión en bañeras y refrigeradores. Sin duda, el ser humano sabe que este aparato puede atraer la atención de cualquier persona en cualquier lugar.

El investigador y académico español, Javier del Rey Morató, dentro de su libro *El naufragio del periodismo en la era de la televisión,* define a la televisión como “uno de los símbolos de la modernidad y de la democracia de masas, la cual es también compañera de nuestras soledades y testigo de nuestra vida cotidiana(…) La televisión es fundamentalmente imágenes y vínculo social, entretenimiento y espectáculo, muchedumbre de soledades arrojadas sobre la pequeña pantalla, evasión, nueva forma de ocio, pero también información y relación con los asuntos que interesan a la sociedad.”[107]

El teórico de la comunicación, Jesús Martín Barbero, en su texto: *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, afirmó que

Mientras el cine canalizaba la experiencia de la multitud, pues era en multitud que los ciudadanos ejercían su derecho a la ciudad, lo que ahora canaliza a la televisión es,

[107] Del Rey Morató, Javier. (1998) *El Naufragio del Periodismo en la era de la televisión*. Editorial Fragua Madrid, España. Págs. 35- 37

por el contrario, la experiencia doméstica y domesticada, pues es desde la casa que la gente ejerce ahora cotidianamente su participación en la ciudad.[108]

La televisión de todos los países, más allá de sus evidentes semejanzas, constituye uno de los factores de identidad nacional, siendo ésta una de sus características esenciales: la televisión es un medio de comunicación generalista y nacional, afirmó Dominique Wolton:

> En Kansas, en Santiago de Chile, en Roma, en Berlín, en Madrid, en Lima, o en la Coruña se ve la misma película del Oeste, la misma comedia, el mismo cine de nazis y judíos, pero en cada emisora se proyecta la película con una banda sonora que reproduce y prestigia la lengua del país, lo cual consigue que Gari Cooper esté solo ante el peligro hablando español, italiano, alemán, gallego o catalán.[109]

Porque como bien lo señaló el comunicólogo e investigador, Jerónimo Repoll, "las audiencias se apropian de los productos televisivos de acuerdo a sus marcos culturales específicos"[110].

4.8 EL CAMPO DE LA TELEVISIÓN

En este apartado empezaremos por afirmar que la televisión es en sí misma un campo con sus reglas, lógicas y hasta contradicciones. Para entender esto empezaremos por trabajar "el concepto de campo" o "la teoría de campo", más adelante veremos que dentro del "campo de la televisión" existe otro campo que es el del periodismo.

Pierre Bourdieu dice que la televisión es un campo en sí misma y el periodismo es otro campo dentro de la televisión. Todo esto porque nuestro estudio de caso es el

[108] Ibidem. Pág. 294
[109] Wolton, Dominique.(1995) *Elogio del Gran Público*. Editorial Gedisa. Barcelona, España. Pág. 11.
[110] Repoll, Jerónimo Luis. (2010) *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México. Pág. 202

programa de televisión “Ventaneando” que ejerce periodismo de espectáculos en la televisión.

Empezaremos por explicar la teoría de campo en general.

El psicólogo Arturo Torres, en su texto *Kurt Lewin y la Teoría del Campo: el nacimiento de la psicología social* dijo que “la psicología utiliza con frecuencia el concepto de campo y lo toma prestado de la física. Un campo, en física, es una zona del espacio en donde existen propiedades representadas por magnitudes físicas (temperaturas, fuerzas, etc.) a las cuales se les asocian entes matemáticos adecuados para su descripción”.[111]

La teoría del campo más representativa es la realizada por Kurt Lewin, quien expresó que:

> Se deben explicar las acciones del hombre a partir del hecho de que percibe caminos y medios particulares para descargar determinadas tensiones. Al individuo le atraen las actividades que ve como medios de liberar su tensión; para él, tienen valencia positiva, y experimenta una fuerza que lo impulsa a realizarlas. Otras actividades tienen el efecto opuesto: el individuo encuentra en ellas la posibilidad de aumentos de tensión; se dice que tienen valencia negativa y que generan fuerzas repulsivas. Toda la conducta o, por lo menos, toda conducta intencional, es motivada; la impulsan tensiones, la mueven fuerzas, la dirigen valencias, y tiene metas.[112]

La sociología retoma el término con Pierre Bourdieu, el cual nos dice que “un campo es un espacio social de acción y de influencia en el que confluyen relaciones sociales determinadas, es una red de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen en su existencia y en las determinaciones que les imprimen a sus

[111] Torres, Arturo. (2010) “Kurt Lewin y la Teoría del Campo: el nacimiento de la psicología social”. *Psicología y Mente.* México. En: https://psicologiaymente.com/social/kurt-lewin-teoria-del-campo Fecha de consulta: 13 de mayo 2018
[112] *Ídem*

ocupantes por la situación actual o potencial en la estructura de distribución de poder o capital, y por las relaciones objetivas con las demás posiciones."[113]

La noción de campo de Bourdieu implica pensar en términos de relaciones. Cada campo es autónomo; la posición dominante o dominada de los participantes en el interior del campo depende en algún grado de las reglas específicas del mismo.

Kurt Lewin consideraba que un grupo social es un todo estructurado, cuyas características son diferentes de la suma de las partes, y entendía que el grupo y su entorno podían considerarse como un campo.

Y si Lewin empezó aplicando la noción de campo a la psicología, y Bourdieu lo llevó a la Sociología, nosotros podemos emplearlo para explicar la lógica de la televisión, porque este aparato electrónico inventado en la segunda mitad del siglo XX es también:

> Campo periodístico que lo genera una psicología de grupo, como la genera el campo universitario, el campo militar o el campo religioso. Por campo de la televisión (subcampo, en realidad, porque forma parte del campo periodístico), entenderemos un espacio social estructurado, un campo de fuerzas, con relaciones de poder y de competencia, que se resuelven en una tensión para transformar o mantener ese campo de fuerzas, esas relaciones de poder, y una situación satisfactoria en un escenario de inevitable competencia.[114]

La televisión es una lupa que amplía todo, amplía el rumor, el chisme, el acontecimiento, el espectáculo, las acciones más cotidianas y simples de la vida, es por esto que no es lo mismo divulgar un "rumor" o "chisme" en los pasillos de una empresa, vecindad, iglesia o escuela que hacerlo dentro de la televisión. El impacto

[113] *Ídem*
[114] Del Rey Morató, Javier. (1998) *El Naufragio del Periodismo en la era de la televisión*. Editorial Fragua, Madrid, España. Págs. 210 y 211

que genera el periodista de espectáculos cuando “informa” sobre la vida personal de un personaje público trae consecuencias que llegan a repercutir en la reputación de dichos personajes.

La televisión está basada en la imagen, y “cuando la imagen construida y escogida por *otro* se convierte en la principal relación del individuo con el mundo que antes contemplaba por sí mismo, de cada lugar a donde podía ir, esa imagen va a ser la base fundamental de todo; porque en el interior de una misma imagen se puede yuxtaponer sin contradicción cualquier cosa.” [115]

Para Pierre Bourdieu la televisión tiene mucho poder, uno de ellos es el poder de evocación, para Bourdieu, el uso de las imágenes transmitidas por televisión son peligrosas porque pueden crear realidades que no existen y traer consecuencias políticas y sociales. “Los peligros políticos inherentes a la utilización cotidiana de la televisión resultan de que la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de la realidad, puede mostrar y hacer creer lo que muestra. Ese poder de evocación es capaz de producir fenómenos de movilización social”[116]

En el siguiente apartado leeremos cómo la televisión tiene su propia narrativa y cómo el periodismo de espectáculos también ha colaborado a “crear tendencias”, narrativas de increpar al otro aún en noticieros que cubren los temas de política.

[115] *Ibidem*. Pág. 40
[116] Bourdieu, Pierre. (1996) *Sobre la Televisión. Textos de dos emisiones televisivas realizadas en el Collge de France*. Editorial Anagrama. Francia. Pág. 27

Concluimos este apartado con la afirmación de Javier del Rey Morató dentro de su libro *El naufragio del periodismo en la era de la televisión:*

"Decir que la televisión y el conjunto de actividades que supone forman un microcosmos con sus leyes propias (leyes que impone la sociedad), es empezar a comprender el fenómeno avasallador de la televisión, su presencia impactante en el espacio público, y su decisiva participación en la vida de individuos y familias del mundo." [117]

4.9 EL ENTRETENIMIENTO DEBE SER NOTICIA Y LA NOTICIA DEBE SER ENTRETENIDA. LA CAPACIDAD DE LA TELEVISIÓN PARA PRODUCIR ESCÁNDALO.

Es una realidad que los medios de comunicación tienen una lógica del entretenimiento hasta en los espacios que ellos llaman informativos. En este tenor de que todo debe "gustarnos", los que trabajan en los medios electrónicos saben que todo producto debe ser consumido para ser comercializado y para captar la atención de la audiencia todo deberá ser entretenido.

"La televisión es fundamentalmente imágenes y vínculo social, entretenimiento y espectáculo, muchedumbre de soledades arrojadas sobre la pequeña pantalla, evasión, nueva forma de ocio, pero también información y relación con los asuntos que interesan a la sociedad"[118], afirmó Javier del Rey Morató.

[117] *Ibidem*. Pág. 209
[118] Del Rey Morató. *Op. cit*. Pág. 102

En el formato televisivo de *El Noticiario*, las noticias tal como las conocemos, deben ser producidas para que la tele-audiencia no se aburra. En una oración, las noticias deben ser entretenidas. La información tiene que ser entretenimiento. La información política, económica, deportiva etc. debe manejar ingredientes para resultar entretenida. Si no, no nos explicaríamos la preferencia del público del noticiario nocturno. Como plantea Javier Del Rey, "En el mundo de la televisión, el espectáculo a veces lo pone la realidad, con su oferta numerosa de referentes excepcionales, escandalosos, morbosos, que tienen que ver con conductas atípicas o con accidentes que dejan una cosecha numerosa de muertos.[119]

Así el tele-noticiero debe ser entretenido y a su vez manejar contenidos del mundo del entretenimiento.

Para el periodista Cristián Farías, autor chileno de la columna semanal "Glamorama" publicada por el diario "La Tercera":

> El periodismo de farándula no nació para desinformar a la gente. Porque en los diarios están todas las noticias y además están los informativos 100% de espectáculos. Yo pienso que nunca las noticias de farándula han intentado esconder otras. A lo mejor sí, en cierta época sí, durante la dictadura chilena del general Augusto Pinochet[120] ahí se explotaban los medios de comunicación. En ese tiempo sí se usaban noticias de espectáculos para tapar otras cosas: se usaba el *Festival de Viña*, *Sábados Gigantes*.

[119] Del Rey Morató. *Op. cit*. Pág.193

[120] **Augusto Pinochet** fue Presidente de Chile entre 1973 y 1990, gobernando como **dictador** tras el derrocamiento del presidente democráticamente elegido, Salvador Allende, en un golpe de Estado. Su legado sigue siendo muy controvertido: sus partidarios apuntan a la floreciente economía de Chile y su clasificación como uno de los países más prósperos de América Latina, mientras que sus oponentes conjeturan que estas mejoras económicas se han producido a un enorme costo humano.
Fuente: Instituto Cervantes. (2010) "Augusto Pinochet". *Revista de Salamanca "Don Quijote"*
En: https://www.donquijote.org/es/cultura-chilena/historia/pinochet/
Fecha de consulta: 13 de mayo 2018

> Pero ahora no, es solo por entretener, también hay información pero redactada muy entretenidamente.[121]

Hoy, los noticiarios están nutridos de todos los contenidos posibles; de inundaciones espectaculares, a guerras con hambrunas; pasando por inauguraciones deportivas hasta hazañas humanas de rescates. Le sumamos que, gracias a las Nuevas Tecnologías de la Información, los jefes de redacción, productores, redactores y reporteros toman los videos subidos a la web y nutren sus informativos con imágenes que van; desde un perro rescatando a un niño, hasta un oso alimentando a sus cachorros.

El noticiero de televisión nos muestra espectaculares noticias porque se sabe que así no se perderá la atención del espectador.

Es necesario profundizar en la distinción entre información, por un lado, y entretenimiento, por el otro, y en cómo estas dos funciones de los medios (ya destacadas desde la teoría de *Los Usos y Gratificaciones* e incluso desde teóricos de la *Mass Communication Research* a inicios del siglo XX) se han articulado en lo que se ha denominado *infoentretenimiento.*

En su texto *Apuntes de presentación algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo televisivo: el infoentretenimiento en la era del espectáculo,* Casero Ripollés Andreu y Javier Morzal

[121] Infante García Marcela. (2002) *Prensa de Farándula: Mírame que te quiero ver: los chilenos espiando por la cerradura.* Universidad Nacional Andrés Bello. Escuela de Periodismo. Santiago de Chile. Chile. Pág. 115

Felici expusieron que el proceso de *espectacularización* de lo real es paulatino progresivo y que se comenzó a gestarse a mediados del siglo XIX.

> Con la consolidación de las sociedades urbanas y el desarrollo de la economía industrial capitalista, cuando se puede situar el nacimiento de la «sociedad del espectáculo». En dicho contexto, asistimos a una creciente «hibridación» que impregna todos los órdenes de la cultura, también el periodismo, que se debate, especialmente en el medio televisivo, entre la transmisión de «información» y ser objeto de «entretenimiento» para la gran masa social de televidentes[122].

Mayra Sánchez Medina, Doctora en Ciencias Filosóficas, profesora e investigadora de "Estética" en la Universidad de Artes de Cuba, escribió: "La cultura popular, la televisión, la moda, la publicidad, y la propaganda comercial, resultan omnipresentes en la vida cotidiana"[123]

Y existen diferentes factores que debemos tomar en cuenta como: "La universalización del principio mercantil, los adelantos tecnológicos, la explosión de los *mass media*, la sobreabundancia de signos, la visibilidad y el ejercicio de la diversidad valorativa humana"[124].

Javier del Rey Morató, en su libro *El naufragio del periodismo en la era de la televisión*, describió el modo en que se produce y se lleva a cabo el ejercicio periodístico en la televisión:

> La capacidad de la televisión para producir escándalo está testada. Y esa producción de espectáculo no parte necesariamente de una realidad ajena a ella, y sobre la que ella informa, sino a partir de acontecimientos estrictamente mediáticos, generados por el propio medio y capaces de secuestrar la atención de los ciudadanos, que dejan

[122] Casero Ripollés Andreu y Javier Morzal Felici. (2010). *Algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo televisivo: el infoentretenimiento en la era del espectáculo*. Universidad Jaume I de Castellón. España. Pág. 14
[123] Sánchez Medina, Mayra. (2010) *Entre la espectacularidad y el deseo: la estetización. ¿Una segunda metamorfosis?* En: Pech Cynthia y Romeu Vivian. (2010) *Lo Comunicativo, lo artístico y lo estético*. UACM. México. Pág. 46
[124] Ídem.

ocupaciones alternativas y programas que podrían ver, en beneficio de la realidad mediática propuesta por la pequeña pantalla.[125]

4.10 EL PERIODISMO Y LA CULTURA

En este apartado analizaremos el concepto de *cultura* desde su enfoque antropológico, ya que el periodismo de espectáculos muestra, refleja y es resultado de la cultura mexicana, que no únicamente refleja, sino que también la recrea.

La cultura condiciona, incide y permea en la comunicación, pero también la comunicación "crea cultura". El teórico de la comunicación, Jorge González, autor del libro *Más (+) Cultura (S), ensayos sobre realidades plurales* nos dice que "la cultura está en todas las relaciones sociales. No se puede ser socialmente y no significar. La cultura es una visión que nos define el mundo"[126]

El periodismo es una actividad humana, por lo tanto una actividad cultural, Lawrence Stenhouse declaró: "La cultura sirve de medio a través del cual las mentes humanas individuales interactúan en la comunicación"[127].

Por su parte Nestor García Canclini[128] nos dice que "la cultura propicia la comunicación y el intercambio (interno y con el mundo"[129] Canclini ha expresado en determinadas ocasiones su preocupación por la cultura, el autor habla "en favor de

[125] Del Rey Morató, Javier. (1998) *El Naufragio del Periodismo en la era de la televisión*. Editorial Fragua, Madrid, España. Pág.195
[126] González, Jorge A. (2002) *Más (+) Cultura (S), ensayos sobre realidades plurales*. Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes. México. Págs. 59 y 60
[127] Lawrence, Stenhose. (1997). *Cultura y Educación.* Editorial MCEP. España. Pág. 43
[128] Profesor distinguido y Director del *Programa de Estudios sobre Cultura Urbana* de la Universidad Autónoma Metropolitana.
[129] García Canclini, Nestor. (24 de febrero 2005) "Conferencia para el Seminario sobre Cultura y Desarrollo, en el Banco Interamericano de Desarrollo". Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, Estados Unidos. Pág. 6

una consideración no sólo económica del desarrollo cultural", señala que la cultura y las comunicaciones contribuyen al desarrollo comunitario.[130]

La licenciatura de Comunicación y Cultura que ofrece la *Universidad Autónoma de la Ciudad de México* concientiza a los estudiantes a ver la comunicación desde el enfoque cultural y que estos dos conceptos son indisolubles.

Uno de los teóricos más reconocidos, que sustenta este interesante enfoque, es Jesús Martín Barbero quien afirmó: "Lo que es comunicación hoy en América Latina no nos lo puede decir la semiología ni la teoría de la información, no nos lo puede decir sino la puesta a la escucha de cómo vive la gente la comunicación, de cómo se comunica la gente"[131]

Como afirmó el profesor e investigador Jerónimo Repoll la comunicación no debe ser vista desde la perspectiva puramente mediática: "Hasta hace pocos años, los investigadores sólo hablaban de medios. Incluso hoy, la gran mayoría de ellos sigue pensando la comunicación desde una perspectiva puramente mediática. Esto quizá responda a la angustia que nos provoca mirarnos en el espejo de la sociología o la antropología, la semiótica o la psicología"[132]

Los programas y publicaciones de espectáculos mexicanos, aunque no lo quieran, y no lo vean están mediados por la cultura mexicana, es decir que la producción de sus mensajes coinciden con los gustos, la forma de ver el mundo de sus consumidores;

---

[130] *Idem*.
[131] Martin Barbero, Jesús. (2 de marzo de 1998) "Texto de la conferencia dictada en la Facultad de Comunicación Social en la Universidad Javeriana". Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. Pág. 17
[132] Repoll, Jerónimo Luis. (2010) *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México Pág. 89

por ejemplo, en México gran parte de la sociedad practica los sacramentos de la Iglesia Católica, y así los medios cubren como “noticia” la boda de la cantante, el bautizo del hijo del actor, la *primera comunión* de la hija adolescente de tal actriz. Sin duda el periodismo de espectáculos de cada país tendrá “su marca cultural”.

Los mexicanos todos los días estamos tentados a “voltear a ver” este tipo de periodismo como cualquier persona que pasea por la calle junto a un escaparate, quizás no lleguemos a comprar lo exhibido allí, pero observamos parte del producto, por ejemplo las personas se detienen a hojear las revistas en las filas del supermercado.

Algunos aspectos que este texto quiere considerar son: el concepto de *cultura*, ya que el periodismo de espectáculos muestra, refleja y es resultado de la cultura mexicana. Repetimos: no únicamente la refleja, también la recrea.

4.11 El CHISME Y EL SECRETO

Por último, dos palabras que desde la academia ya se han sido conceptualizadas, analizadas y consideradas por otras investigaciones sociológicas, psicológicas y antropológicas, y que para este trabajo consideramos necesario retomar, o por lo menos mencionar.

Nos referimos a dos palabras/ acciones que se encuentran relacionadas y que están en cualquier sociedad:

“El chisme y el secreto”. Están íntimamente relacionadas, porque sin secreto no podría haber “Chisme”.

Porque la vida privada de los demás personas siempre ha sido de interés de todos, de hecho “el chisme”, el interés por lo que hacen o hicieron “los otros”, es una actividad cotidiana en pueblos, comunidades y ciudades.

Martha Blanche al hablar del texto de Patricia Fasano *De boca en boca. El chisme en la trama social de la pobreza* definió “Chisme” como “un género conversacional de la narrativa oral que, en nuestro medio académico ha sido escasamente tomado en consideración hasta ahora”[133].

La Real Academia de la lengua española lo define “chisme” como el masculino coloquial “Noticia verdadera o falsa, o comentario con que generalmente se pretende indisponer a unas personas con otras o se murmura de alguna.”[134]

El estudio de este concepto, que para muchos intelectuales puede resultar repulsivo, ayuda a comprender en algunos aspectos las características de nuestras sociedades. El chisme habla de quien lo emite. Como diría Marshal McLuhan, “el medio es el mensaje”; un mensaje chismoso equivale a un emisor igual de chismoso.

Lo central del chisme es la interpretación, el acto de “hacer chisme” es placentero e implica poder en sí mismo. La periodista Patricia Chapoy Acevedo (cabeza del programa de televisión “Ventaneando” que utilizaremos más adelante como muestra

[133] Fasano, Patricia. (2002) *De boca en boca. El chisme en la trama social de la pobreza*. Centro de Antropología Social del IDES. Universidad Nacional de Misiones. Argentina. Pág. 23
[134] Real Academia de la Lengua Española. (2010) “Definiciones”. *RAE*. España.
En: http://dle.rae.es/?id=8tUu95T
Fecha de consulta: 13 de mayo 2018

de análisis) tiene poder en su ámbito, así como los distintos periodistas que la rodean. Guy Debord nos dijo que “los periodistas tienen el inmenso poder de actuar sobre la cultura”[135] que “el secreto domina al mundo y, en primer lugar, lo hace como secreto de dominación”[136] y que “quien está contento en el secreto apenas lo critica”[137]

El chisme no tendría ningún sentido si no incluyera temas que nacieron desde la secrecía. Guy Debord recalcó en su texto *La sociedad del espectáculo* que “Nuestra sociedad se basa en el secreto”[138] y que no existe espectáculo sin secreto. El secreto es la base del espectáculo.

El periodismo de espectáculos “juega” constantemente con estas dos acciones. Se mantiene la vida privada en secreto, pero cuando se saca de la secrecía dicha vida y se expone en los medios de comunicación, la vida privada se convierte en “noticia”.

“El chisme”, que es la divulgación de un hecho real o falso que se cree estar en un total “secreto”, forma parte del ejercicio conversacional dentro de cualquier sociedad.

Esto puede ser tema de estudio dentro de la llamada cultura popular y es también tema importante para otras investigaciones sociológicas, antropológicas o psicológicas. Porque ¿qué satisfacciones podría tener que una persona se entere de algo secreto de la vida privada de determinada persona? ¿Hay placer en enterarse y

[135] Debord Guy. (1988). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Editorial Gérard Lebovici. París, Francia.
Pág. 214
[136] *Ibidem*. pág. 77
[137] *Ibidem*. Pág. 78
[138] *Ibidem*. Pág. 67.

luego divulgar el chisme? ¿Podemos encontrar hasta satisfacciones biológicas en lo anterior?

¿Qué placer encuentra una persona en enterarse de algo secreto? ¿Qué necesidad psicológica cubre determinado individuo en dar a conocer algo, que al oído de otro tercero es desconocido y hasta morboso?

5. METODOLOGÍA Y UNIDADES DE CLASIFICACIÓN

El propósito de esta investigación fue reflexionar, describir y analizar algunas formas en las que el periodismo de espectáculos toma la vida privada de los personajes públicos y hace "espectáculo" de la misma. Para esto hicimos un *análisis de contenido cualitativo* del programa "Ventaneando" tomándolo como un medio para ejemplificar cómo se hace periodismo de espectáculos en México.

Sin embargo, al analizar un producto audiovisual tuvimos en cuenta el contenido lingüístico que inherentemente existe porque es el que es necesario para comunicar; es por ello que, aunque no pretendimos hacer un análisis del discurso a profundidad, sí consideramos que dentro de cualquier contenido de periodismo de espectáculos vienen implícitos elementos, recursos y referencias de lenguaje.

También existieron elementos paralingüísticos que subrayamos porque no pudimos dejar pasar de largo; en algunas ocasiones encontramos los tópicos de control de la entonación, selección de temas, distribución de roles al hablar y algunas representaciones mentales que fueron parte de algunos elementos al hacer nuestro análisis, pero nunca un fin.

Ya que: "El poder moderno consiste en influenciar a los otros por medio de la persuasión para lograr que hagan lo que se quiere. Los grupos que tienen acceso a esas formas de poder y control social son generalmente grupos que han sido legitimados y tienen a su vez acceso al discurso público. Esto es lo que en Gramci se

conoce como hegemonía (…) el poder de los medios de comunicación es generalmente simbólico y persuasivo"[139]

Aquí importa tanto el qué se dice, como el cómo se dice. Es por ello que hicimos "análisis textuales" (análisis de discurso) de corte cualitativo, que al igual que el análisis de contenido, también nos sirvieron para enriquecer el estudio (en este caso un programa de televisión).

Como nuestra muestra análisis, para entender el periodismo de espectáculos, fue el programa de televisión "Ventaneando", es importante saber un poco de su historia y cómo fue posicionándose durante más de 23 años en la programación del canal *Uno* de televisión, así que en este apartado ofrecemos un breve antecedente de éste.

Después explicamos que fue necesario el diseño de *Fichas de Análisis* para comenzar a recabar la información (notas, temas, discursos etc. que dicho programa emite por medio de conductores y reporteros), posteriormente nos detendremos en explicar brevemente cada una de las Fichas de Análisis que utilizamos para estudiar el discurso de nuestro objeto de estudio.

Por último, describimos los elementos de nuestro cuerpo de análisis en los cuales pusimos énfasis durante la observación del programa de televisión.

[139]Van Dijk Teun A. (1994) Discurso, Poder y Cognición Social. Conferencias de Teun A. van Dijk. En Cuadernos. No. 2, Año 2. Maestría en Lingüística. Escuela de Ciencia del Lenguaje y Literaturas. Universidad del Valle. Pág. 11

5.1 ANÁLISIS DE CONTENIDO CUALITATIVO

Francesco Casetti y Federico di Chio en su texto “Análisis de la televisión” nos explican que: “El análisis de contenido comprende un conjunto de técnicas de investigación empírica, destinadas a estudiar los contenidos recurrentes de una determinada muestra de texto (en este caso televisivos)”.[140]

Los autores afirmaron que: “Incluso los textos televisivos se pueden abordar desde diferentes puntos de vista y estudiar mediante diferentes instrumentos”[141]

Y es por ello que el enfoque de esta investigación fue cualitativo, es decir, que no nos centramos en los números, repeticiones y estadísticas de la información (metodología cuantitativa) sino que dimos énfasis a la interpretación de los datos no importando cuántas veces se repitan o no.

5.2 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Fue necesaria la realización de fichas para identificar contenido y discursos, y a su vez recoger las “unidades de clasificación” que contienen elementos útiles para nuestra investigación; el modelo de ficha fue retomado del ya mencionado texto *Análisis de la Televisión* de Francesco Casetti y Federico di Chio, el cual nos dice:

[140] Casetti, Francesco y Federico di Chio. (1999) *Análisis de la televisión*. Editorial Paidos. Barcelona, España. Pág. 235
[141] Ídem.

“La estructura de la ficha es semejante a un cuestionario: Consta de una serie ordenada de voces, que se pueden considerar como si fueran preguntas dirigidas al texto. Las voces pueden ser abiertas o cerradas”[142]

Aplicadas al programa de televisión “Ventaneando” (5 emisiones aleatorias), **las fichas** nos permitieron dar un primer acercamiento al texto televisivo que se abordó (observar conductores, duración, fecha de transmisión, número de notas grabadas, número de enlaces en vivo, número de entrevistas vía telefónica etc.) También nos sirvieron para discernir por separado los elementos del programa televisivo, y que en la realidad se presentan de manera junta para el espectador, y dan la impresión de que el programa en sí es una unidad que no se puede desfragmentar.

Porque “el texto televisivo se puede afrontar desde el punto de vista de sus elementos lingüísticos, de su estructura y proceso. Es decir, podemos acercarnos al texto televisivo para estudiar tanto sus signos como sus códigos: también podemos centrarnos en el mundo puesto en escena, o bien se puede analizar las estrategias que el texto pone en marcha para comunicar algo al espectador”[143]

Las fichas de análisis las hicimos por categorías, para tomar en cuenta los elementos que aparecen dentro del programa de televisión. Así, se tomaron en cuenta para el análisis de cada emisión cuatro fichas y las titulamos de la siguiente forma:

1) Ficha de Análisis por Programa

2) Síntesis del Discurso (Ficha A y B)

[142] Ibidem. 240
[143] *Ibidem.* Pág. 259

3) Ficha de Análisis de Nota Grabada

4) Análisis del Texto y Verbalizaciones

Categorías que plasmamos en un cuadro de análisis para cada una de ellas y para utilizarse en la observación de cinco emisiones del programa "Ventaneando".

En el apartado de Anexos presentamos dichas fichas y sus categorías.

Las categorías de análisis en sí contienen una muestra de lo expresado por los conductores de dicho programa de televisión en determinado momento dentro del programa al aire. Volvemos a subrayar que:

"No se trata de medir cuantitativamente la presencia de determinados temas, figuras o ambientes, sino de poner de relieve la arquitectura del programa, la estructura teórica que lo sostiene, las estrategias utilizadas. De esta forma se reconstruye la estructura y los proceso del programa en términos cualitativos"[144]

Por eso también hicimos una ficha de análisis para describir y analizar de manera aislada lo que una nota grabada contiene.

Para sintetizar, antes de citar textualmente el discurso, pondremos las iniciales de los 6 conductores de "Ventaneando" de la siguiente forma:

(PC) Patricia Chapoy

(D) Daniel Bisogno

[144] Montero Arizmendi, Karina. (2003). *Análisis del discurso televisivo del programa "Cosas de la Vida" de canal 13 de Televisión Azteca.* Tesis UNAM. ENEP Acatlán, Estado de México. Pág. 51

(PS) Pedro Sola

(M) Mónica Castañeda

(J) Jimena Pérez

(L) Linet Puente

Aclaramos que no todos los conductores aparecen diariamente en los programas televisivos

Es importante mencionar que no todos los programas analizados requieren de las 4 fichas, puesto que podríamos ser redundantes, pero también podría haber fichas que se repitan en un mismo programa como la de “Notas grabadas”.

5.3 SELECCIÓN DEL CORPUS ANALIZADO

Decidimos proponer así el análisis porque al estar observando el programa apreciamos que los elementos que tienen más énfasis eran, precisamente: las notas grabadas y los comentarios sobre esas notas. Todo esto derivado de la información previamente resumida en una escaleta dada a los conductores antes de la transmisión del programa “Ventaneando”.

También, vimos que después de ofrecer dicha información a la tele-audiencia se desprendían otras acciones por parte de los conductores:

Adjetivaciones, juicios de valor, chismes, especulaciones, chistes, burlas y todo eso mientras tienen en mano una especie de guion, o más preciso una escaleta.

Encontramos que dichos elementos sobresalen de los aspectos de pre-producción, es decir, que son improvisadas algunas expresiones de los conductores, o eso es lo que se quiere transmitir a la audiencia, el simular que los conductores expresen su opinión como si lo hicieran en la sala de su casa.

Por supuesto que pusimos énfasis en lo que se dijo, pero también en el cómo se dijo. Ya que la forma viene acompañada del fondo. Porque "las características discursivas no sólo remiten a las estructuras del texto (qué), sino también a los modos en cómo se presenta".[145]

La forma en que los personajes principales que aparecen a cuadro en "Ventaneando" se desenvuelven a lo largo de dicha emisión es crucial para entender que detrás de cada información hay un interés comercial, empresarial y hasta personal; más adelante explicamos que existe también "el juego narrativo": movimientos de cámara, gestos, ritmo al hablar, edición y musicalización para fomentar o despertar el morbo o curiosidad en la audiencia.

Dicho juego (que más adelante desglosamos y que se puede observar dentro del programa televisivo) intenta crear en la audiencia un gusto, y la fascinación por seguir viendo el programa durante todos sus bloques, y por supuesto, sintonizarlo al día siguiente.

Estos cuadros de análisis también contienen las características más notorias de los conductores principales y mostramos formas narrativas, así como la descripción de

[145] Montero Arizmendi, Karina. (2003). *Análisis del discurso televisivo del programa "Cosas de la Vida" de canal 13 de Televisión Azteca*. UNAM. ENEP Acatlán. México. Pág. 41

algunas escenas y contextos que se dieron en la revisión de dicho programa de televisión.

5.4 “AQUÍ EL QUE NO CAE RESBALA”. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA DE ESPECTÁCULOS “VENTANEANDO”

“Ventaneando” inició transmisiones el 22 de enero de 1996, por el canal 7 de televisión abierta, con una duración de 30 minutos (incluidos cortes comerciales).

El formato fue creado por la productora Carmen Armendáriz y la periodista de espectáculos Patricia Chapoy Acevedo. El presidente de la televisora, TV Azteca, Ricardo Benjamín Salinas Pliego, pidió a la productora Armendáriz presentar un piloto de un programa sobre espectáculos y farándula mexicana diferente al de los que se venían haciendo en esa compañía.

Así, el 22 de enero del año 1996, el programa salió al aire a las 9:30 de la noche con una escenografía muy llamativa para la tele-audiencia: Un set que simulaba una sala de un hogar, con una televisión prendida (puesta como monitor) y detrás de ella una ventana gigante. Su primer slogan quedó grabado en el imaginario social del mexicano: “Aquí el que no cae resbala”

Los conductores estelares fueron: los periodistas de espectáculos Patricia Chapoy, Martha Figueroa, Juan José Origel y el economista Pedro Sola Murillo.

Ellos se presentaban sentados (cada uno en un sillón) separados por una pequeña mesa de centro, y como ya se mencionó, todo evocaba a simular “una sala de estar” de cualquier hogar de clase alta del país. Debido al éxito de “Ventaneando” en ese

año, los demás programas de espectáculos en televisión utilizarían una sala como escenografía.

El programa durante sus inicios gustó al público televidente. Una de sus "aportaciones" al periodismo de espectáculos, es que "Ventaneando" fue el primer programa de la televisión abierta que empezó a utilizar imágenes de las telenovelas de Televisa bajo la protección del término "Crestomatía"[146], después de esto la empresa Televisa comenzaría un litigio legal en contra de la televisora del Ajusco por el uso de sus imágenes. Lo anterior es relevante porque después de esa demanda, el uso de la "Crestomatía" se regularizaría en el país.

Por utilizar fragmentos de imagen de los programas de Televisa, el 31 de julio de 1997, el juez primero de distrito en materia penal, Arturo Sánchez Valencia, dictó auto de formal prisión a Patricia Chapoy, conductora del programa de televisión

[146] Un elemento muy utilizado sobre todo por las televisoras para reproducir material de terceros sin una autorización específica es el uso de la palabra "Crestomatía", seguido de la información del titular de los derechos, por ejemplo, usan una escena de un programa de televisión de Televisa y sobre la imagen que generalmente no es mayor a 30 segundos, insertan la leyenda "Crestomatía, Televisa 2012".

La crestomatía en estricto sentido es la selección de algunos fragmentos de una obra literaria con fines educativos, sin embargo ahora también se han cobijado bajo este término los fragmentos de audio o vídeo de distintos géneros del entretenimiento.
Esta figura se cobija bajo los principios del "Fair Use" contenido en la mayoría de las legislaciones de derecho de autor en el mundo, sin embargo la línea entre "Fair Use" e infringir derechos de autor es muy delgada, por lo que tenemos que tomarla con mucho cuidado.
El principio de Fair Use o uso justo son una serie de excepciones muy específicas a las leyes de derecho de autor que permiten usar porciones de materiales de terceros sin una autorización expresa para fines educativos, noticiosos, de crítica o de investigación exclusivamente.
Fuente: Gómez, Julio. (2011). "La crestomatía o uso de material de terceros en nuestras producciones*". Cine Digital.* México*.* En: https://www.cinedigital.tv/la-crestomatia-o-uso-de-material-de-terceros-en-nuestras-producciones/ Fecha de consulta: 5 de abril 2018

“Ventaneando”, “al considerar que existían elementos para procesarla por infracción al artículo 135 de la Ley Federal de Derechos de Autor”[147]

Patricia Chapoy Acevedo, quien no acudió al juzgado, ubicado a un costado del Reclusorio Norte, contó con un amparo emitido por un tribunal unitario por lo que no fue sometida a prisión.

El juez Arturo Sánchez Valencia declaró en aquel año: “Existen elementos, para considerar que es probable que la señora Chapoy sea responsable de infringir la fracción II del artículo 135 de la Ley Federal de Derechos de Autor. La utilización de la imagen no responde a la figura de crestomatía que es de uso didáctico o literario".[148]

La demanda duró 3 años, y de ella resultó un cambio significativo en cuanto a la Ley de Radio y Televisión en México; ya que se acordó, previa reforma a la ley, que: “Cualquier medio de comunicación podría utilizar imágenes o audios de otras empresas, siempre y cuando fuera por una duración de 30 segundos y se acreditara el nombre del programa, año y medio donde se transmitió originalmente, hecho que consolidó la ya vieja crestomatía”[149].

---

[147] **El artículo 18 de la Ley Federal de Derechos de Autor de 1963** (abrogada este año) define:
“El derecho de autor no ampara los siguientes casos...
d) la traducción o reproducción, por cualquier medio, de breves fragmentos de obras científicas, o literarias o artísticas, en publicaciones hechas con fines didácticos o científicos o en crestomatías, o con fines de crítica literaria o de investigación científica, siempre que se indique la fuente de donde se hubieren tomado, y que los textos reproducidos no sean alterados".
Artículo 135 de la misma ley, con base en la cual dictaminó el juez: “Se impondrá prisión de seis meses a seis años y multa por el equivalente de cincuenta a quinientos días de salario mínimo, en los casos siguientes: ...(fracción II) Al editor, productor o grabador que edite, produzca o grabe para ser publicada una obra protegida, y al que la explote o utilice con fines de lucro, sin consentimiento del autor o del titular del derecho patrimonial”

[148] Ravelo, Renato. (31 de julio de 1997) “Dictan auto de formal prisión a la conductora Patricia Chapoy”. *La Jornada*. México. En: https://www.jornada.com.mx/1997/07/31/pati.html Fecha de consulta: 15 de junio 2018

[149] Ídem.

Aquí vemos cuánto alcance tuvo la transmisión de dicho programa de televisión, ya que un banal programa de espectáculos derivó en un conflicto de intereses empresariales; después en un litigio por Derechos de Autor y acabó en una reforma al artículo 135 de la Ley Federal del Derecho de Autor.[150]

Durante 23 años de transmisión, “Ventaneando” ha tenido diversos horarios, en diferentes canales con distintas duraciones por emisión: ha sido de media hora, una hora, hora y media y dos horas en los canales 7 y 13 de televisión abierta.

Durante principios de la década de los dos mil, el programa se transmitía de lunes a viernes de 6 a 7:15 de la tarde por la señal del canal 13. Después ha tenido los horarios de 4pm a 5:30 de la tarde, por el ahora canal Uno de televisión abierta. Actualmente (en marzo del 2019) el programa tiene su inicio a las 3 de la tarde a 4 pm. con una duración de una hora. (36 minutos si le quitamos comerciales y menciones comerciales en vivo que los conductores hacen durante la emisión del programa)

[150] Ídem.

6. BURLA, CHISME Y SARCASMO: EL DISCURSO DE VENTANEANDO

Programa ***Ventaneando***. Programas analizados:

Programa	Fecha de transmisión	duración Neta*	Horario al aire **
1	Jueves 28 de febrero del 2019	00:36:14	3pm. a 4pm.
2	Martes 5 de marzo del 2019	00:37:06	3pm. a 4pm.
3	Lunes 18 de marzo del 2019	00:36:26	3pm. a 4pm.
4	Jueves 7 de febrero del 2019	01:01: 36	4pm.a 5:30pm.
5	Lunes 21 de enero del 2019	01:03:34	4pm.a 5:30pm.

*(Tiempo sin cortes comerciales, ni menciones comerciales en vivo)

** Transmisión por la señal abierta en el canal Uno de Televisión Azteca, México.

NOTA: Todos los programas (emisiones) se pueden consultar en la cuenta oficial de ***Youtube*** del programa y estuvieron ***on line*** durante todo el lapso de esta investigación.

6.1 Análisis del programa *Ventaneando* del jueves 28 de febrero del 2019. (Programa 1)[151]

"Ventaneando" se transmite en vivo (en interiores) desde el foro 3 de las instalaciones de Televisión Azteca en el la colonia Pedregal de la Ciudad de México. Como ya mencionamos en los antecedentes del programa, desde su inicio "Ventaneado" ha tenido diferentes horarios.

En el "programa 1" la emisión se empezaba a transmitir de 3 y terminaba a las 4 de la tarde.

Al iniciar la observación del programa, vemos una toma abierta a (lo que simula) una mesa de un comedor de cualquier hogar de clase alta mexicano. Siempre en "Ventaneando" se usa una sala para comentar las notas y en algunas ocasiones se presenta a los conductores en una mesa-*antecomedor* pero hasta los bloques finales.

En esta ocasión el programa abrió en lo que simula dicha mesa. Atrás, en la escenografía vemos una chimenea, un refrigerador, una alacena, una mesa de cocina, un horno de microondas, una ventana, unos escalones, unas macetas con plantas y un suelo que simula un acabado en fina madera.

Tanto la escenografía, como lo que se informa; lo que se ve y lo que se oye, lo que denotan y connotan los comentarios de los conductores; tienen en estos mismos "ingredientes" un poder de evocación. Es decir, que "Ventaneando" nos muestra una realidad y nos hace creer lo que muestra; desde que se está platicando

[151] Véase apartado de Anexos *Ficha de análisis del Programa 1*

“inofensivamente” en un comedor, sala, o cocina; hasta hacernos creer que *se nos informa por servicio al televidente*, regulando la subjetividad y sin fines de lucro. A veces el mayor discurso repetido mil veces por el conductor Daniel Bisogno es que su tarea (la de los conductores) es “hacerles pasar un buen rato” (al público televidente).

Parece que la ambientación alude una intimidad; porque es en la intimidad del hogar donde nos sentimos con toda confianza y seguridad para hablar del vecino, de la compañera de trabajo, de cómo nos fue en las actividades de la escuela, del campo laboral o qué vimos en la calle.

Que “Ventaneando” sea la puesta en escena de la intimidad de cualquier hogar, no es casualidad, porque ya sea con la pareja, el *roommate* o con algún miembro de la familia, nos sentimos en toda confianza de expresar nuestras opiniones en la casa-habitación. Ya que “el hogar, bajo esta mirada tradicional, es considerado como el espacio que forja el espacio del adentro, la privacidad y, por consiguiente, la seguridad y la estereotipia de roles. La morada es vista como espacio que genera identidad y, por esa razón, se la valora por lo que aporta al sujeto. Históricamente, el hombre valora su hogar por su valor de uso.”[152]

Los cinco conductores están sentados en dicha mesa y sobre ella existe comida real. Encima de la mesa vemos jugos, aderezos, un centro de mesa, flores, fruta, celulares, el guion o escaleta del programa, platos con sus respectivos cubiertos, fruta, jugo, botana, quesos, carnes etc.

[152] Cano, Oriol Alonso. (2012) “MERCANCÍA Y HOGAR: LA CASA COMO NO-LUGAR”. *Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 7, núm. 1, pág. 103. Asociación de Antropólogos Iberoamericanos en Red Madrid, Organismo Internacional.

Como el programa se transmite a la hora de la comida (3pm. hora en que la mayoría de la sociedad mexicana come en su casa) los conductores platican dentro de la emisión y hacen lo que toda familia mexicana puede llegar a realizar; comer y platicar.

Los cinco conductores, de lo que en esta investigación hemos llamado “Programa 1”, son: Daniel Bisogno, Linet Puente, Pedro Sola, Mónica Castañeda y Jimena Pérez.

Como en todas las emisiones, el conductor principal comienza a darles la palabra a los otros cuatro participantes y cada conductor empieza por dar el avance de algunas notas o temas que se presentarán dentro del programa. A esto en el argot televisivo se le llama *teaser*, en español “titulares”: “No hay noticia sin titular, es una categoría obligatoria de la noticia y se puede controlar”[153].

En esta ocasión encontramos que Bisogno suple a la conductora líder que es Patricia Chapoy Acevedo, ella es quien tiene el control de *la selección de turnos* y *distribución de roles* dentro del programa. Ella con una mirada calla o da la palabra a sus subalternos.

[153] Van Dijk Teun A. (1994) Discurso, Poder y Cognición Social. Conferencias de Teun A. van Dijk. En Cuadernos. No. 2, Año 2. Maestría en Lingüística. Escuela de Ciencia del Lenguaje y Literaturas. Universidad del Valle.

“Aquí toma gran importancia el papel discursivo del hablante, y las categorías fijas convencionales que se han definido socialmente: quién comienza el discurso, quién lo puede cerrar y quién lo puede continuar”[154]

El programa de “Ventaneando” está inserto dentro del campo de la televisión; tiene una estructura, una escaleta, un horario, un *set* en foro, un principio, cortes comerciales, cortinillas de entrada y de salida; gráficos, *titulaje*. Cámaras que enfocan, acercan y se mueven. Es aquí donde encontramos que el programa contiene una lógica, tiene reglas que son propias de la producción televisiva.

Es lo que Javier del Rey Morató mencionó en su texto *El naufragio del periodismo en la era de la televisión:* el llamado “campo de la televisión”. La producción, transmisión y recepción de “Ventaneando” cumple reglas, formatos, acciones dinámicas que son las que hacen funcionar a este importante medio de comunicación.

Como bien mencionamos anteriormente, dentro del campo de la televisión aparece otro subcampo: “el campo de periodismo”. Del Rey Morató afirma que en el subcampo del periodismo se presentan tensiones, relaciones de competencia y de poder.

En “Ventaneando” existen tensiones de poder dentro y fuera de la televisora que hacen que la transmisión del programa se condicione a los intereses de los que ahí

[154] *Ibidem*. Pág. 15

laboran. Por ejemplo: cambios de horario, competencias en otras cadenas de televisión, reacciones a otras notas de espectáculos, agresividad por ver quién tiene el mejor *rating* o credibilidad.

De hecho, como remarca en sus promocionales (mayo 2019), los conductores siempre tratan de indicarle al público que “Ventaneando” es *el número uno en su categoría y con años de experiencia.*

Si vemos en el apartado de anexos *La ficha A del programa 1* es referente al cantante mexicano “José José” quien en diversas ocasiones ha declarado que no desea dar entrevistas a los representantes de los medios de comunicación.

Un personaje público que no quiere dar entrevistas, en “Ventaneando” es criticado, en este caso por el conductor Daniel Bisogno, y éste le pone el adjetivo de “incongruente”[155]. Además, el conductor, con un tono irónico, da un discurso sobre “el deber ser”.

Así, con toda la seguridad de tener la razón, el conductor dijo que el cantante tiene que dar entrevistas porque es un personaje público, “y ese es su deber”.

En “Ventaneando” se dice “es un incongruente” con una certeza y seguridad de un juez, de un tirano que no acepta más que “su verdad”.

Para un espectador, la propuesta de Bisogno puede ser la correcta; porque aquí se da “el pacto comunicativo entre “un autor implícito y el espectador implícito”, lo que

[155] Véase Apartado de Anexos. Ficha A Programa 1.

Karina Montero Arizmendi expone en su tesis *Análisis del discurso televisivo del programa "Cosas de la Vida*":

"El pacto comunicativo: el autor implícito y el espectador implícito se enfrentan mutuamente en el texto, como en un pacto hecho de propuestas y aceptaciones, esto significa que el espectador ideal se concibe como alguien que acepta ver, saber y creer todo lo que el autor ideal le propone."[156]

Y es que "a la televisión le basta con poner a su audiencia frente a la pantalla para ponerla (aparentemente) frente a la realidad".[157]

Analizando la forma en que el cantante "José José" respondió a una llamada telefónica de la redacción de "Ventaneando", pudimos entender que el personaje no estaba del todo consciente y que estaba respondiendo a una entrevista sin que él supiera conscientemente que lo estaban grabando.

Aquí vemos una "trampa" que es muy constante en el periodismo de espectáculos con tal de tener una entrevista, y es, llamar y acercarse a un personaje como cualquier otra persona y esconder la grabadora, cámara y por supuesto nunca informar de que se está siendo grabado.

La intencionalidad de los conductores fue una especie de venganza o linchamiento mediático al cantante mexicano porque no les concede una entrevista, también

[156] Montero Arizmendi, Karina. (2003). *Análisis del discurso televisivo del programa "Cosas de la Vida" de canal 13 de Televisión Azteca.* UNAM. ENEP Acatlán. México. Pág. 42
[157] Ídem.

conocido como “Príncipe de la Canción”, todo esto lo detonó una nota grabada en la cual se intentó hacer una entrevista al personaje público llamado José José.[158]

Pero el valor de este ejercicio “periodístico” fue que se mostró a la audiencia (a decir de la reportera) “la primera prueba de vida del cantante”, claro, sin especificar del todo que los mexicanos teníamos recientemente en la memoria un rumor de que el personaje estaba muerto[159].

La narrativa periodística que se reproduce en el programa “Ventaneando”, tanto en sus notas grabadas como en los comentarios de sus presentadores principales, es que se maximiza (se exagera) la realidad; por ejemplo: algo tan rutinario como la cena del cantante Luis Miguel en Buenos Aires, Argentina, puede resultar banal, pero el programa se encarga de que el televidente sienta y piense que esas imágenes son importantes porque desde el comienzo del programa “se grita” que ellos tienen la exclusiva, se ponen gráficos en donde se escribe “que las cámaras captaron al cantante” y se hace uso de efectos sonoros para denotar admiración por el hecho. Esto es una parafernalia de la vida común de un personaje nada común como Luis Miguel Gallego Basteri.

En “Ventaneando” vemos perfectamente cómo se “espectacularíza” la vida profesional de los personajes públicos, y en vez de informar o poner énfasis en los proyectos profesionales siempre es puesto en primer plano “en dónde cenó” o “qué intrigas pasó” una cantante para poder ser exitosa.[160]

[158] Véase el apartado de Anexos *ficha de análisis de Nota grabada programa 1*
[159] *Ídem.*
[160] Véase el apartado de Anexos la *ficha B del programa 1*

Si se hace un uso exagerado de la voz, de los gráficos y de las intenciones, entonces, ¿qué podemos esperar cuando nos presentan el enojo de un actor, los problemas emocionales de una cantante, el mal estado de salud de una actriz, o los problemas conyugales de determinada figura pública? Pues el resultado es aún mayor. Los comentarios son más agresivos, pero en “Ventaneando” nunca alguna información pasará por “inofensiva”, está ahí porque se quiere causar el mayor interés y dejar satisfecha a una audiencia a veces hambrienta de este tipo de contenidos.

Pero, ¿cómo lo hacen? Con cortinillas amarillas, textos (en guión) que dejan al público a la expectativa, calificativos escandalosos como “Miren cómo reaccionó ante nuestras cámaras”, “no darán crédito del tremendo escándalo sobre tal persona” o “No van a creer el enojo de tal”.

La falta de regulación de la subjetividad, el uso del chisme, de la burla, de la especulación es muy recurrente en “Ventaneando”, aunque, Ricardo Manjarrez, reportero que labora ahí afirmó lo contrario en la entrevista que concedió para esta tesis en el año 2018.

“Mucha gente piensa que Ventaneando es un programa de chismes, y puede que todos lo pensemos, igual yo lo creí antes de que yo entrara ahí, pero yo te puedo dar mi palabra, y ahora que trabajo ahí lo sé, no son chismes, es información de espectáculos, en *Ventaneando* no se inventa si hay un romance, se pregunta si hay

un romance en *Ventaneando* se desmiente si hay un romance o se afirma si hay un romance pero no es un lugar donde inventemos cosas"[161]

6.2 Análisis del programa *Ventaneando* del martes 5 de marzo del 2019. (Programa 2)[162]

En el programa, las notas como las "entrevistas banqueteras" son editadas para que primero se comunique al aire el tema de la vida privada. En este caso (del programa del martes 5 de marzo del 2019) fue el asesinato del sobrino del cantante Joan Sebastian. Nos damos cuenta que el programa al presentar sus notas lo hace a partir de una jerarquización.

Lo anterior también lo vemos en la construcción de las notas. Aunque en la vida real se le pregunte a cierto personaje público por su trabajo y al último por su vida privada, (una técnica muy usada en el periodismo donde en una entrevista la pregunta incómoda se genera al final para no frustrar la conversación al principio) es por medio de una edición (de las notas grabadas) por los reporteros del programa. Así, siempre se presentan primero las respuestas que son de vida privada y después las de vida pública.

Esto no se puede hacer sin un trabajo previo de edición y una discusión previa de trabajo en la mesa de redacción donde también se planea la escaleta del programa.

[161] Véase Entrevista realizada a Ricardo Manjarrez. Reportero de espectáculos del programa "Ventaneando" de TV Azteca. Anexos. Pág. 169
completa en el apartado de Anexos.
[162] Véase apartado de Anexos *ficha del Programa 2.*

En cuestión de las notas grabadas es el reportero y el editor quienes trabajan para presentar primero un tema sobre la vida privada en lo que se le denomina *full-track* que va desde un minuto y medio a los tres minutos de duración. A sí lo confirmó el reportero de "Ventaneando", Ricardo Manjarrez, en entrevista para esta investigación.

"Es clásico que hay una maña. Claro, empiezas preguntando A para llegar a preguntar C"[163]

En el programa del martes 5 de marzo de 2019 se pudo comprobar que la dinámica más común del programa "Ventaneando" es comentar las notas después de que éstas fueron transmitidas al aire, pero esto no es regla, aunque sea la práctica más común.

En el programa del 5 de marzo del 2019 encontramos que se hablaba de la cantante Dulce María quien va a casarse, y aquí se habló de ella tanto antes como después de haber sido transmitida su nota al aire.

Pondremos como ejemplo de lo que acabamos de mencionar un texto del antes de la nota y después de la nota:

(PS) "Dulce María es como Sor Juana revivida"

(D) Es una literata

Después de la nota se dijo lo siguiente:

(D) "¡Imagínate con esa voz mi literata a la hora de echar brinco!"

[163] Entrevista realizada por Fernando Martínez Mendoza a Ricardo Manjarrez. Reportero de espectáculos del programa "Ventaneando". de TV Azteca. Lugar: Foro Shakespeare. Fecha: 18 de junio 2018.

En “Ventaneando” es muy común que se opine de sexo, política, religión, romances, infidelidades, aborto, homosexualidad. Además de editorializar, es muy común encontrar la burla. Como lo detectamos en el programa del martes 5 de marzo del 2019:

(PS) “Oigan, ¿quién se quedó con la Chata?, la chata que es una perrita de Marimar Vega”

(J) “Y Luis Ernesto Franco, es de los dos”

(D) “Se quedó dañado mi Luis Ernesto Franco

(PC) ¿Por qué no se quedó la chata con él?

(D) “Se quedó dañado mi Luis Ernesto Franco y optó por el camino de Dios, ahorita él está más cercano al Señor que junto al perro”

(PC) “¿Sabes qué? Si cada quien decide cómo refugiarse a través de una filosofía o una religión, pues me parece bien ¡qué bueno!”

Aquí encontramos una referencia sarcástica del conductor Daniel Bisogno al actor Luis Ernesto Franco, que se volvió cristiano. Y el comentario de Pati Chapoy, el cual es claramente una opinión sobre una práctica religiosa.

Después se mandó a un *insert* sobre el mismo actor, a quien se le entrevistó en una alfombra roja.

La reportera comenzó la nota así:

“Luis Ernesto Franco reafirma que en los últimos meses se ha dedicado a trabajar en sí mismo, lo cual implica estar bien en todos los sentidos, incluyendo con Dios; recuérdese que el actor abrazó la fe cristiana tras su separación de Marimar Vega. Lo encontramos en Los Ángeles donde radica, y este miércoles acudió a la premier de la película ´He matado a mi marido´ en la que comparte créditos con María Conchita Alonso, Eduardo Yañez, Gabi Espino y Guy Ecker entre otros” [164]

Comprobamos en la nota grabada del actor Luis Ernesto Franco que, de manera usual, se pone por delante la vida privada para la transmisión de información y después se transmiten las partes en las que se habla de los proyectos de los actores.

Aquí encontramos que se le dio prioridad a la religión que profesa ahora el actor, después se explica su separación de pareja, dónde radica, qué hizo para sentirse mejor anímicamente, y por último se informa que comparte créditos con otros actores en una película que ahora promociona.

Como bien lo aseguró Ricardo Manjarrez, reportero de “Ventaneando” en la vida real, la reportera empezó a hablar con el actor sobre la cinta que promociona y después sobre su vida privada; pero en la nota transmitida al aire en “Ventaneando” apareció primero que el actor comienza a hablar “de su fe en Dios”.

Esta jerarquización de la vida privada sobre la pública, se detecta en la transmisión de notas editadas del programa “Ventaneando”, y en sí en el mismo programa de televisión.

[164] Véase apartado de Anexos *ficha de análisis Nota Grabada Programa 2*

En el programa del martes 5 de marzo del 2019 se encontró dentro de la nota la pregunta “¿qué pasó con su perrita después de su divorcio?”, el actor respondió: “La verdad es que ahorita ya tiene mucho tiempo con Marimar, con su mamá (sic), porque se fueron a México, yo me quedé acá, ellos se regresaron a México y yo me quedé en Los Ángeles y la verdad ahora no la veo, la veía yo más cuando vivíamos juntos”

Después de que se trasmitiera la nota anterior, encontramos que en el discurso de los conductores de “Ventaneando” emplean adjetivos y crítica, y lo hacen con la gente común.

Como ejemplo es lo que dijo el conductor Pedro Sola, después de la transmisión de la nota y entrevista del actor Luis Ernesto Franco, donde en el fondo se veía una señora con un celular.

Aquí la transcripción textual:

(PS) “Oye no cabe duda que el teléfono es la locura para todo el ser humano porque nada más uno quiere estarse grabando

(PC) “Vean a la de atrás”

(PS) “Ella está transmitiendo o grabándose.”

(PS) “Es una advenediza que está allí.”

(D) “Yo creo que es una prima de Olga Brinski”

(PC) “¡Pero vela! ¡Fascinada!”

Aquí se comprueba que “las personas de a pie” (como dirían los sociólogos de La Escuela de Chicago) no tienen acceso libre al discurso, no hay oportunidad de defenderse de la crítica, del señalamiento público:

“Aquel que controla el género discursivo ejerce también un control de los actos del habla. Recuerdo un artículo muy interesante en sonde se mostraba cómo se producía el discurso en los tribunales de justicia. En un ejemplo se mostraba cómo un hombre de clase media podía hablar hasta siete minutos para narrar su historia; una mujer pobre, sólo podía responder las preguntas de un juez; ella no podía escoger el tipo de discurso en ese momento”[165]

Detectamos que las redes sociales son un material común para nutrir de contenido el programa “Ventaneando”. Como ya mencionamos en otros apartados de esta investigación, las *tecnologías de la información* también trastocaron a los medios electrónicos de comunicación.

“Ventaneando” monitorea a todas horas las cuentas de *Instagram, Facebook, y Twitter* de los personajes públicos para de ahí sacar videos, fotos, declaraciones y todo tipo de información, principalmente sobre la vida privada de los dueños de dichas cuentas.

Así, el programa “retoma” si un personaje público se retrató en un lugar o evento privado, registra si cenó con amigos o familiares. La redacción de “Ventaneando”, como los demás reporteros que cubren la fuente de espectáculos, investigan minuto a minuto dónde se encuentra y qué hace determinada figura pública.

[165] Van Dijk. *Op. Cit*. Pág. 15

La frontera de la intimidad es rota por los mismos personajes públicos con su consentimiento y a veces sin ver la repercusión que esto puede traerles.

Por medio de las redes sociales se abarca más una cobertura mediática a los espacios de “una supuesta intimidad” de los personajes públicos. “Ventaneando” toma como verdad estas imágenes y las publica en sus notas como un contenido verosímil, les da un sentido, no les da contexto y las toma como “pruebas de verdad”. Así este tipo de publicaciones subidas a *Instagram*, *Twitter y Facebook* toman parte del contenido de información del programa como verdades absolutas.

“Si todo puede ser monitoreado, entonces es muy probable que todo termine siéndolo.”[166]

La especulación aparece en la mayoría de los programas de Ventaneando, en muchas ocasiones no se cita la fuente y sólo se dice “que unos terceros lo aseguraban”.[167]

En esta emisión (programa “Ventaneando” del 5 de marzo del 2019) observamos la utilización de adjetivos por parte de la conductora Patricia Chapoy[168] para dar una opinión sobre la posición religiosa de un determinado actor.

Después subrayamos que el conductor Daniel Bisogno hablando de Sor Juana Inés de la Cruz al mismo tiempo hizo un ademan:

[166] Sibilia, Paula. (2008) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. México. Pág. 177
[167] Véase apartado de Anexos *FICHA DE ANÁLISIS DE TEXTO Y VERBALIZACIONES Programa 2*
[168] Véase apartado de Anexos *Síntesis del discurso Ficha (A) del programa 2*

“Pero Sor Juana era (hace mímica de hacer tortillas) por eso la metieron en el billete de doscientos”[169]

El argumentó de Bisogno insinúa las preferencias sexuales de un personaje público y héroe de la patria, como lo es Sor Juana Inés de la Cruz.

Con lo anterior, señalamos que “Ventaneando” *toca* a héroes nacionales que en otras épocas no se hubiera podido mencionar en un programa de espectáculos, ni mucho menos insinuar la sexualidad de un personaje de la historia de México. “Ventaneando” lo hizo.

En el programa del martes 5 de marzo, se le hizo una “nota biográfica” a la actriz de la película “Roma”, Yalitza Aparicio, esto es algo parecido a lo que se llama “reportaje de semblanza” en el periodismo.

Pero en “Ventaneando” se respondieron estas preguntas de la biografía de la actriz con raíces indígenas:

“¿Cuáles son sus orígenes?” “¿Sus padres?” “¿De qué pueblo es originaria?” “¿Cómo era de niña?” “¿Cómo y qué condiciones vivía su familia?” “El alcoholismo de su papá, ¿cómo la hería?, ¿cómo la lastimaba?” “¿Había maltratos por parte del padre de la actriz a ella y a su madre?”[170]

[169] Véase apartado de Anexos *Síntesis del discurso Ficha (A) del Programa 2*
[170] Véase apartado de Anexos Ficha de Análisis de Nota Grabada del programa 2.

La edición de la nota la encontramos con música y efectos de telenovela. Es decir, efectos sonoros que comunican tragedia, y efectos en el cambio del color de la imagen. Como flash back y *difuminaciones*.

En la nota se afirma que la actriz fue víctima de discriminación en la escuela primaria a la cual asistió de niña. Y una vez más, encontramos "la espectacularización del espectáculo"; es decir, se buscó lo más trágico de la vida de una actriz y no se puso énfasis en que ella fue nominada al premio "Óscar" o a su rotundo éxito por haber participado en la cinta del director Alfonso Cuarón, "Roma".

El periodismo de espectáculos recurre mucho a presentar "el pasado tormentoso" de los personajes públicos, lo hemos detectado en programas como: *E! True Hollywood Story* (Estados Unidos), *Historias Engarzadas* (México), *Se dice de mí* (Colombia), o *La Historia detrás del Mito* (México).

6.3 Análisis del programa *Ventaneando* del lunes 18 de marzo del 2019. (Programa 3)[171]

Como en todos los programas, en "Ventaneando" la estructura es la misma; 3 bloques y alrededor de 10 notas presentadas en una hora. Al comienzo de la emisión se oye de fondo la música institucional del programa y se empieza con la conductora principal que en este caso es Patricia Chapoy, la cual comienza a dar un avance de una nota y le va cediendo la palabra para que los demás conductores digan uno o dos avances.

Aquí presentamos parte del inicio del programa del lunes 18 de marzo:

[171] Véase apartado de anexos *Ficha del Programa 3*

(PC) “Alejandra Guzmán”

(D) “Furiosa,

(PC) (Expresión de admiración)

(D) “Furiosa. Yo veo una rispidez con Silvia Pasquel y tenemos las palabras de las dos en relación con lo acontecido con sus hijas”. (Con un rotundo cambio de entonación Daniel Bisogno continúa) “Pero quédese con nosotros porque no sabe todo lo que dice y dice que nadie le ha ayudado a nada”.

Cabe señalar que, a partir de lo que se analizó del programa, vimos que la cantante Alejandra Guzmán no se presentó “furiosa” delante de las cámaras. El conductor usó este recurso para enganchar a la audiencia pero fue claro que mintió o exageró.

En este programa confirmamos una vez más la jerarquización de notas. Aparecen primero las que mencionan la vida privada de los famosos y después las que informan de la vida profesional.

En el programa 3 del lunes 18 de marzo del 2019 encontramos el “lenguaje espectacular” que Guy Debord mencionaba en su ensayo *La Sociedad del Espectáculo.* Ese lenguaje es un anzuelo más que utilizan los que hacen la televisión para generar sentimientos en el espectador; es lo que los noticieros también emplean cuando dan los titulares.

Ejemplos de esas expresiones son los siguientes: “Rompió el silencio”, “explotó ante nuestras cámaras”, “tremendo zafarrancho se armó en la conferencia de prensa”, “arremetió contra los reporteros”, “Vean cómo reaccionó al preguntarle”.

“Ventaneando” maneja las pausas, los ritmos, los colores, los espacios, los silencios, las insinuaciones, el doble sentido, la manipulación de imágenes por medio de la edición, el lenguaje, todo con tal de atraer y mantener a un público cautivo. Pero los conductores también hacen su trabajo de una manera natural; es decir, improvisada. Manejan un guión pero es para basarse en qué y cuándo aparecerá una nota o información. En “Ventaneando” se usa el *teleprompter*, pero también los conductores después de leerlo improvisan.

En el avance que dan los conductores en los comerciales, llamado “rompe-corte”, un breve avance de 30 segundos, el conductor Daniel Bisogno dijo: “Más adelante el cantante Juanes habla sobre el aborto, ya verán, se necesita ser muy ignorante y burro”. (Programa 3 del lunes 18 de marzo del 2019)

El conductor leyó el *telepromter* y después dio una opinión. Todo esto mientras la música institucional del programa suena de fondo.

El conductor Daniel Bisogno descalificó al cantante Juanes sin ningún argumento; jamás se ofreció una opinión a favor o en contra del aborto”. El conductor habló con sus propias palabras (valga la expresión) para lo que él considera que fue una declaración de un “ignorante y burro.”

Aquí encontramos lo que para Teun A. van Dijk considera “abuso de poder en el discurso porque dentro del discurso existen estrategias de uso, de legitimación y de construcción de la dominación que se enmarcan en el abuso de poder”[172]

Los conductores de televisión forman parte de las élites de cualquier país. Los participantes que salen a cuadro en “Ventaneando” forman parte de la élite social de México. Eso no sólo les da poder, los legitima y les da credibilidad sin que haya alguien con la posibilidad de debatir siquiera sus argumentos.

Para Van Dijk el discurso de las élites es dominación:

“A través de un estudio del discurso, se pueden comprender los recursos de dominación utilizados por las élites, pues estas son las que tienen un control específico sobre el discurso público. Es un poder que permite controlar los actos de los demás, definen quién pude hablar, sobre qué y cuándo (…) Se trata de un control discursivo de los actos lingüísticos por medio de la persuasión, la manera más moderna y última de ejercer el poder.”[173]

Aquí también es donde notamos lo que en la introducción de esta investigación mencionamos: los contenidos del periodismo de espectáculos “tocan todos los temas”,

[172] Van Dijk Teun A. (1994) Discurso*, Poder y Cognición Social*. *Conferencias de Teun A. van Dijk*. En Cuadernos. No. 2, Año 2. Maestría en Lingüística. Escuela de Ciencia del Lenguaje y Literaturas. Universidad del Valle.
[173] *Ídem.*

porque tanto los personajes públicos como los periodistas de espectáculos opinan sobre ellos.

No sólo se opina, se da un veredicto. Como si ellos tuvieran “el manual de la moral en sus manos”; los conductores de “Ventaneando” dicen sin ningún reparo, señalan y afirman: “eres burro”, “tonto” e “ignorante”. Ellos no tienen ninguna precaución en dar su posición ante temas tan polémicos, en este caso el aborto, aunque dicho tema es quizás el que se debería debatir en otros espacios y no en un programa que se ufana ser de espectáculos. Más adelante, en páginas posteriores regresaremos a la opinión que el cantante “Juanes” ofreció y pondremos textualmente las palabras del cantante para después analizar este caso.

El uso del *telepromter* revolucionó la televisión, ya que los presentadores de noticias ya no agachaban la mirada para leer la información; esto ocasiona un efecto de sinceridad, una sensación de que el conductor estelar te está diciendo la verdad, ya que quien te habla directamente a los ojos no puede mentirte. Es esta la trascendencia de que se haya inventado el *teleprompter* para hacer los espacios informativos. Es interesante que en un programa de espectáculos, como en concursos, musicales y entretenimiento se haya adoptado tal aparato tecnológico. Porque “la televisión nunca se ha traicionado a sí misma”.

Ahora bien, nos detendremos un poco en el análisis de elementos paralingüísticos[174] del discurso, contenido y la narrativa de “Ventaneando”:

[174] La paralingüística es parte del estudio de la comunicación humana que se interesa por los elementos que acompañan a las emisiones propiamente lingüísticas y que constituyen señales e indicios, normalmente no verbales, que contextualizan, sugieren interpretaciones particulares de la información

Al mandar a corte comercial, por ejemplo, los conductores exageran, no dan datos completos, elevan el tono de voz y hacen gestos para generar duda, intriga, o curiosidad en el espectador. Esto no debe pasar de largo porque, como dice la frase popular: “Lo que sale del corazón llega directamente al corazón”; es decir que un comentario dicho con cierto sentimiento por el emisor, intentará causar en el receptor el mismo efecto.

Mencionaremos otro ejemplo:

La expresión que hizo el presentador Daniel Bisogno cuando habló directamente a la cámara, por medio de un *teleprompter*, para dar el avance de una nota donde aparecería una entrevista de banqueta con la cantante Alejandra Guzmán. Bisogno exageró al mencionar la palabra “furiosa”, cuando realmente Guzmán no lo estaba.

¿Qué se pretendía con lo anterior? Sin duda, buscar que el televidente quede enganchado y espere la transmisión de los comerciales, y al final, comprobamos que el emisor lanzó un mensaje engañoso.

Ahora como un ejercicio de análisis de contenido, transcribimos las 10 notas del programa del lunes 18 de marzo para identificar los temas que son puestos como principales y cuáles son dejados hasta el último lugar.

A continuación, enumeramos el contenido del programa (las notas, entrevistas e insertos) que se utilizaron como información en la emisión del 18 de marzo. Es

propiamente lingüística. El tono, el ritmo, el volumen, el timbre, la entonación, las posturas del cuerpo son parte de “los signos” que guían un análisis de comunicación no verbal.

importante mostrarlas como un ejercicio para demostrar que existe una jerarquización de notas “nada inocente”.

Aquí está, como simple muestra, cómo fueron apareciendo las notas y qué tipo de información contenía el programa de televisión “Ventaneando” del 18 de marzo del año 2019. También hay que aclarar que la forma de redacción está copiada textualmente de los llamados *súpers*[175] que se redactan en la cabina de mando de cualquier foro de televisión y así fueron puestos al aire:

1. Silvia Pinal salió del hospital tras un cuadro de neumonía.

   Luis Enrique Guzmán habla de la salida de su mamá Silvia Pinal del hospital

   En esta nota vimos a camarógrafos y reporteros correr tras un vehículo para conseguir una declaración de un personaje público por parte de camarógrafos y de los reporteros que cubren la fuente de espectáculos.

2. Silvia Pasquel agradece la preocupación de la prensa por la salud de su madre.

3. Alejandra Guzmán visitó a su mamá en su casa este lunes, y reveló cuáles fueron las adecuaciones que le hizo a su casa para que esté más cómoda.

   Al presentar la nota, el conductor Daniel Bisogno dijo:

[175] En el argot televisivo se llama “súper ” a los títulos por *superimpuestos* en la televisión, de ahí viene la palabra de abreviar “Súperimposición”

(D) “Oigan pues Alejandra Guzmán señoras y señores, ya ven que la Pasquel (hace mímica con el dedo) No que yo colgué los cuadros (hace mímica con la boca, no dice pero mueve la boca y se ve un “ni madres”) que la que puso fue ella, vea usted”.

Después de la nota de la entrevista con la cantante se habla de la familia así:

(D) “Después de Silvia Pinal la que más ha sobre salido y ha triunfado por un camino además diferente al de Silvia es Alejandra.

(M) “Y se impuso, además de que su mamá no quería que cantara y menos que cantara este tipo de canciones”

(D) La Pasquel es muy buena actriz, estupenda, pero como estrella Alejandra Guzmán.

(J) “Y también aquí dice, una familia disfuncional, a mí se me hace que todo este problema de las hijas, en el caso de Silvia Pasquel la nieta, sí ha creado rencillas y problemas dentro de la familia porque además, es lo que platicábamos Daniel y yo, Silvia Pasquel sí habló y dijo, pues no mi nieta no tiene ningún problema pues el problema lo tiene ella”.

(PS) “Frida”

(J) “Eso como mamá te da muchísimo coraje”

Aquí notamos especulación y aseveraciones sin pruebas. Viendo todo el contenido del programa, jamás se comprueba que dicho personaje público demuestre enojo.

Continúan la información, notas e insertos:

4. Alex Fernández, el hijo del cantante Alejandro Fernández y nieto de Vicente Fernández reveló que le pidió permiso a su novia (Jimena) antes de lanzarse como cantante.

5. Itatí Cantoral visitó a Vicente Fernández en su rancho y subió las imágenes a Instagram

6. Entrevista a Pedro Fernández grabada sobre su concierto en la Arena Ciudad de México.

7. 40 años de trayectoria del cantante Pedro Fernández.

Vemos que hasta la sexta y séptima nota, en el programa “Ventaneando” se informa directamente sobre el trabajo profesional de un cantante, en la nota 4 se fue más por la novia del cantante y no por el debut se éste, y esto ocurrió en el bloque 3, en lo último del programa.

8. El cantante Yahir subió video a Instagram de cómo albureó a la cantante Belinda y ésta no se da cuenta.

Esta no es nota, es sólo un video que fue sacado de la cuenta oficial del cantante Yahir en Instagram, aquí podemos confirmar, como ya lo habíamos mencionado anteriormente en otro capítulo de esta investigación, que las redes sociales son monitoreadas por los redactores, reporteros de espectáculos, en este caso del programa de espectáculos “Ventaneando”, y nos podemos dar cuenta que hasta lo más superficial, ordinario, vacío y superfluo que comenten los personajes públicos en este tipo de redes sociales son material que usa y toma en cuenta “Ventaneando”.

9. Ernesto D’alessio (lloró) se conmovió al dedicar función de teatro “Los Miserables” a su hijo Jorge. Además habló de que su madre no pudo ir a verlo porque se enfermó de la garganta y que ella (Guadalupe D´alessio) y su hijo mayor no están enemistados.

En la nota que tomó el lugar número 9 en el bloque 3 del programa “Ventaneando” pudimos darnos cuenta del mecanismo con el que se cubre una función de teatro, al terminar la misma se entrevista al actor pero él habla también de su vida personal y lo que aparece en el programa de televisión, previa edición, es sólo la información de por qué lloró y si sus familiares están disgustados. Aquí vemos cómo se “espectacularíza” el espectáculo. Se usa de pretexto una obra de teatro para transmitir

aspectos de sentimentalismo y de supuestas intrigas del protagonista de una obra de teatro.

10. El festival “Vive Latino” en la Ciudad de México.

11. El cantante Juanes estuvo en el festival “Vive Latino” y al terminar su participación opinó sobre el aborto y la situación en Venezuela.[176]

En la nota 11 podemos darnos cuenta que otros temas políticos y sociales (en este caso el aborto y la crisis política de Venezuela) entran en los programas de espectáculos como “Ventaneando”, ya sea porque un personaje público opina o porque los conductores lo hacen.

Aquí comprobamos lo que en otros apartados de esta investigación veníamos diciendo: el periodismo de espectáculos “cruza” por temas políticos y sociales que se “filtran como agua en la gotera de un hogar”, disimuladamente, poco a poco y sin que nadie se dé cuenta.

El cantante colombiano Juan Esteban Aristizábal Vásquez (nombre artístico Juanes) dijo esto:

“Bueno mi opinión es que es muy difícil ser mujer y niña en Latinoamérica. Lo que está pasando con los *feminicidios* y con los abusos sexuales, todos los días cada instante,

[176] Véase también en el apartado de Anexos *ficha de análisis de nota grabada*

es realmente muy grave. Creo que en este proceso de igualdad en nuestra sociedad entre hombres y mujeres creo que uno de los derechos que la mujer debe tener es la libertad también de decidir si aborta o no, pero es un tema muy delicado para decirlo en dos palabras. Pero al final una mujer que ha sido violada, abusada, creo que esa cadena continúa con un nacimiento indeseado entonces en mi opinión creo que es importante que la mujer tenga el derecho de decidir de acuerdo con ciertas variables de lo que le haya pasado"

Sobre la crisis política de Venezuela el cantante opinó:

"Espero que lo que está pasando se resuelva pacíficamente porque el otro camino definitivamente sería el peor. Pero definitivamente ver a los hermanos venezolanos sufriendo lo que están viviendo es muy frustrante para todos y creo que eso fue lo que de alguna forma nos motivó a muchos artistas a estar ahí ese día y a tratar de ayudar de alguna manera."

Aquí el cantante habló de aborto, *feminicidio*, política, injusticia social, derechos humanos, libertad, hambruna, pobreza etc. En el periodismo de espectáculos en México es mentira que se hable exclusivamente de "espectáculos" o "eventos artísticos" o de la vida amorosa de cierto actor; en el discurso-contenido se encuentra permeada la agenda política nacional e internacional (en este caso México-Venezuela). Nada inofensivo resulta entonces "Ventaneando" si los personajes públicos darán su opinión (a nivel nacional e internacional) de temas que competen a

toda la sociedad mexicana, en especial, a lo que interesa a partidos políticos, Gobierno y políticas públicas, Derechos Humanos, ética y religión.

Continuamos numerando la información, para exponer cuáles son las notas que se dejan hasta el final en “Ventaneando”:

12. El Grupo “Fobia” se reencontró en el festival “Vive Latino”

13. El futbolista Javier “El chicharito” Hernández subió video a su cuenta de Instagram donde está con su novia y otros amigos y ahí rompen un globo para comunicar de qué sexo será su bebé.

Entonces, de 13 contenidos en el programa “Ventaneando” del lunes 18 de marzo del 2019 encontramos 10 notas grabadas y 3 videos de Instagram.

De los 13 contenidos, los 3 primeros son notas relacionadas a la familia de una sola actriz (Silvia Pinal) puestos en el primer bloque del programa.

De los 13 contenidos únicamente 3 informan de acontecimientos profesionales: *Conciertos del cantante Pedro Fernández*, *Festival Vive Latino* y *grupo Fobia*.

Existe una sección dentro del programa llamada “En Corto” que se usa para informar de forma rápida, esta sección apareció al regresar de comerciales para iniciar el

bloque 3 (programa lunes 18 de marzo del 2019). En dicha sección fue el conductor Pedro Sola quien habla y esto fue lo que encontramos:

1. “Sherlyn vuelve a la soltería”
2. “Un rumor dio por muerta a la actriz Lorena Velázquez”
3. “Enrique Guzmán habla de su nuevo disco que incluirá duetos”
4. “Susana Zavaleta compartió un video en Instagram de la boda de sus sobrino el cual está en silla de ruedas desde hace más de 9 años cuando un camión de basura le cayó en su auto en el Circuito de la Ciudad de México”

Así, del programa 3 se puede observar que de 4 notas que se dieron en la sección “En Corto” sólo una informó de la vida profesional y tres fueron de vida privada. Es decir, que en “Ventaneando” se le da mayor importancia a la información de la vida privada, en especial la más escandalosa, y se deja para los últimos lugares las notas que cubren exclusivamente los espectáculos (obras de teatro, conciertos, grabaciones de telenovelas etc.)

En este análisis, encontramos lo que Paula Sibila analizó en su texto *La intimidad como espectáculo*, en donde, según la autora, las nuevas prácticas de exhibición de la intimidad son las nuevas redes sociales que hoy dominan la preferencia de jóvenes (*Facebook, Youtube, Twitter e Instagram).*

Recordemos que esta muestra de vida privada es puesta en la web por los propios sujetos protagonistas de una intimidad auto-violada por ellos mismos.

“Muéstrese como sea, está desbordando las fronteras de Internet y la tendencia ha contagiado a los medios más tradicionales, la no ficción florece y conquista un terreno antes ocupado de manera casi exclusiva por las historias de ficción”[177]

Así, encontramos en el capítulo anterior que son los mismos personajes públicos quienes hacen uso de sus redes sociales (*Facebook, Youtube, Twitter, e Instagram*) y son ellos mismos quienes exhiben públicamente “sus momentos de vida”, ya sean íntimos o no.

Lo anterior lo observamos en el Programa 3, en donde el cantante Yahir subió un video a *Instagram* de cómo albureó a la cantante Belinda o cómo el cantante Alex Fernández, el hijo del cantante Alejandro Fernández, y nieto del reconocido cantante Vicente Fernández, reveló que le *pidió permiso* a su novia (Jimena) antes de lanzarse como cantante. O también el futbolista Javier “El chicharito” Hernández, quien subió un video a su cuenta de *Instagram* donde está con su novia y otros amigos, ahí, rompen un globo para comunicar de qué sexo será su bebé.

Es aquí donde los propios personajes públicos dejaron al ojo público su vida privada, ellos mismos borraron la línea que separa su vida profesional con sus espacios más íntimos; ellos mismos abrieron la puerta de su intimidad a periodistas y personas en general, porque en el momento que se utilizan las redes sociales para mostrar un evento específico de la vida privada, esa privacidad se vuelve del dominio público.

[177]Sibilia, Paula. (2008*) La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. México. Pág. 189

Quizás es “el hambre” por complacer a sus fans, quizás tener más *likes,* más seguidores o *views* en los cuales también caen los que al parecer no necesitarían más atención de la opinión pública.

En algunos casos, no encontramos tensión entre el espacio público y privado; es descardo el mostrar la vida pública ya sea con consentimiento del “afectado” o no.

Las redes sociales sí rompen la barrera público/privado, y “Ventaneando” no sólo utiliza este tipo de contenidos para exponerlos en su transmisión, sino que también cuenta con redes sociales para que sus mensajes lleguen por medio de la web a más público.

En su canal oficial de *Youtube,* “Ventanendo” cuenta con más de un millón de suscriptores, en Twitter cuenta con 656,498 seguidores.[178] Al igual, que en estas dos redes sociales, el programa también sube sus contenidos a *Facebook* e *Instagram*.

Algunos de los televidentes de “Ventaneando” interactúan en sus distintas plataformas (*Twitter, Facebok, Youtube, Instagram*) con comentarios, opiniones, mandando fotos y usando los hashtag (etiquetas) que las cuentas oficiales proponen; no sólo durante la transmisión del programa, sino durante las siguientes horas del día.

Es interesante que los medios tradicionales tuvieron que adaptarse a la época, y realizar contenidos digitales. Es verdad que cierta parte de la teleaudiencia ha dejado de encender el televisor, y ahora está inmersa en el ciberespacio; pero es destacable

[178] Cifra que encontramos en el canal oficial de Youtube del programa “Ventaneando” hasta el momento de realizar esta investigación (10 de mayo 2019)

que ahora en la web se sigue produciendo y consumiendo contenidos muy similares a los que proponía y propone la televisión.

6.4 Análisis del programa *Ventaneando* del jueves 7 de febrero del 2019. (Programa 4)[179]

La dinámica narrativa de "Ventaneando" es la misma en todas sus emisiones; un entrada con una toma aérea y se empieza con un *zoom in* al conductor principal. Éste comienza saludando y rápidamente le da la bienvenida al público para después darles la palabra a los cuatro conductores adjuntos:

A continuación transcribimos el comienzo del programa transmitido el 7 de febrero del 2019

(PC) "Hola, cómo les va. Bienvenidos a Ventaneando qué bueno que están con nosotros el día de hoy. Tenemos muchas entrevistas, una de ellas con el joven Roberto Palazuelos, que se le crispan los cabellos cuando le preguntamos algo en relación con Luis Miguel; resulta que queríamos saber si estaba de acuerdo en lo que Andrés García había comentado sobre Marcela Basteri. Más adelante esta información. Daniel Bisogno".

[179] Véase capítulo de Anexos *ficha de Programa 4*

La conductora que lleva la dinámica es Patricia Chapoy. Aquí podemos analizar que habla rápido e hizo énfasis en que ellos “sólo quieren saber qué opinan de lo que otros dijeron”.

Pero notamos que la intencionalidad del mensaje apela a que el actor (Palazuelos) será reprimido por reaccionar de mala manera a las preguntas del reportero de la emisión, su conductora estelar ya está preparando al público para que se interese por un enojo más de una figura pública ante una pregunta incomoda.

Un momento después de darle la palabra al otro conductor, este da un avance con el siguiente estilo:

(D) “Pati, Laura Zapata, no conforme con el coraje que ya hizo, lo vuelve a hacer y se le deja ir a la yugular a un conductor de televisión y no sabe lo que dijo. ¡Agárrese y espere a escuchar!

Estos fragmentos son importantes de transcribir porque en ellos nos podemos dar cuenta que los periodistas de espectáculos recurren mucho a dar el avance, pero sin decir nombres o dar una “información completa”, esto con el fin de que el público espectador se quede sintonizando el programa durante todos los bloques. Interesante también es ver que lo que se adelanta serán “enojos y corajes”.

Aunque no fue nuestra intención hacer una análisis del discurso intensivo en esta investigación, es necesario detenernos aquí, y mencionar que existen juicios de valoraciones morales en el periodismo de espectáculos, en particular el caso analizado de “Ventaneando”, donde los conceptos de “bien” y “mal” no son puestos a discusión ni a reflexión por parte de los conductores; Pati Chapoy es una especie de

juez donde su palabra es todopoderosa y tiene a su lado a una especie de "sacerdotes" que no se atreven a contradecirla, y solamente sirven para que ella se exhiba ante la audiencia como la periodista que tiene más años en el ambiente televisivo y por esto se le da el derecho a opinar y dar la última palabra.

En "Ventaneando" es muy notorio un *modus operandi*; cuando un personaje público no les quiere dar entrevista, se hace mofa de éste con coraje, cierto reclamo y burlas; y cuando el personaje es de los que siempre "cooperan" con la emisión el discurso es distinto.

Como lo pudimos comprobar con el análisis del programa (4) del jueves 7 de febrero del 2019 cuando la conductora principal y cabeza del programa, Patricia Chapoy Acevedo (PC), después de haber presentado un video que (la ex actriz) Marichelo (sic) subió a su cuenta de *Instagram* explicando el por qué había estado en el hospital. Los comentarios fueron estos:

(D) "Qué bonita se ve mi Marichelo"

(PC) "Sí, y qué bueno que lo hizo público ella porque cuando nos enteramos que le está sucediendo algo a la familia y hablamos por teléfono, se molestan

(M) ¡Uy qué la canción!

(PC) (Tono sarcástico) ¡Ay qué bueno Marichelo qué tú lo dijiste!

(PS) O de repente sacan mentiras

(J) Sí, las revistas aprovechan y la gente ve que está en el hospital e inventan que fueron otras operaciones.

(PS) Sí, otra cosa grave grave... O que ya abortó

(Risas de todos los conductores)

(D) Bueno, pero cargó mucho peso

(Risas de todos los conductores)

(PC) ¡Ay Pedro!

(PS) ¡Bueno, es que eso les ponen en las revistas!

(PC) ¡Pedro! Tú ves mucha tele

(PS) Oye sí, yo me imagino de todo

(D) pero fue por cargar peso

(PC) ¿Y a quién cargaría?

Daniel Bisogno tiene el papel de irreverente dentro del programa, Bisogno es el que hace más mofa de los personajes públicos, pero no es una cuestión casual; tal parece que Patricia Chapoy asignó a este personaje el rol de burlón e irreverente para no ser ella misma quien arriesgue su prestigio periodístico, puede ser que Patricia Chapoy "le dio la oportunidad a Bisogno de ser el malo de la emisión".

Y aquí un ejemplo de cómo el conductor se expresó de la ex actriz:

(D) Cargó mucho peso y le salieron hernias donde no le salen a ninguna mujer, ¡fue de testículo, imagínate!

(Risas)

Pero algo muy diferente notamos cuando comentaron la entrevista grabada que le hicieron a la actriz Laura Zapata, un acto que fue diferente porque se mostraron algunos halagos en el discurso de los conductores de este programa de televisión:

(PC) “Qué sabroso canta”

(J) “Y qué molesta estaba”

(D) “Es que mi Laura Zapata es una artista de principio a fin”

(M**)** “Además se prepara en todos los aspectos, si va a escribir, si va a estar en el teatro, si va a cantar. Es toda una profesional ¿cómo dijo ayer?....soy una mujer muy….”

(D) “La palabra fue gloriosa… desarrollada”

(Risas)

Debemos aclarar que en “Ventaneando” no es regla que todo el programa de televisión se hable de manera negativa de los actores, actrices, cantantes o personas públicas, debemos describir que notamos que en algunas ocasiones las críticas y comentarios se vuelven halagos para con los que ahí se habla.

En el programa 4 [180] se puede observar que en “Ventaneando” se dan opiniones sobre lo correcto y lo incorrecto, se habla de la vida privada en sus aspectos más banales y hasta notamos que los temas de infidelidad son tratados sin ninguna ética o autocensura.

(PS) “Pero, ¿qué es lo que se había dicho, que se había separado de Maki porque tenía otra mujer?”

(M) “Yo sé lo que nosotros hemos dicho, pero al final del día lo que él refiere es que él era parrandero, fiestero, y mujeriego”

(D) “A varios actores y actrices decidieron quitarles la exclusividad; cosa que en algunos casos me parece correcto, pero en otros, creo que hay gente con la que debes contar siempre. Según me enteré se la quitaron también a Jaqueline y a Chantal Andere cosa que me parece un error garrafal”

Con lo que el último cuadro de la Ficha B del programa 4[181] notamos que se habla de la vida privada de un periodista deportivo y después se da un avance del programa que encabeza, en este caso es el llamado “Exatlón”[182].

(M) “Oye y aparte Toño fue a pasar Navidad a la casa de ella con sus papás y ella ya ha viajado dos veces a Dominicana para estar con Toño”

Con lo anterior, se cumple con la “espectacularización del espectáculo” que es la promoción del programa de televisión a costa de hablar de la vida privada del

[180] Véase capítulo de Anexos *Síntesis del discurso Ficha A y B Programa 4*
[181] Véase capítulo de Anexos *Síntesis del discurso Ficha B Programa 4*
[182] El programa de televisión “Exatlón” era transmitido en horario estelar de lunes a viernes por ese mismo canal cuando hicimos este análisis.

conductor estelar. Así se utiliza la vida privada del periodista deportivo para intentar posicionar a la audiencia en quién es y qué programa de televisión está conduciendo.

No es casualidad que el programa “Exatlón” estaba al aire en la fecha en la que analizamos el programa de espectáculos “Ventaneando”. Así, la televisora cumple con “un ciclo de promoción” en el cual hablábamos al principio de esta investigación. En “Ventaneando” no sólo se habla de la vida personal de sus figuras públicas para informar a una audiencia, sino que también sirve de escaparate para hablar del programa de moda para esa televisora.

Ahora haremos la transcripción textual de la introducción a una nota grabada en *voz en off* de un reportero que informó sobre la demanda de violación que realizó la actriz Elisa Vicedo al actor Eduardo Carbajal.

En esta nota vemos perfectamente que temas de sexo son tocados en el programa de televisión “Ventaneando” no importando el horario en el cual sale al aire el programa.

También aparecen las palabras “supuestamente”, “presuntamente”, todo esto para protegerse legalmente, pero en realidad se están afirmando rumores y declaraciones que son la versión de un tercero.

“Tras haber destapado el ataque físico y sexual del cual fue víctima presuntamente por Eduardo Carbajal. Elisa Vicedo revela que en los últimos días varias jóvenes la han contactado para compartir el abuso que también dicen haber sufrido a manos del actor. A través de mensajes de texto enviados a Elisa vía sus redes sociales una de las chicas asegura haber sido atacada por Carvajal en el año 2008 dentro de una

camioneta color negra donde fue golpeada y presuntamente obligada por Eduardo a practicarle sexo oral. Otra joven le compartió que tras haber conocido a Eduardo en un restaurante acudió a su departamento donde él en todo momento trató de convencerla de tener sexo con él y aunque no logró abusar de ella el comportamiento prepotente y agresivo del actor siempre estuvo presente" [183]

Temas tan delicados como "ser un acosador" o "violador" son muy frecuentes y recurridos por el periodismo de espectáculos. La imagen pública de un personaje igualmente público es expuesta de esta manera por este tipo de periodismo y no importando que un juez todavía no haya dictado sentencia o se haya postulado de tal forma.

Una vez más, quisimos hacer la lista de la información difundida en el programa "Ventaneando" para ver la importancia que se le da a cada tema en cuanto a cantidad, jerarquización, de qué tipo de información se trata: si es personal o pública, si trata de anunciar un programa de televisión o una disputa legal.

De nuevo transcribimos textualmente las palabras escritas por la consola de *titulaje* del foro del programa de televisión a fin de darnos una idea de lo que en un día de emisión se transmite en el canal Uno de televisión abierta de México, qué lugar ocupa en el programa y qué tema es:

1. Roberto Palazuelos ya no quiere que se le pregunte de Luis Miguel.
2. Ana de la Reguera se lastimó una mano y se lesionó la nariz.

[183] Véase capítulo de Anexos *Ficha de Nota Grabada Programa 4*

3. Juan Soler le reclama a una revista rumores sobre su separación (material tomado /video de la cuenta oficial de *instagram* del actor).
4. Marichelo fue operada de dos hernias. (material tomado /video de la cuenta oficial de *instagram* de la ex actriz).
5. Aída Cuevas dio un concierto aunque su mamá acababa de morir.
6. Caso de abuso físico y sexual de la actriz Elisa Vicedo.
7. Laura Zapata estalla contra Eduardo Videgaray.
8. Bety Monroe habló de los secuestros express de mujeres en el metro.
9. Erika Buenfil pierde exclusividad con televisa luego de 40 años.
10. Martha Mariana Castro tuvo audiencia por el despojo de su casa.
11. En exclusiva te presentamos a Michelle Saide, novia de Antonio Rosique.
12. La alcaldesa de Álvaro Obregón, Layda Sansores ofreció conferencia sobre el teatro Ignacio López Tarso donde desalojó al cómico Jorge Ortiz de Pinedo.
13. Corrió el rumor que el actor Alberto Estrella se iba a quedar con el teatro Ignacio López Tarso.
14. Abogados de Juan Gabriel han emprendido una batalla legal para recuperar los casi 7 millones de dólares que Eugenio Martínez le debe a Juan Gabriel
15. La cantante Dulce se retracta luego de declarar que Juan Gabriel compuso “la Negra Tomasa”.
16. “La AAA” llega a tv azteca a partir del 15 de febrero por azteca 7.

Hay 9 notas que cubren la vida personal de los actores o actrices, 4 (Alberto Estrella / Roberto Palazuelos/ Laura Zapata/ Dulce) que cubren enojos, chismes y disgustos

de los personajes públicos, 2 sobre un litigio legal (Juan Gabriel/ Elisa Videla) y 1 nota sobre un programa de televisión a estrenarse en esa misma televisora. En este caso la transmisión de *Lucha Libre* por el canal 7.

Aquí mostramos una vez más el tiempo y espacio que se le da a la vida íntima, y es mínima la información que se ofrece sobre el trabajo profesional de una personalidad del mundo del espectáculo.

En el discurso de "Ventaneando" encontramos chisme, rumor, especulación, doble sentido, burla, sarcasmo, señalamientos legales, señalamientos morales, temas de infidelidad, se habla del estado de salud de determinada celebridad, se opina de las prácticas religiosas de los personajes públicos etc.

Según Teun A. van Dijk, "a través del discurso se puede lograr comprender los recursos de dominación utilizados por las élites".[184] Quiérase o no, la periodista Patricia Chapoy forma parte de una élite, es poderosa en el periodismo no sólo por su renombre sino por los recursos humanos, económicos y tecnológicos con los que ella posee. Además, vemos que llamar a una mujer gorda en televisión es de lo más normal, juzgarla por su apariencia física es parte de la conversación del programa "Ventaneando".

[184] Van Dijk, Teun A. (13 de enero 1994) Conferencias Discurso, Poder y Cognición Social. Escuela de Ciencia del Lenguaje y Literaturas de la Universidad del Valle.

6.5 Análisis del programa *Ventaneando* del lunes 21 de enero del 2019. (Programa 5)

Unos gemelos nacidos de vientre subrogado por una familia homoparental, el embarazo de la novia del futbolista Javier Hernández, la hija de una actriz que sufrió abuso sexual por parte de su propio padre y la pelea por la patria potestad de un menor entre dos actores, son las notas comentadas en "Ventaneando" encontradas en esta investigación que aquí destacamos para mirar cómo es tomada la vida privada de ciertos personajes. Cabe destacar que estas notas no sólo tratan sobre la vida íntima de los personajes públicos, sino que aquí se está repercutiendo en la vida privada de menores de edad.

Comenzamos con los hijos adoptivos del cantante Miguel Bosé (declarado abiertamente homosexual) quien se separó de su pareja en Panamá y cambió su residencia en México.

A continuación, destacamos que al presentar esta nota hubo un juego de palabras del conductor Daniel Bisogno, especulaciones del conductor Pedro Sola: [185]

(D) "Mi Miguel Bosé no anda en buenos pasos. Porque se fue con los niños, se vino a México, dejó al pobre del ex marido, dividió a los hermanos. Eso sí, se llevó a los güeros"

[185] Véase capítulo de Anexos *Síntesis del discurso Ficha A Programa 5*

“El caso que una forma de reivindicarse con el público fue subiendo estas fotografías en redes sociales; tiernos momentos con los dos que escogió”

(PS) “Yo estoy seguro que con el vientre subrogado los niños de Miguel son de él y los del marido son del marido, los otros dos. Yo sí creo que eso es lo que sucedió, si no, no es fácil llevarte a los niños”

Después se habla sobre la hija de la actriz Ginny Hofman que por la entrevista dada de esta actriz se especula que su hija sufrió un abuso sexual por parte de su propio padre: [186]

(PS) “Ginny Hoffman que la conocemos de niña, el caso es que se casó y tuvo una hija, con Héctor Parra que lo conocemos porque aquí ha trabajado mucho, pero nos cuenta algo terrorífico respecto al ex marido y lo que le hizo a la hija”

(D) “Lo que de alguna manera te deja pensar es que hizo algo muy malo un tipo de abuso. Pero yo creo que si eso fue así lo que debió de hacer es haber denunciado, y no con que fuera innombrable sería suficiente. No puedes decir tú que tu segundo matrimonio es el papá de la niña porque si no ya partes de un lugar inadecuado. Creo yo que todo niño debe de tener muy claro quiénes son sus padres y quién es una persona que es la pareja de tu mamá que te trata muy bien”

Lo anterior no sólo vuelve a mostrar que en el periodismo de espectáculos se “informa de las problemáticas familiares de los personajes públicos”, no importando que se

[186] Véase capítulo de Anexos *Síntesis del discurso Ficha A Programa 5*

hable de menores de edad, sino que también se ve muy claro una especie de “sermón” en lo que es “el bien y el mal”, en el *deber ser* desde el punto de vista del periodista de espectáculos y su propia visión de la moral.

Aquí otro fragmento en el que se comenta que la actriz Marjorie de Sousa impide la convivencia entre su hijo y su padre, el también actor, Julián Gil:

(PS) “Pero mira, todo esto se le va a revertir a Marjorie en algún momento con el niño. El niño un día le va a reclamar todo esto que ella ha orquestado y lo ha hecho desde un principio en contra del papá del niño”.

(J) “Pero mientras ya le envenenó el alma y no se vale que le hagas esto a ¡tu propio hijo!

Sobre lo que mencionamos que la conductora Patricia Chapoy tenía el control del discurso y era tajantemente dilapidaría en sus afirmaciones, encontramos que la periodista se refirió como “absurdo” a que el cantante José Luis Rodríguez alias “El Puma” haya publicado un conflicto familiar en la web:

(PC) “Hay situaciones de la familia que se tienen que solucionar en corto, y no exponerse de pronto a un mundo tan absurdo como son las redes sociales”[187]

[187] Véase capítulo de Anexos *Síntesis del discurso Ficha A Programa 5*

Un elemento que encontramos, y que ya habíamos mencionado antes, es que el periodismo de espectáculos toma a las figuras públicas que no tienen nada que ver con el arte como políticos o deportistas; en este caso se rumoró del futbolista Javier Hernández:

(L) “Oiga, la novia del ´Chicharito´, resulta que ya confirmó cuánto tenía de embarazo, porque desde hace unos días nosotros estábamos tratando de adivinarle, porque la pancita ya se le ve más abultada” [188]

Nos vamos a detener en una nota que trató sobre una entrevista banquetera[189] del actor Jesús Ochoa en el programa “Ventaneando” del lunes 21 de enero.

Esto nos sirve para ejemplificar una narrativa que el periodismo de espectáculos ha desarrollado durante las últimas décadas: Que a un personaje público, en este caso el nuevo director de la Asociación Nacional de Actores, se le acorrale, se le rodee de cámaras y micrófonos a la salida de una obra de teatro donde él es parte del elenco y se le acose con preguntas que para él resultaron incómodas.

La nota comenzó de la siguiente forma: [190]

[188] Véase capítulo de Anexos *Síntesis del discurso Ficha B Programa 5*
[189] El que un grupo de periodistas aborde a determinado personaje y hasta se le corretee, en el argot periodístico también se le conoce como “Chacaleo”
[190] Véase capítulo de Anexos *Ficha de Análisis Nota Grabada.*

“Tremenda rabieta hizo Jesús Ochoa al término de la función del musical Hello Doly cuando le preguntamos por qué la Asociación Nacional de Actores, la cual dirige, no envió ningún arreglo floral al funeral de Maty Huitrón quien hasta el día de su muerte fungió como presidenta de La Casa del Actor y que con abiertamente no mantenía una buena relación”

Dentro del *insert*, que duró un minuto treinta segundos, se colocaron gráficos y titulares como:

“Jesús Ochoa hizo una rabieta por pregunta sobre Maty Huitrón”

“No quiso tratar el tema de la casa del actor con la prensa de espectáculos” [191]

En esta nota vemos que la disputa profesional de un sindicato, un funeral y un director sindical de actores son la fórmula perfecta para causar escándalo. La frontera entre el aspecto profesional y la vida privada, aquí se difumina. Es aquí donde el público no sabe si lo que se le estuvo preguntando al actor tiene que ver directamente con su trabajo profesional como líder sindical de la ANDA o si esto es un chisme que no tiene nada que ver con su labor. Transcribimos las preguntas de los periodistas y las respuestas del actor, todo esto mientras el actor caminaba hacia su camioneta y los reporteros se amontonaban cerca de él:

[191] Véase capítulo de Anexos *Ficha de Análisis Nota Grabada.*

(Reportero de Ventaneando): “Señor, por supuesto la ANDA lamenta la pérdida de la señora Huitrón pero ¿por qué no mandaron algún detalle o algo a su funeral?

(Voz de Reportera de otro medio, se queja): “¡Señor me está aventando!”

(Actor Jesús Ochoa): No la estoy aventando señorita, estoy caminando.

(Se oyen reporteros hablando al mismo tiempo)

Reportera: “Con todo respeto señor…”

(Jesús Ochoa interrumpe): “Con todo respeto yo les he dicho, lo he repetido, esos asuntos no los vamos a tratar en programas de espectáculos, si quieren, en prensa de otro tipo…”

(Reportera de otro medio interrumpe): “Pero también el público tiene derecho en saber qué va a pasar con la casa del actor”

(Jesús Ochoa, enojado): “Yo tengo derecho en informar lo que quiera informar, y yo tengo el derecho del mundo en informar lo que quiera, usted no es nadie para presionarme sobre nada”

(Reportera): “No, no lo estoy presionando sólo queremos informar, con todo respeto”

(Jesús Ochoa) No, no es con todo respeto, no es cierto, claro que no lo es. No busquen primero buscar “el homenaje a tal actriz” para luego llegar y buscar otra nota. No sean hipócritas en ese sentido.

“Es muy interesante llegar a la conclusión de que los actos de la gente, en general, son actos discursivos”[192] nos dice lingüista neerlandés Teun A. Van Dijk en sus conferencias sobre “Discurso, Poder y Cognición Social”; el poder de una cámara de televisión es real, personas públicas o no sienten la presión de tener esta extensión *del microscopio mediático* que siempre los colocará ante la mirada de millones de personas. Los reporteros de espectáculos se sienten seguros que, digan lo que digan y pregunten lo que pregunten , las cámaras y micrófonos de su medio de comunicación registrarán al final que ellos (los reporteros) fueron los agredidos y no los agresores

Un aspecto de esta nota nos llama la atención, y es que no hay efecto de sonido; pero no lo necesita ya que la nota nos presenta a varios reporteros preguntando uno encima del otro y al actor con tono molesto. Una máxima de la comunicación en la televisión es que (a veces) los silencios causan mayor asombro, amarillismo y tensión.

La frontera entre lo público y lo privado se difumina desde el emisor; aquí no sabemos si estamos viendo una intriga de la vida privada, un conflicto sindical o las dos cosas.

[192] Van Dijk. *Op. Cit*. Pág. 83

Pero eso sí, los periodistas de “Ventaneando” calificaron al actor Jesús Ochoa “de hacer una rabieta”

En el foro de “Ventaneando” también se hacen entrevistas. En esta ocasión, en el programa del lunes 21 de enero se le hizo a una al conductor Jorge “el Coque” Muñiz sobre sus adicciones.

La periodista Patricia Chapoy es la que lleva el control de turnos y roles, tanto en el programa como cuando hay un invitado para ser entrevistado. Van Dijk nos dice que la distribución de turnos es también una manera de ejercer el control, un abuso de poder:

“Aquí toma gran importancia el papel discursivo del hablante (…) quién comienza el discurso, quién lo pude cerrar, quién lo puede continuar (…) Los grupos dominantes pueden determinar quién puede hablar de un determinado tema, a quién puede dirigirse de qué manera y en qué circunstancias”[193]

Transcribimos parte de la entrevista hecha en el foro al conductor:

(PC) “Oye ¿y eres adicto al alcohol, no te gustaría erradicarlo?”

“¿Tienes problema con el juego? ¿Hay una dependencia?”

[193] *Ídem.*

A lo que el conductor respondió

(Jorge Muñiz) “Te apuesto que no”

Para después escucharse las risas de los presentes

(Jorge Muñiz) “Sí, porque me gusta, fíjate que el problema que tuve es que tuve tres casinos en diferentes partes de la república y ahí me empezó a gustar, fui socio en León, en Monterrey y estuve en sociedad para comprar casinos, pero ya que vendí las acciones empecé ir a las maquinitas”.

Todo lo anterior porque la revista *Tv Notas* lo había puesto en portada y había informado que el conductor de televisión tenía problemas familiares a causa de sus vicios:

(Jorge Muñiz): “Vengo decirle a la familia de Tv Notas que lo que dijeron de mí todo es correcto: me gusta el juego, me gusta la fiesta, y me desvelo y soy muy vago y cada rato me regañan por eso, pero por favor respeten a (...) Si el objetivo es hacer llorar, sí lo lograron, entonces un aplauso para la que escribió ese artículo porque sí hizo que llorara la familia, porque abrir la puerta de un cuarto y ver la imagen de tu hija llorar, de pena, de que cuando sale a la calle está orgullosa de su abuelo, de su papá,

de sus hermanos de su mamá siente que todo el mundo la está mirando porque alguien pone de que vivimos en una casa donde cada quien hace lo que quiere ”

Jorge Muñiz: “Yo creo que de todos los vicios Pati, el juego es el más fácil de erradicar

(PC) “¿Y te gustaría erradicarlo?”

(El conductor le toca la mano y hace un silencio, después ríe) (Risas de los conductores)

(Jorge Muñiz): “te voy a decir, ¿qué te digo? Sí

(PC) “Pero no. Un día de estos”

(L) ¿Y Por la familia?

(PC) “Es que no tiene que ser por la familia tiene que ser por cada quien.”

(PC) “Oye ¿y eres adicto al alcohol”

(Jorge Muñiz): Sí

(PC) “¿Y tampoco te interesaría internarte para que te ayuden?”

(Jorge Muñiz): “Creo que no he llegado al (sic), bueno todos decimos que es más borracho el de enfrente, pero no afecta mi trabajo”

(PC) “¡Pero afecta la salud!”

Notamos de igual forma que la periodista líder (Patrcia Chapoy) recurre mucho a entonaciones de admiración, pero jamás alza la voz, ella se cuida de parecer ante las cámaras como una señora refinada, educada, madura, con años de experiencia. Ella no alza la voz cuando está molesta, son sus propias palabras las que intenta usar para expresar un enojo o señalar a algún famoso.

Van Dijk nos recuerda que “en la comunicación existe un control de la entonación que define quien tiene o no legitimidad para alzar la voz. Una definición de quién grita a quién. Se puede ejercer abuso de poder gritando; sin embargo, y lo hemos visto en las películas muy a menudo, las personas realmente poderosas, con poder supremo, no necesitan gritar”.[194]

En la entrevista del también cantante podemos observar cómo una nota que se generó en una revista de espectáculos, causa que la redacción del programa “Ventaneando” busque al involucrado y se le invite al foro para hablar de su vida privada, la cual fue expuesta en una publicación a nivel nacional la cual tiene un tiraje de 782 mil ejemplares[195].

[194] *Ibidem*. Pág. 16
[195] Sin autor. (2019) “Conoce nuestro Media Kit”. *Editorial Notmusa*. México.

Notamos que el programa “Ventaneando” en ocasiones genera su propio contenido y en otras ocasiones “se nutre” de otras publicaciones o medios de comunicación para que la gente pueda conocer el “chisme” en boga de un actor, cantante o conductor.

6.6 El lenguaje espectacular en “Ventaneando” y el tratamiento a la vida privada

Como sea que haya resultado, este “lenguaje espectacular” del que habla Debord no puede causar el mismo efecto en toda la audiencia, pero sí reconocemos que en ocasiones funciona. El escándalo ya entró en juego y el objetivo de tener a un espectador cautivo en la mayoría de las veces, tiene un resultado favorable para los que hacen la televisión.

“Ventaneando” tiene un “lenguaje espectacular” y como dijo Guy Debord “éste es constituido por signos de la producción reinante dentro de un mundo realmente invertido, en el que lo verdadero es un momento de lo falso”[196]

Como lo habíamos mencionado anteriormente, la televisión “es una lupa que amplía todo”; amplía el rumor, el chisme, el acontecimiento, el espectáculo, las acciones más cotidianas y simples de la vida. El impacto que genera “Ventaneando” sí depende de su rating, depende también de que otros periodistas retomen su “información” al día siguiente en radio o prensa escrita; pero cuando “Ventaneando” “informa” sobre la vida

En: https://www.notmusa.com.mx/. Fecha de consulta: 30 de diciembre 2019

[196] Debord, Guy. (1988). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Editorial Gérard Lebovici. París, Francia. Pág. 56

personal de un personaje público trae consecuencias que serán difíciles de medir respecto a qué tanto el público creyó lo transmitido en dicho programa.

Otro aspecto que encontramos en la observación del discurso del programa "Ventaneando" es que "se proyectan a individuos de la vida cotidiana, sacándolos del anonimato para convertirlos en personalidades admirables"[197], como Guy Debord afirmó en *La Sociedad del Espectáculo*.

Individuos que no tienen nada que ver con los temas públicos del país "son hechos" figuras públicas y reconocidas ante la sociedad, no sólo en México, sino que este fenómeno es repetido en todos los países donde se opera el sistema espectacular al que Debord así nombró. Un sistema del espectáculo que saca del anonimato a personas de la vida común y los impulsa a los reflectores, los infla, los enaltece, los convierte en seres inalcanzables; como el sistema del espectáculo mexicano (no Ventaneando) hizo con la actriz amateur de la película "Roma", Yalitza Aparicio.

Este es uno de los millones de ejemplos que podemos tomar, pero en la historia del periodismo de espectáculos en México podemos nombrar a una centena de individuos que no realizan una actividad artística pero que los medios de comunicación hicieron aparecer y los convirtieron en celebridades. Por dar un ejemplo destacable, y que fue digno de varias investigaciones, mencionamos a los miembros del programa *Big Brother México* (Televisa, año 2002), programa que puso en el ojo del dominio público a personas comunes.

[197] *Ídem.*

En *la Sociedad del espectáculo* Guy Debord afirmó que se maximiza a un personaje, y todo lo que puede parecer sin trascendencia para una persona común, en *La Sociedad del Espectáculo* se llega al absurdo de darle importancia a qué tipo de comida pidió en un hotel tal cantante o de qué color eran los calcetines de tal celebridad.

Así lo vimos cuando en “Ventaneando” se informó en qué primaria estudió la actriz nominada al *Óscar* Yalitza Aparicio. Vimos textos en los gráficos como: “Yalitza sufrió el alcoholismo de su padre”, “Yalitza enfrentó discriminación en su escuela”

Otra manera de hacer pública a una persona de la vida común (personajes no públicos) es exponiendo a familiares, amigos, hijos, parejas, novios, o esposos, los cuales se vuelven del dominio público porque tienen relación con “las estrellas de la farándula”, y la misma inercia de la fama sube a estos personajes a la pantalla del televisor, quieran o no. Ahora, no sólo los medios tradicionales juegan el papel de “hacer famoso” a una persona, son también las redes sociales quienes en este siglo tienen ya un papel de expositoras, de lupas, de anuncios espectaculares en los cuales se puede exponer y poner en juego la reputación y vida de cualquier persona.

En esta investigación, vimos al hijo de la actriz Silvia Pinal (Luis Enrique Guzmán), que, por supuesto no es figura pública, y que siempre se ha mantenido alejado de las cámaras, pero que es reconocido por los reporteros de espectáculos porque <u>él es el hijo de Enrique Guzmán y Silvia Pinal</u>, (así, subrayado) algo que, desde la antropología no podemos dejar de pasar por alto. Porque el cantante (Guzmán) y la

actriz del cine mexicano (también bautizada como la última diva del cine mexicano) están inmersos en la memoria de la sociedad mexicana.

Enrique Guzmán, el súper cantante de *rock and roll* e ídolo de la juventud en la década de los 60, y Silvia Pinal que lleva décadas en el cine, radio, teatro y televisión, son "una bomba" para los medios, son "un buen licuado sabroso para la memoria colectiva del mexicano"[198] para que la sociedad en general no pase por desapercibidos los vástagos de esa pareja.

Hablando en términos de Comunicación y Cultura, los hijos de Silvia Pinal ya están insertos en la cultura de los mexicanos; únicamente por ser sus hijos.

Como lo pudimos comprobar cuando Alejandra Guzmán Pinal sufrió la infección en los glúteos por un tratamiento estético mal ejercido; Guzmán fue tema de conversación en las esferas íntimas de los mexicanos, en las sobremesas de reuniones familiares, y fue primera plana de diarios de circulación nacional.

"La exposición de la vida privada es tan bien recibida por los consumidores de este periodismo que colocan rápidamente a los ´famosos´ de nueva cuenta en el imaginario social."[199]

La Sociedad del Espectáculo expone a las personas comunes, repite mil veces sus nombres hasta volverlas reconocidas por reporteros y público en general. Esto mismo es lo que le sucedió a la hija de la cantante Alejandra Guzmán, que es reconocida por

[198] Ramírez Hernández, María del Rocío. (2002) *De la Cultura a los Espectáculos*. UNAM, FCPS. México. Pág. 112
[199] Sibilia, Paula. (2008) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. México. Pág. 299

la prensa de espectáculos con su nombre, sin apellidos, como si este fuera artístico: “Frida Sofía”.

Para el periodista de espectáculos Horacio Villalobos, no es casualidad que “la niña” que Televisa y la Secretaría de Marina dijeron encontrar a bajo de los escombros del *Colegio Rebsamen*, en el pasado terremoto del año 2017 se haya “bautizado” con el nombre de “Frida Sofía”; “Tenemos tan arraigados en la cultura popular mexicana a la dinastía Pinal, que Frida Sofía sonaba muy jugoso para afianzarse con la empatía de los mexicanos”[200]

6.7 “Ventaneando”: el negocio de la vida privada bajo la apariencia de los espectáculos.

Thompson propuso su teoría social de los medios para desarrollar una nueva perspectiva sobre la distinción entre lo público y lo privado en donde las fronteras que existen en cualquier punto en el tiempo son porosas, discutibles y sujetas a constante negociación y lucha; incluso el autor pone como ejemplo de este fenómeno los escándalos políticos. Pero en “Ventaneando” vemos que no existe frontera que romper; es descarado que lo que se nos quiere mostrar es mayoritariamente vida privada con un poco porcentaje de vida profesional.

Sí, en el periodismo de espectáculos como en “Ventaneando” hemos visto la manipulación que se hace de los medios, porque la gente con tal de ser conocida es

[200] Villalobos, Horacio. (13 de enero 2018). “Dispara, Margot, Dispara”. Frecuencia 12.5 de FM en la Ciudad de México. MVS Radio. México.

capaz de hacer cualquier cosa. Amantes, astrólogos, conocidos, familiares han sido puestos en la pantalla de este programa y se han hecho famosos.

En 1967, con el libro *La sociedad del espectáculo* Guy Debord afirmó que en nuestro mundo existe una mirada engañada y una falsa conciencia, así como banalidad, consumo de mercancías innecesarias impuestas por "olas de entusiasmo por un determinado producto apoyado y difundido por todos los medios de información así como una necesidad impuesta por un fetichismo a la mercancía, ya que el espectáculo es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producción existente"[201].

En "Ventaneando" confirmamos dicha afirmación, ya que, además de vendernos la vida privada de los actores, se hacen menciones comerciales dentro del mismo programa, no importando que también "se mande a corte comercial".

El círculo de intereses económicos y propagandísticos se cierra cuando el público acepta interesarse por la vida privada y consumir un periodismo que informa de divorcios, matrimonios, bautizos, engaños, pleitos y un gran etcétera.

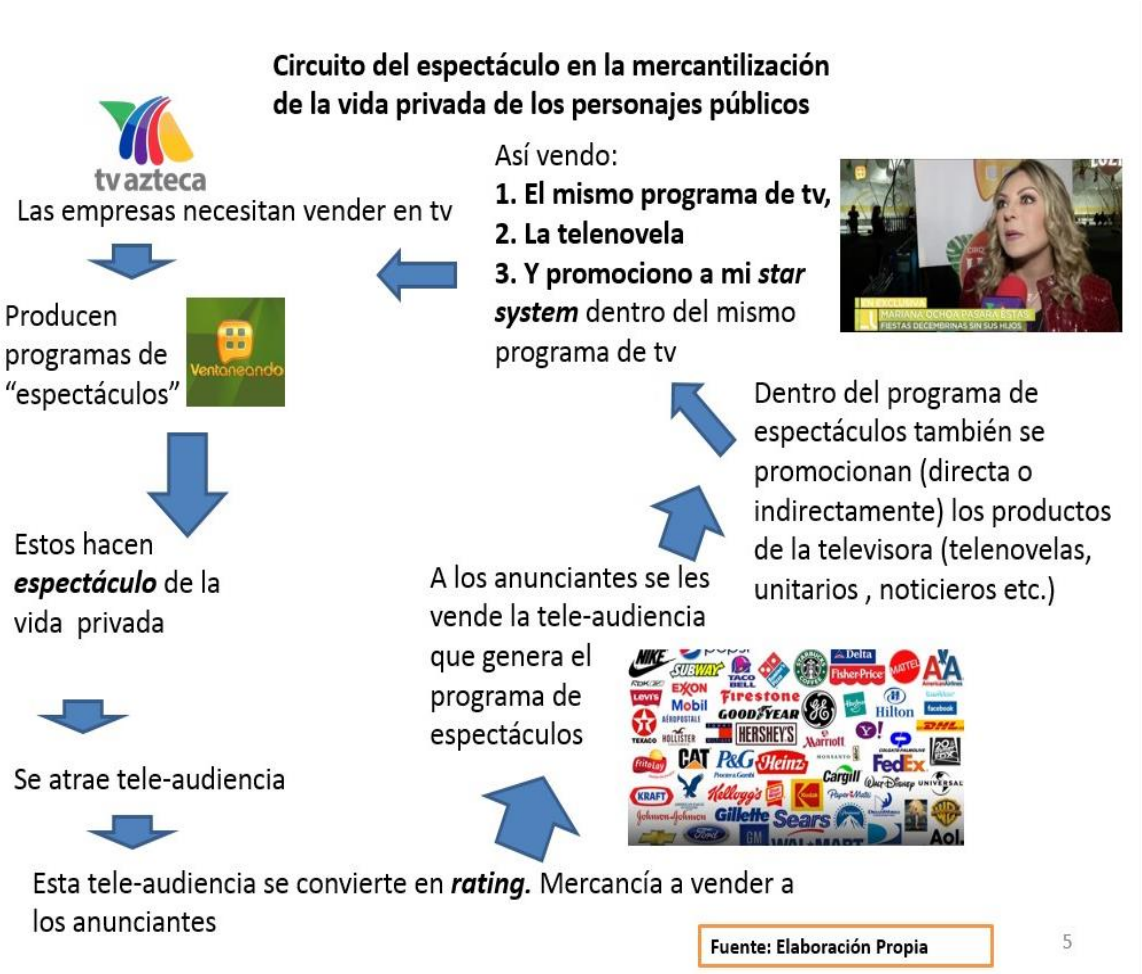
Para TV Azteca, empresa que emite el programa "Ventaneando", como para otras televisoras importantes; un programa de espectáculos no sólo le sirve para tener rating, un programa como éste le ayuda a cumplir con diferentes funciones:

1. Promueve su propio sistema de estrellas.
2. Promueve sus propios programas, telenovelas y contenidos.
3. Vende productos a su audiencia.

[201] Debord Guy. (1988). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Editorial Gérard Lebovici. París, Francia. Pág. 109

4. Vende la misma audiencia a esos anunciantes.
5. Se negocia con la vida privada de ese sistema de estrellas.
6. Así, se vende un programa de televisión que vende a la vez vida privada y productos.

En el siguiente esquema (siguiente hoja), al que se le ha titulado “Circuito del espectáculo en la mercantilización de la vida privada de los personajes públicos”, se propone entender cómo funciona para la televisora TV Azteca un esquema redituable en todos los aspectos (económicos, propagandísticos y mediáticos) para que “Ventaneando” les sea útil como vehículo de promoción a sus estrellas, programas, y así también se vuelva un producto vendible a la teleaudiencia.



202

En el anterior esquema, encontramos además "la espectacularización", término que proponemos para definir que se hace espectáculo de la vida privada de los que hacen espectáculos. Se pone de pretexto que la fuente periodística del espectáculo quiere cubrir lo acontecido en teatro, cine, radio o televisión, para ser sólo un aspecto circunstancial, ya que lo que en realidad se informa es sobre los escándalos, vida

[202] Elaboración Propia

personal, vida sentimental o familiar, y en ocasiones encontramos mentiras difundidas sobre los que trabajan para el teatro, la radio, el cine o la televisión.

La vida íntima se convirtió también en atractivo para cierto universo de televidentes que también serán vendidos como mercancía dentro de “un costal” llamado rating.

En teoría, un programa de espectáculos deberá ser información de actividades profesionales de los actores, actrices, cantantes o conductores; incluso deportistas, los cuales sólo llegan a ser material en los titulares y primeras planas para los programas de espectáculos si su vida privada puede ser expuesta y es escandalosa. Ojo, no podemos negar que se hacen notas, comentarios e información de los acontecimientos profesionales de los personajes públicos, pero el contenido es en ocasiones mínimo.

Aquí encontramos lo que Thompson explicó respecto a que en las sociedades contemporáneas los límites entro lo público y lo privado se confunden y cambian constantemente. En “Ventaneando” esas fronteras se rompen constantemente, a veces parece que no existieran y que todo lo que les interesara sea exclusivamente la vida privada de los famosos. Porque como ya lo mencionamos, en este programa la religión, las prácticas sexuales, los divorcios, los problemas de pareja, los problemas de salud, las peleas etc., son “el pan nuestro de cada día”.

Pero esta mezcla de vida privada con vida profesional es lo que hace que hasta los mismos reporteros crean que están, cada uno para su propio medio, ejerciendo el periodismo de espectáculos de una manera ética y profesional.[203]

6.8 "Ventaneando" es poderoso, porque la televisión también lo es.

"Ventaneando" tiene una característica que no podemos pasar de largo, se transmite por televisión, un medio que hoy en día sigue teniendo mucha penetración en nuestro país.

Además de penetración, la televisión tiene otra característica que la hace no sólo fuerte, sino creíble. La televisión está basada en la imagen, y "cuando la imagen construida y escogida por otro se convierte en la principal relación del individuo con el mundo que antes contemplaba por sí mismo, de cada lugar a donde podía ir, esa imagen va a ser la base fundamental de todo; porque en el interior de una misma imagen se puede yuxtaponer sin contradicción cualquier cosa."[204]

Para Pierre Bourdieu la televisión tiene mucho poder, pero uno de ellos es el poder de evocación. Para Bourdieu, el uso de las imágenes transmitidas por televisión se convierten en peligrosas porque pueden crear realidades que no existen y traer consecuencias políticas y sociales.

[203] Léase el apartado de Anexos "Entrevistas a reporteros de la fuente de espectáculos"
[204] Bourdieu, Pierre. (1996) *Sobre la Televisión. Textos de dos emisiones televisivas realizadas en el College de France*. Editorial Anagrama. México. Pág. 52

“Los peligros políticos inherentes a la utilización cotidiana de la televisión resultan de que la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de la realidad, puede mostrar y hacer creer lo que muestra. Ese poder de evocación es capaz de producir fenómenos de movilización social”[205]

Como vimos en otro apartado de esta investigación, el uso del chisme se da como una divulgación de un hecho real o falso, pero si esto se expone en televisión, esto será un eco que maximizará lo dicho, porque “hacer eco” y llegar a millones de personas es la forma de actuar de la televisión.

“Ventaneando” entonces, se convierte en un programa que puede alcanzar a mucha gente (tiene penetración); que puede evocar a la realidad por el puro hecho de que presenta imágenes editadas o se asegura verbalmente hechos que pueden ser simple especulación. En “Ventaneando”, como en otros programas de televisión, se puede generar una idea de lo real, pero no lo real; una construcción de la realidad, pero no la realidad; Como afirmó Bourdieu “hay una aplastante presencia del discurso mediático”.[206]

Así lo vimos cuando solamente se transmite que un actor está enojado, pero no se explica el contexto; como el caso del actor Jesús Ochoa (documentado aquí); o como cuando se le informó a la audiencia que el cantante “José José” no quiere dar entrevistas y se dejó la idea de que la actitud del cantante no era la correcta. O como cuando las conductoras Jimena Pérez y Mónica Castañeda especularon sobre la

[205] Ídem.
[206] Bordiue. *Op. cit*. Pág. 77

separación matrimonial del actor Juan Soler. Jamás podrá tener el personaje público la misma oportunidad de empatía con el público pues es él quien no aparece diario en televisión haciendo “pasar un buen rato al público”[207]

La televisión tiene características que continúan poniéndola como “el medio rey” en México: Es gratuita, alcanza una cobertura del 99% del territorio nacional, es vista por millones de mexicanos, no hay esfuerzo físico e intelectual para observarla, se puede ver en la intimidad del hogar sin vergüenza a ser descubierto.

La televisión, como artefacto de uso exclusivo de las élites de dominación, “tiene acceso activo controlado a muchos elementos del evento de la comunicación: establecen las limitaciones de los tópicos determinando quién debe hablar, sobré qué y en qué momento. Los otros, los grupos dominados tienen acceso activo solamente a conversaciones privadas, acceso pasivo a los medios de comunicación y un acceso controlado a los diálogos institucionales”[208]

Lo anterior tiene relevancia en que, si la televisión pone de moda un tema, este será el que muy probablemente se toquen en “platicas de café”, de amigos o la *sobremesa familia*; el caso del cantante Kalimba, el arresto de la cantante Gloria Trevi y su manager en Brasil, y la infidelidad del periodista Carlos Loret de Mola son ejemplos de cómo el periodismo de espectáculos marcó la agenda de los medios y puso el tema de conversación en nuestras conversaciones más íntimas.

[207] Bisogno, Daniel. (lunes 18 de marzo del 2019) “Ventaneando”. Tv Azteca. Canal 1. México
[208] Van Dijk. *Op. Cit*. Pág. 14

7. CONCLUSIONES

El análisis de contenido cualitativo que utilizamos como herramienta metodológica para la reflexión de cómo se hace periodismo de espectáculos en México mostró que efectivamente sí se “espectacularíza” la vida privada de los personajes públicos, no sólo de personajes que se dedican al arte, sino de sus familiares, amigos, parejas, hijos; también sucede lo mismo con políticos, deportistas, activistas o magnates.

La vida privada de los personajes públicos es “espectaculizada” con audios, gráficos y narrativas que el periodismo de espectáculos (en este caso el que se hace por televisión) realiza para generar curiosidad, morbo o algún interés. Ese mismo contenido hace que un producto audiovisual (en este caso “Ventaneando”) se comercialice y se venda a ciertos anunciantes (patrocinadores) que quieren llegar a vender sus productos.

No existe frontera que el periodismo de espectáculos no cruce. La frontera de la vida privada sí se brinca y el terreno en donde se mueve este tipo de periodismo es muy amplio.

La vida privada y pública es mezclada, nunca hay una especie de “aclaración” de: “ahora empezaremos a hablar de la vida privada; ahora de la pública”

Nunca el receptor puede distinguir desde dónde parte cada nota, desde dónde se le da mayor énfasis, si vida privada o pública.

En las opiniones, críticas, afirmaciones e información que cada periodista de espectáculos hace, saca a la luz pública parte de lo privado. Existe una especie de

“pornografía de la intimidad” que se fuerza a publicarse, porque se afirma con toda seguridad de que el deber de un personaje público es aguantar que se hable de su vida privada por el hecho de ser persona pública.

Dentro del discurso del periodismo de espectáculos (implícito o explícito) existen elementos de moralidad en el juego de: “yo sostengo la verdad”, “yo sé que eso es inmoral, que estás haciendo mal, que no lo estás haciendo bien”.

Si recordamos el apartado teórico de esta investigación, encontramos que el ejercicio periodístico y sus géneros, no son en su mayoría imparciales. Un descubrimiento al parecer, porque siempre se creyó que el periodismo es un oficio “objetivo”. Según el director del periódico *Milenio* y autor del *Manual de Periodismo*, Carlos Marín, el único género periodístico que no puede llevar la subjetividad del emisor es la noticia; de 7 géneros sólo uno carece de opiniones y valoraciones.

Lo anterior viene al caso porque “Ventaneando” se jacta de hacer un periodismo serio, basado en la crítica y la información. Al inicio de sus transmisiones aparece un cintillo con la leyenda “este es un programa de crítica e investigación periodística”.

En “Ventaneando” un día cualquiera escuchamos notas como:

> “Sherlyn vuelve a la soltería”
>
> “Un rumor dio por muerta a la actriz Lorena Velázquez”
>
> “Enrique Guzmán habla de su nuevo disco que incluirá duetos”
>
> “Susana Zavaleta compartió un video en Instagram de la boda de sus sobrino el cual está en silla de ruedas desde hace más de 9 años cuando un camión de basura le cayó en su auto en el Circuito de la Ciudad de México”

Aunque el contenido es mayoritariamente vida privada, hay cierto porcentaje que sí toca la vida profesional. De cualquier modo, al público se le sigue vendiendo "un programa de espectáculos" y no de vida privada.

Los realizadores (como algunos consumidores), quieren creer que este es un programa de información y no de chismes. Como el caso del reportero de "Ventaneando", Ricardo Manjarrez (entrevistado en el año 2018) quien aseguró que "Ventaneando no es un programa de chismes sino de espectáculos"[209]. Sin embargo, Manjarrez como las demás reporteras que cubren la fuente dijeron que cuando empezaron a laborar para los medios creyeron que la fuente de espectáculos era "cubrir chismes".[210]

En "Ventaneando" se toma como "pretexto" que un personaje público está en una *develación de placa*, *alfombra roja,* promocionando una película, llegando de un viaje (existe siempre un reportero de guardia en el *Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México*) o simplemente en la calle para acercarse a él. Vimos que en la emisión no se transmiten en primer lugar las notas de vida profesional, sino que el programa abre con información de escándalo, vida personal o de pareja, incluso en las entrevistas que se transmitieron los temas empiezan primero con la vida personal aunque en la vida real el reportero haya preguntado al revés (por la vida profesional).

[209] Véase Anexos.
[210] Ídem.

A lo anterior lo bautizamos como “espectacularización del espectáculo” y lo pudimos comprobar tanto en el análisis del contenido del programa como con la entrevista que le hicimos al reportero Ricardo Manjarrez.[211]

La preocupación sustantiva de esta investigación se centró en observar la tensión entre lo público y lo privado en el periodismo de espectáculos en México. Como decidimos tomar como estudio de caso el programa de televisión “Ventaneando”, podemos asegurar que en éste no existe la tensión entre lo público y lo privado, si el actor involucrado da su permiso y hasta provoca que se hable de su vida privada; como vimos en los casos que el propio involucrado publicaba momentos de su vida en sus propias redes sociales.

En ocasiones algunos personajes públicos no están de acuerdo en publicar su vida íntima e incluso hablar de su vida laboral. Como lo observamos con el actor Jesús Ochoa, el cantante “José José” y la actriz Marichelo, quienes se negaban a dar entrevistas. Cuando esto ocurre, en “Ventaneando” se “castiga” al personaje renuente calificándolo como “incongruente” (en el caso de José José), “de hacer rabietas” (en el caso del actor Jesús Ochoa) y en el caso de Marichelo haciendo a la audiencia una especie de acusación, como lo observamos en el programa (4) del jueves 7 de febrero del 2019 en el que la conductora estelar afirmó:

[211] Entrevista realizada a Ricardo Manjarrez. Reportero de espectáculos del programa “Ventaneando”. de TV Azteca
Por: Fernando Martínez Mendoza.
Lugar: Foro Shakespeare.
Fecha: 18 de junio 2018.

“Sí, y qué bueno que lo hizo público ella porque cuando nos enteramos que le está sucediendo algo a la familia y hablamos por teléfono, se molestan”[212]

Vemos que se puede usar el mismo medio de comunicación para hacer cierto tipo de “venganzas verbales” si el reportero o conductor no está de acuerdo con que se le niegue una entrevista.

“Ventaneando” ya tocó a una generación, “ya hizo escuela”, muchos programas de televisión copiaron su fórmula, copiaron su escenografía, su narrativa tanto de hablar como de informar. Ejemplos son: Válvula de escape (Telehit), La Oreja (Televisa), No lo cuentes (Cadena Tres), Ellas con las Estrellas (Televisa Monterrey), Farándula 40 (TV Azteca). Y el 2 de mayo del año 2011, a casi un año de las elecciones presidenciales, TV Azteca llevó a cabo la idea de hacer un “Ventaneando político” llamado “Campañeando”; con los periodistas Carolina Rocha, Vicente Gálvez y Mónica Garza, esta última fue parte de las conductoras de “Ventaneando” de 1999 al año 2007.

Perseguir a un personaje con la cámara prendida también lo vimos con la fuente de política. Lo vimos cuando la reportera Claudia Flores Barreto quiso entrevistar al ex rector de la Basílica de Guadalupe, o cuando el corresponsal de Noticieros Televisa esperó afuera de su departamento en Londres a la esposa del gobernador de Veracruz Javier Duarte, Karime Macías[213].

---

[212] Programa “Ventaneando” jueves 7 de febrero del 2019.
[213] Loret, Carlos. (30 de mayo 2018) “Despierta con Loret” Nota: *Karime Macías habita departamento con valor estimado de 120 mdp*. Televisa. Canal 2. México. En: https://www.youtube.com/watch?v=97dLtmAxcwc
Fecha de consulta: 13 de junio 2019.

Parece que, en todas las televisoras, tanto en los programas de revista como en los de espectáculos, poner en el foro una sala, un comedor, una cocina es el escenario perfecto para hablarle a las audiencias de sus temas preferidos.

Y así, el slogan del programa aquí analizado como estudio de caso, en el momento en el que se hizo esta investigación fue: “la casa en la que todos quieren estar”.

Podemos asegurar que “Ventaneando” no sólo impactó a su audiencia, sino que abrió el debate para el uso de las imágenes de otras televisoras para la crítica, el análisis y la opinión (la llamada crestomatía)

Es verdad, la observación es el primer paso para “intuir algo”, para “oler que algo no anda bien”, para sospechar que un fenómeno está dándose. No por nada la observación es el ama y señora de la Metodología.

La observación es también un sentido importante para el ser humano, con los ojos nos enteramos de lo que está pasando a través de la ventana, (por eso el término de “ventanear”) desde el resguardo y la comodidad del hogar; la mirada es el vehículo perfecto para satisfacer nuestra curiosidad.

El periodista Víctor Trujillo, conductor del programa “El Mañanero”, en su personaje de Brozo explicó:

“Tú vas por la avenida de alta velocidad, hay un accidente, y lo que nadie puede resistirse, es a voltear”[214].

[214] Trujillo, Víctor. (22 de enero del 2010) “El Mañanero”. Televisa. Canal 4 Foro TV. México

En California, Estados Unidos, las cámaras de seguridad de los llamados *freeways* mostraban los embotellamientos, el tránsito lento y un caos vial cuando ya se había mandado a las autoridades para canalizar al acotamiento los accidentes automovilísticos, sin embargo, el tránsito lento continuaba. ¿Qué pasa que todavía no se desahoga las avenidas? Se preguntaban los oficiales responsables en los centros de mandos.

Simple, un fenómeno muy "chistoso" que fue bautizado por los estadounidenses como "Accidente Fantasma"; es decir, que el choque ya había sido retirado al acotamiento pero los automovilistas continuaban "viéndolo". Sí, el tráfico pesado continuaba realizándose porque los conductores reducían la velocidad para poder observar los autos chocados[215].

Podríamos afirmar que todos somos curiosos por naturaleza, que lo visual nos mueve, que un accidente "nos llama", pero esto ¿qué tendría que ver con el periodismo de espectáculos? Pues que este tipo de periodismo hace uso de lo visual. Como ya lo mencionamos anteriormente, "Ventaneando" está inserto en la televisión y la lógica de la televisión es explotar y hacer uso de lo visual.

Se cree que el periodismo de espectáculos es exclusivo del público femenino, de "las amas de casa". Esto no lo podemos asegurar al 100% porque necesitamos estudios que lo comprueben o que lo nieguen. Sin embargo, con la entrevista que le realizamos a la periodista Zandra Zittle de Canal Once, nos dimos cuenta que el contenido de

[215] Discovery Channel. (15 marzo 2009). "Documental sobre California". Discovery Channel. Estados Unidos

espectáculos hizo que el canal cultural del Instituto Politécnico Nacional subiera sus niveles de audiencia y atrajera a un público joven:

"Sí es una parte de nuestra vida, nos encanta ir al cine, nos encanta ir a los conciertos, y el público joven que en ese momento estábamos buscando en Canal Once era muy importante para nosotros. Y se quedó, le gustó tanto a la gente que fue creciendo"[216].

O bien, lo que aseguró el periodista, Carlos Bernal Romero, de la Revista "Chilango":

"Yo he pasado por los talleres mecánicos y escucho que ellos están sintonizando *Todo para la Mujer* con Maxine Woodside" [217]

En "Ventaneando" observamos que hay un ciclo por el gusto de la gente, el rating tiene sus altas y sus bajas; hubo un *boom* a principios de la década de los 2000. Hubo también una saturación de la audiencia, pero la gran pregunta es:

¿Por qué continúan este tipo de programas? ¿Por qué continúa "Ventaneando" a pesar de 23 años ininterrumpidos al aire? ¿qué aspectos, qué satisfacciones cubre?, ¿qué hace que alguien pueda verlos recurrentemente? ¿Qué hace que las cadenas de televisión sigan generando programas para competir con este?

Por lo anterior, este trabajo abre la puerta a nuevas preguntas e invita a retomar la investigación de este tema, pero ahora desde las audiencias.

[216] Entrevista por Fernando Martínez Mendoza realizada a Zandra Zitle. Reportera y conductora de espectáculos de "Once Noticias". Lugar: Redacción Once Noticias. Televisora Canal Once del Instituto Politécnico Nacional. Fecha: 8 de mayo 2018.
[217] Entrevista Por Fernando Martínez Mendoza realizada a Carlos Bernal Romero. Revista "Chilango". Lugar: Vips Eduardo Molina. Fecha: 22 de noviembre 2015

¿Por qué tienen tanto éxito los programas de espectáculos? Esta pregunta se le cuestionó a Jerónimo Repoll, entonces profesor de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. El éxito, según Repoll, se debe a varios factores:

> El retraimiento del espacio privado, no hay noticias buenas, las condiciones estructurales de la sociedad mexicana, la inseguridad; ya no confías en nadie, estas solo en una gran jornada laboral. Lo económico, no tienes dinero para ir al cine, al teatro. El tiempo, estas una hora encerrado en tu coche por el tráfico, llegas y no tienes la tranquilidad para leer en el hogar, así que se vuelve un programa común para toda la familia. Y en esos términos, el morbo, la identificación, la proyección, el querer ser como la actriz de moda, son múltiples razones por las cuales prefieres encender la televisión abierta, además del gusto y el placer de ver al actor de moda. Hay múltiples dimensiones por qué el hombre lee *TV Notas;* por las chicas en bolas, la mujer será por el drama de José José, el drama social [218]

Para el profesor Repoll debe haber más estudios para explicar las razones por las que vemos ciertos contenidos. “Sin embargo el dato es cierto, esos programas se consumen. No hay mucha investigación sobre los programas de espectáculos sobre por qué la gente consume *TVyNovelas*, podemos tener muchas intuiciones del porqué se lee y se consume, pero certezas creo que no hay muchas[219].

Como investigadores en los medios de comunicación nos damos cuenta que no todo el peso recae en quien produce este tipo de contenidos, sino también en quien los consume.

La audiencia también es corresponsable del éxito de los programas y publicaciones de espectáculos pues es ella la que al final decide cuál emisión sigue viva o no, qué

[218] Entrevista realizada al Profesor-Investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana campus Xochimilco. Egresado de la Universidad de Barcelona en Ciencias de la Comunicación.
Por Fernando Martínez Mendoza. Entrevistado en la Ciudad de México. Fecha: lunes 5 de octubre 2009.
[219] Ídem.

producto periodístico se vende o no a los anunciantes. Así, recurrimos a la ya vieja y conocida frase de la economía: “sin demanda no hay oferta”.

Sin embargo, para el académico Javier del Rey Morató el fenómeno de programar al gusto de la audiencia no es tan sencillo. Del Rey Morató resta importancia al poder de la audiencia y se la da en sí al mismo mercado:

> Evidentemente el comportamiento de unos y otros está determinado por los que se ofrece, pero en uno y otro escenario las posibilidades y los límites de la demanda está creada por los límites y las posibilidades de la oferta.
>
> En los dos mercados hay una clientela activa (….) pero la audiencia no es poderosa. Tampoco podemos decir que el medio es poderoso, porque el medio no existe, sino que existen los medios, que mantienen relaciones competitivas, lo cual limita el poder de cada uno, pues es un poder compartido con otros agentes sociales: con los otros medios, con los anunciantes y con los telespectadores.
>
> Poderoso sí, es el mercado y poderosa es la competencia que mantienen las distintas cadenas, pero no puede decirse que la audiencia sea poderosa sin falsear la auténtica relación entre los distintos agentes que da lugar a la existencia de la televisión en un escenario competitivo. [220]

Del Rey Morató remata:

“La audiencia no es poderosa, pero sí da poder a quien la conquista” [221]

Aunque este trabajo se centró en el análisis de contenido y discurso como primer acercamiento al fenómeno del periodismo de espectáculos, también deseamos que más adelante alguien pueda abarcar desde la investigación de audiencia; analizar al público receptor sería tema para otra tesis y podría ser una buena oportunidad para

[220] Del Rey Morató, Javier. (1998) *El Naufragio del Periodismo en la era de la televisión*. Editorial Fragua, Madrid, España. Págs. 70 y 71
[221] Ídem.

continuar esta investigación porque, repetimos, se consideraba injusto culpar sólo a los medios de comunicación del fenómeno.

Como bien lo entendimos nosotros los comunicólogos, es importante mostrar los diferentes procesos, los diferentes lados con que se puede entender el comportamiento y éxito de los medios electrónicos.

Este cambio en la investigación de la comunicación en la sociedad de masas se encuentra justificado en la obra *De los medios a las mediaciones*, de Jesús Martín Barbero, en la cual se pasó de la pregunta *qué hacían los medios con la audiencia* a la pregunta *qué hace la audiencia con los medios:*

> Un paradigma que deja de percibir a los medios como un ente intrínsecamente maligno, un arma de control ideológico de la clase dominante, lo cual no implica abandonar la perspectiva crítica sino complejizarla.
>
> Un cambio que, sin desconocer la innegable trascendencia de la obra de Martín Barbero, no puede adjudicarse a una sola persona, antes bien es el resultado de un conjunto de experiencias y de procesos, no sólo intelectuales, sino también políticos, sociales, económicos y culturales.[222]

Umberto Eco en su texto *¿El público perjudica la televisión?*, afirmó*:*

"Por sí sola, la televisión, junto con otros medios de comunicación de masas no contribuye a formar la manera de pensar de una generación. El hecho de que un programa sea grato, no nos dice lo que la gente ha visto. El análisis de contenido nos dice qué efectos de concienciación se quería producir, pero no cuáles han sido producidos"[223]

[222] Repoll, Jerónimo Luis. (2010) *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México. Pág. 178
[223] Eco, Umberto. (2009) *¿El público perjudica la televisión?* . Fondo de Cultura Económica. México. Pág. 111

Producción, discurso y recepción es el esquema que los comunicólogos al hacer investigación debemos mostrar para ofrecer un panorama amplio de los fenómenos que se llegan a dar en la comunicación mediática.

“Aunque, reconocer el papel relativamente independiente de los consumidores, y por tanto, su especificidad como objeto de estudio, no implica olvidar su posición subordinada”.[224]

En este trabajo de investigación se conjugaron cuatro aspectos que todo comunicólogo en algún momento ha investigado, reflexionado o ha leído. A continuación los enumero y explico:

1. La Televisión

“El amo y señor” de los hogares en el Siglo XX. Quizás faltarán muchos años para que este aparato tecnológico sea desplazado del ocio y del entretenimiento de los hogares mexicanos. La gran odiada, pero a la vez querida “Caja Idiota”, (el escritor peruano Mario Vargas Llosa decía que no es idiota la caja sino el ser humano que la produce y consume), la acompañante de muchos en su soledad, pero también usada por toda la familia. Investigada por todas las ciencias sociales.

2. El periodismo

[224] García Canclini, Nestor. (1990). *Culturas Hibridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. Editorial Grijalbo. México. Pág. 154

Tan viejo como la escritura, como las formas de comunicar del ser humano. El que nos ha narrado la historia de hoy. El llamado “cuarto poder”. A veces poderoso, en ocasiones crítico y cruel, en otras tibio y sumiso al poder. El que intenta mostrarnos la realidad o cree poder hacerlo.

3. El periodismo de espectáculos

Siempre asociado a los conceptos de la “tele-basura”, enajenación y evasión de la realidad. Hablar de este tipo de periodismo siempre fue “poner el dedo en la llaga” en cada cátedra de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, pero nunca fue un tema que pasara sin desbordar interés y pasión. Como comunicólogos siempre nos preguntamos por qué existe y cómo mejorarlo.

4. La cultura

Desde la licenciatura de Comunicación y Cultura entendimos que cada programa de espectáculos funciona, se transmite y se entiende desde la propia cultura. El contenido del periodismo de espectáculos en México es resultado de lo que culturalmente consumimos.

“Ventaneando” no se entiende (como la mayoría de los mensajes usados por un lenguaje) si no se produce desde y para una cultura en específico, en este caso la mexicana, y podríamos asegurar que desde la latinoamericana. Por ejemplo, México es en su mayoría católico, no es extraño entonces que el contenido de las publicaciones de espectáculos sean bodas, bautizos, *primeras comuniones*, velorios con la cultura judeo-cristiana que es entendida por el pueblo mexicano porque es la

propia. Algo que no vemos frecuentemente en países como Estados Unidos, Canadá o Alemania. Jamás hemos visto el bautizo de la hija de Madona, por decir un ejemplo.

El periodismo de espectáculos, como los distintos programas que se producen en distintos medios, no había sido abordado tan ampliamente y en gran cantidad por los investigadores. Existían gran cantidad de investigaciones sobre la telenovela, el *reallity show*, o los programas de concursos. Es hasta ahora que ya vemos que diferentes universidades de México y el mundo han desarrollado tesis que van relacionadas a este tema.

Esta investigación la consideramos que puede detonar otra con un alcance interdisciplinar.

En "La *espectacularización* del espectáculo, tensión entre lo público y lo privado en el periodismo de espectáculos en México" notamos que hay fenómenos y una discusión que incumbe a la sociología, a la antropología, a la comunicación, a la psicología, a la ética, a la filosofía y al quehacer periodístico.

Esta investigación podría tener más alcances. Podría hacerse desde la perspectiva integral de los tres aspectos de la investigación en medios de comunicación: producción, discurso y audiencias o recepción. Tal como lo entendemos desde la licenciatura de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, en específico desde la materia "La investigación de la producción, los discursos y la recepción de los medios de comunicación"

Este trabajo podría llevarse ahora "al otro lado del proceso de comunicación": La recepción, las audiencias. Entender a las audiencias y saber por qué estas consumen

este tipo de contenidos podría ser una “segunda parte” de este escrito, tal vez dar por iniciado el debate, la reflexión y el primer paso para comprender más nuestro mundo y los gustos de la llamada “cultura popular”.

El alcance que esta investigación propone a las universidades, es que en un momento se debata si es posible especializar a los futuros periodistas en una rama que los prepare para dar espectáculos. ¿Capacitar a los estudiantes en esta rama sería utópico?

Tal vez no, así como lo planeó el periodista deportivo José Ramón Fernández, quien al ver que llegaban a su redacción jóvenes egresados de la licenciatura de Comunicación no estaban preparados, según Fernández, para trabajar en el área de la información deportiva.

De lo anterior, estuvieron de acuerdo los tres periodistas de la rama entrevistados: Zandra Zittle de Canal Once, Ricardo Manjarrez de TV Azteca y Aranza Castillo de Milenio.[225]

Terminamos con la frase de Paula Sibila en su texto *La intimidad como espectáculo*: “una vida que transcurre enteramente en lo público, ante la presencia de otros, se vuelve, por así decirlo, superficial.”[226]

[225] Véase Anexos.
[226] Sibilia, Paula. (2008) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. México. Pág. 37

ANEXOS

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS. Fichas de contenido para el programa de televisión "Ventaneando"

1) FICHA DE ANÁLISIS POR PROGRAMA

Programa:	
Fecha	
Hora	
Canal	
Conductores:	
Duración:	
Bloques:	
Notas grabadas:	
Entrevistas telefónicas	
Enlaces en vivo	
Entrevista en foro	

2) SÍNTESIS DEL DISCURSO FICHA (A)

Conductor	**Nota o personaje al que se refiere**	**Adjetivos Verbales**	**Discurso del sujeto en escena** **Valoraciones morales**	**Códigos no verbales**

SÍNTESIS DEL DISCURSO FICHA (B)

Conductor	**Nota o personaje al que se refiere**	**Mención a la vida pública o privada**	**Frases, discurso del conductor atribuido al personaje**	**Discurso del sujeto en escena "espectacularización del espectáculo"**

3) FICHA DE ANÁLISIS DE NOTA GRABADA

Nota / personaje público que cubre	
Programa / fecha en la que aparece	
Duración:	
Bloque en el que aparece	
Temas de la vida profesional	
Temas de la vida privada	
Cortinillas, gráficos y títulos (colores y efectos)	
Música y/o efectos sonoros	
Transcripción Textual de voz en off de reportero (a) como ejemplo o destacable:	

4) FICHA DE ANÁLISIS DE TEXTO Y VERBALIZACIONES

TEXTO	**ENUNCIADOR**	**DE QUIÉN O DE QUÉ SE HABLA TEMA**	**QUÉ ES LO QUE SE DICE**	**VERBALIZACIONES** **CÓMO SE HABLA**
Discurso textual de algún integrante del programa	Quién habla o interpela	A quién se habla, persona o institución. Cuál es el tema	Qué dice el enunciador sobre un tema o un personaje	Se analiza si se juzga, burla, en qué forma se habla de ese tema o personaje. Verbalización que utiliza el enunciador soez, cotidiano, profesional.

Fichas de análisis de contenido del programa 1 “Ventaneando”

Programa:	**1**
Fecha de transmisión	Jueves 28 de febrero del 2019
Hora de transmisión	De 3pm. a 4pm
Canal	Canal Uno de televisión abierta
Conductores:	Daniel Bisognno, Mónica Catañeda, Pedro Sola, Linet Puente, Jimena Pérez
Duración:	00:36:14 (netos) una hora de programa al aire
Bloques:	3
Notas grabadas:	7
Entrevistas telefónicas	1
Enlaces en vivo	1
Entrevistas en foro	1

Síntesis del discurso FICHA (A) del Programa 1

Conductor	**Nota o personaje al que se refiere**	**Adjetivos** **Verbales**	**Discurso del sujeto en escena** **Valoraciones morales**	**Códigos no verbales**
Daniel Bisogno	Cantante José José	Incongruente	“Es un poco incongruente porque una de las obligaciones de un artista es con su público a través de dar una entrevista y a través de informarle cómo está todo”	Alza la ceja. Voz en tono irónico

Síntesis del discurso FICHA (B) del Programa 1

Conductor	Nota o personaje al que se refiere	Mención a la vida pública o privada	Frases, discurso del conductor atribuido al personaje	Discurso del sujeto en escena "espectacularización del espectáculo"
Linet Puente	Cantante Yuri	Pública y privada	"En esta entrevista con Ricardo Manjarrez habla de un tema muy interesante, porque todos pensaríamos que la tuvo fácil en su vida, ¡pero no, hombre!, le quisieron poner el pie la primera vez que fue a Viña del Mar"	Se usa de pretexto la experiencia de la cantante en un festival de canto para informar sobre intrigas en su contra
Jimena Pérez	Cantante Luis Miguel	Privada	"Luis Miguel fue descubierto a noche por un grupo de fans mientras cenaba en un restaurante del barrio de Palermo de Buenos Aires Argentina"	Una gira de conciertos pasa a segundo plano cuando se expone algo tan ordinario y común para un ser humano, como cenar en un restaurante

FICHA DE ANÁLISIS DE NOTA GRABADA Programa 1

Nota / personaje público que cubre	Cantante José José
Programa / fecha en la que aparece	Programa (1) jueves 28 de febrero del 2019
Duración:	2:20
Bloque en el que aparece	1
Temas de la vida profesional	No aparece
Temas de la vida privada	Su enfermedad, su relación con sus hijos
Cortinillas, gráficos y títulos (colores y efectos)	Gráfico de entrada con la leyenda de “Exclusiva”
Música y/o efectos sonoros	No
Transcripción Textual de voz en off de reportero(a) como ejemplo o destacable:	“Esta tarde “Ventaneando” logró contactar al cantante y obtener, la que hemos llamado, la primera prueba de vida que en meses nadie había conseguido, lo hicimos tras enterarnos de que el cantante se encuentra hospitalizado en un nosocomio de Miami al que habría ingresado hace un mes a causa de agua en los pulmones”

Fichas de análisis de contenido del programa 2 “Ventaneando”

Programa:	**2**
Fecha de transmisión	Martes 5 de marzo del 2019
Hora de transmisión	De 3pm. a 4pm
Canal	Canal Uno de televisión abierta
Conductores:	Patricia Chapoy, Daniel Bisognno, Mónica Catañeda, Pedro Sola, Jimena Pérez
Duración:	00:37:06 (netos) una hora de programa al aire
Bloques:	3
Notas grabadas:	6
Entrevistas telefónicas	0
Enlaces en vivo	0
Entrevistas en foro	0
Entrevistas grabadas	5

FICHA DE ANÁLISIS DE NOTA GRABADA Programa 2

Nota / personaje público que cubre	Actor Luis Ernesto Franco
Programa / fecha en la que aparece	**Programa (2)**
Duración:	1:40
Bloque en el que aparece	1
Temas de la vida profesional	Premier de la película ´He matado a mi marido´
Temas de la vida privada	Separación de pareja Religión que profesa La perra que tenía en común con su pareja
Cortinillas, gráficos y títulos (colores y efectos)	"LUIS ERNESTO FRANCO SE HA DEDICADO A TRABAJAR Y SU FE"
Música y/o efectos sonoros	No hay
Transcripción Textual de voz en off de reportero(a) como ejemplo o destacable:	"Luis Ernesto Franco reafirma que en los últimos meses se ha dedicado a trabajar en sí mismo, lo cual implica estar bien en todos los sentidos, incluyendo con Dios; recuérdese que el actor abrazó la fe cristiana tras su separación de Marimar Vega. Lo encontramos en Los Ángeles donde radica, y este miércoles acudió a la premier de la película ´He matado a mi marido´ en la que comparte créditos con María Conchita Alonso, Eduardo Yañez, Gabi Espino y Guy Ecker entre otros"

FICHA DE ANÁLISIS DE TEXTO Y VERBALIZACIONES Programa 2

TEXTO	**ENUNCIADOR**	**DE QUIÉN O DE QUÉ SE HABLA TEMA**	**QUÉ ES LO QUE SE DICE**	**VERBALIZACIONES** **CÓMO SE HABLA**
"Y lo que se refería de las cantidades de dinero, es porque aseguraban que a raíz de lo sucedido con Geraldin Bazan es que decían que su empresa la había regañado y quitado la exclusividad de 400 mil pesos al mes"	Jimena Pérez	De la actriz Irina Baeva	Que la actriz en cuestión está en problemas con su televisora por ser la amante de otro actor famoso	Verbalización que utiliza el enunciador: cotidiano, pero en sentido de rumor "chisme". Se atreve a dar, sin responsabilidad, la cantidad de dinero de cuánto gana una actriz al mes

Síntesis del discurso FICHA (A) del Programa 2

Conductor	Nota o personaje al que se refiere	Adjetivos verbales	Discurso del sujeto en escena Valoraciones morales	Códigos no verbales
Daniel Bisogno	Conferencia del actor Danny De Vito se cae ante los representantes de los medios de comunicación	Pequeño, chiquito, cara de sufrimiento, mide 1.40.	"Mira cómo se le bajó hasta su pantaloncito *baby creysy*"" además es muy chiquito" "tiene cara de sufrimiento" "Cuando lo levantaron dijeron: falta un pedazo ¿no estará por ahí" "la caída es poca porque mide 1.40"	Burla Risa
Daniel Bisogno	Actriz Irina Baeva	Burla en doble sentido	"Irina Baeva, después de que ya se la dejaron Irina"	Denostar a una actriz con doble sentido para referirse a ella como la amante
Pedro Sola	Danny De Vito	Mayorcito. Chaparrito.	"Ya está mayorcito" "Está pesado" "es chaparrito" "se pasmaron"	Risas
Daniel Bisogno	Divorcio del actor Luis Ernesto Franco	Dañado	"Se quedó dañado mi Luis Ernesto Franco y optó por el camino de Dios, ahorita él está más cercano al Señor que junto al perro" "La chata yo creo que se quedó hasta picuda porque ya no tiene ni casa"	Tono de voz irónico
Patricia Chapoy	Divorcio del actor Luis Ernesto Franco	Utilización de Adjetivos y posturas morales para dar una opinión de valoración moral	"¿Sabes qué? Si cada quien decide cómo refugiarse a través de una filosofía o una religión, pues me parece bien ¡qué bueno! Me parece bien"	Aparenta habar en tono conciliador. Mueve las Manos

Conductor	**Nota o personaje al que se refiere**	**Adjetivos verbales**	**Discurso del sujeto en escena** **Valoraciones morales**	**Códigos no verbales**
Pedro Sola	Entrevista a Luis Ernesto Franco	Advenediza	"Es una advenediza que está allí."	Despectivo
Daniel Bisogno	Futura boda de la cantante Dulce María	Literata	"se casa la literata" "Estoy deprimido porque tanta delicia literaria para que vaya a acabar así"	Irónico Burla
Pedro Sola	Dulce María	Moderna	"es como Sor Juana revivida"	Irónico
Daniel Bisogno	Sor Juana Inés de la Cruz	Doble sentido	"pero Sor Juana era… por eso la metieron en el billete de doscientos"	Hace mímica de hacer tortillas. Denota que está insinuando las preferencias sexuales de Sor Juana Inés de la Cruz

FICHA DE ANÁLISIS DE NOTA GRABADA

Nota / personaje público que cubre	Actriz Yalitza Aparicio
Programa / fecha en la que aparece	**Programa (2)** martes 5 de marzo del 2019
Duración:	3:40
Bloque en el que aparece	2
Temas de la vida profesional	Ninguno
Temas de la vida privada	Su infancia, su escuela primaria. Entrevistas con sus maestros.
Cortinillas, gráficos y títulos	Títulos: "En exclusiva" "Yalitza sufrió por el alcoholismo de su padre" "Yalitza Aparicio enfrentó discriminación desde pequeña en la escuela" Cortinillas de *flash back* y *difuminaciones*. Efectos en el cambio del color de la imagen
Música y/o efectos sonoros	Música mixteca de fondo Efecto sonoro de tragedia (cuando hay un testimonio sobre el alcoholismo de su padre)
Transcripción Textual de voz en off de reportero(a) como ejemplo o destacable:	"No sólo padecía problemas en su casa, también en la escuela donde sus compañeritos la discriminaban por su origen indígena "

Fichas de análisis de contenido del programa 3 “Ventaneando”

Programa:	**3**
Fecha de transmisión	Lunes 18 de marzo del 2019
Hora de transmisión	De 3pm. a 4pm
Canal	Canal Uno de televisión abierta
Conductores:	Patricia Chapoy, Daniel Bisognno, Mónica Catañeda, Pedro Sola, Jimena Pérez
Duración:	36:26
Bloques:	3
Notas grabadas:	10
Entrevistas telefónicas	0
Enlaces en vivo	0
Entrevistas en foro	0
Entrevistas grabadas	6 (dentro de las notas)

FICHA DE ANÁLISIS DE NOTA GRABADA

Nota / personaje público que cubre	Cantante Juanes
Programa / fecha en la que aparece	**Programa (3)** lunes 18 de marzo del 2019
Duración:	1:29
Bloque en el que aparece	3
Temas de la vida profesional	Se presentó en el Festival Vive Latino
Temas de la vida privada	Su opinión sobre el aborto y Venezuela
Cortinillas, gráficos y títulos	"Juanes le entró al debate sobre el aborto en México"
Música y/o efectos sonoros	No
Transcripción Textual de voz en off de reportero(a) como ejemplo o destacable:	"Juanes se presentó este domingo en el Festival Vive Latino, pero antes de su presentación opinó sobre uno de los debates que han dividido a la sociedad mexicana en los últimos días; el aborto" "Juanes quien se presentó en el Live Aid Venezuela reconoció que el conflicto en esa nación es difícil de resolver"

Fichas de análisis de contenido del programa 4 “Ventaneando”

Programa:	**4**
Fecha de transmisión	Jueves 7 de febrero del 2019
Hora de transmisión	De 4pm. a 5:30 pm
Canal	Canal Uno de televisión abierta
Conductores:	Patricia Chapoy, Daniel Bisognno, Mónica Catañeda, Pedro Sola, Jimena Pérez
Duración:	1:01:36
Bloques:	5
Notas grabadas:	16
Entrevistas telefónicas	0
Enlaces en vivo	0
Entrevistas en foro	1
Entrevistas grabadas	5

Síntesis del discurso FICHA (A) del Programa 4

Conductor	**Nota o personaje al que se refiere**	**Adjetivos** **Verbales**	**Discurso del sujeto en escena** **Valoraciones morales**	**Códigos no verbales**
Daniel Bisogno	Actor Juan Soler	Enojado	"Lo que pasa es que si tú ocupas la ira para la comedia no jala. Y él estaba enojado"	Habla en todo de explicar el error de un actor. Regañando
Pedro Sola	Ex actriz Marichelo	"Re-chonchita"	"Fíjate que Marichelo fue operada de dos hernias. Se acuerdan que Marichelo era rechonchita y luego de repente se quedó"	Al final de la frase gesticula con la cara y los brazos para dar a entender que el personaje público bajó de peso
Daniel Bisogno	Le quitan la exclusividad a la actriz Erika Buenfil	Me parece correcto. Un error garrafal	"A varios actores y actrices decidieron quitarles la exclusividad; cosa que en algunos casos me parece correcto, pero en otros, creo que hay gente con la que debes contar siempre" "Según me enteré se la quitaron también a Jaqueline y a Chantal Andere cosa que me parece un error garrafal"	Se cae en el terreno de la especulación y sobre eso se da opiniones y supuesta información dice "creo que" "según me enteré"

Síntesis del discurso FICHA (B) del Programa 4

Conductor	**Nota o personaje al que se refiere**	**Mención a la vida pública o privada**	**Frases, discurso del conductor atribuido al personaje**	**Discurso del sujeto en escena** **"espectacularización del espectáculo"**
Pedro Sola	Actor Juan Soler	Privada	"¿Pero qué es lo que se había dicho, que se había separado de Maki porque tenía otra mujer?"	Se especula de un divorcio y una infidelidad
Mónica Castañeda	Actor Juan Soler	Privada	"Yo sé lo que nosotros hemos dicho, pero al final del día lo que él refiere es que él era parrandero, fiestero, y mujeriego"	Especula pero con seguridad afirma.
Mónica Castañeda	Periodista deportivo Antonio Rosique	Privada	"Oye y aparte Toño fue a pasar Navidad a la casa de ella con sus papás y ella ya ha viajado dos veces a Dominicana para estar con Toño"	Se habla del romance de un periodista deportivo y después se da un avance de su programa "Exatlón"

FICHA DE ANÁLISIS DE NOTA GRABADA

Nota / personaje público que cubre	Actriz Elisa Vicedo
Programa / fecha en la que aparece	**Programa (4)** jueves 7 de febrero del 2019
Duración:	1:43
Bloque en el que aparece	3
Temas de la vida profesional	Ninguno
Temas de la vida privada	Fue golpeada y abusada sexualmente por otro actor
Cortinillas, gráficos y títulos	En mayúsculas ponen su nombre y hacen que corra el título de “Casa Elisa Vicedo” de derecha a izquierda de la pantalla
Música y/o efectos sonoros	Al entrar la nota. Efecto de terror
Transcripción Textual de voz en off de reportero(a) como ejemplo o destacable:	“Tras haber destapado el ataque físico y sexual del cual fue víctima presuntamente por Eduardo Carbajal. Elisa Vicedo revela que en los últimos días varias jóvenes la han contactado para compartir el abuso que también dicen haber sufrido a manos del actor. A través de mensajes de texto enviados a Elisa vía sus redes sociales una de las chicas asegura haber sido atacada por Carvajal en el año 2008 dentro de una camioneta color negra donde fue golpeada y presuntamente obligada por Eduardo a practicarle sexo oral. Otra joven le compartió que tras haber conocido a Eduardo en un restaurante acudió a su departamento donde él en todo momento trató de convencerla de tener sexo con él y aunque no logró abusar de ella el comportamiento prepotente y agresivo del actor siempre estuvo presente”

Fichas de análisis de contenido del programa 5 “Ventaneando”

Programa:	**5**
Fecha de transmisión	Lunes 21 de enero del 2019
Hora de transmisión	De 4pm. a 5:30 pm
Canal	Canal Uno de televisión abierta
Conductores:	Patricia Chapoy, Daniel Bisognno, Linet Puente, Pedro Sola, Jimena Pérez
Duración:	1:03:34
Bloques:	6
Notas grabadas:	8
Entrevistas telefónicas	0
Enlaces en vivo	0
Entrevistas en foro	1 conductor Jorge Muñiz (se le entrevistó de su alcoholismo y ludopatía
Entrevistas grabadas	3

Síntesis del discurso FICHA (A) del Programa 5

Conductor	Nota o personaje al que se refiere	Adjetivos Verbales	Discurso del sujeto en escena Valoraciones morales	Códigos no verbales
Daniel Bisogno	Cantante Miguel Bosé	Pobre Tiernos	"Mi Miguel Bosé no anda en buenos pasos" "Porque se fue con los niños, se vino a México, dejó al pobre del ex marido, dividió a los hermanos" "El caso que una forma de reivindicarse con el público fue subiendo estas fotografías en redes sociales; tiernos momentos con los dos que escogió"	Sarcástico Utiliza el doble sentido
Pedro Sola		No es fácil	"Yo estoy seguro que con el vientre subrogado los niños de Miguel son de él y los del marido son del marido, los otros dos" "Yo sí creo que eso es lo que sucedió, si no, no es fácil llevarte a los niños"	Especulación
Daniel Bisogno	Se refiere a los hijos del cantante Miguel Bosé	Güeros	"Se llevó a los güeros"	Sarcástico
Patricia Chapoy	Cantante José Luis Rodríguez "El Puma"	Absurdo	"Hay situaciones de la familia que se tienen que solucionar en corto, y no exponerse de pronto a un mundo tan absurdo como son las redes sociales"	Se asevera y se hace énfasis en el error
Pedro Sola	Actriz Ginny Hoffman	Terrorífico	"Ginny Hoffman que la conocemos de niña, el caso es que se casó y tuvo una hija, con Héctor Parra que lo conocemos porque aquí ha trabajado mucho, pero nos cuenta algo terrorífico respecto al ex marido y lo que le hizo a la hija"	Presentó nota
Daniel Bisogno	Hija de la actriz Ginny Hoffman	Muy malo. Suficiente. Inadecuado. Muy bien	"Lo que de alguna manera te deja pensar es que hizo algo muy malo un tipo de abuso. Pero yo creo que si eso fue así lo que debió de hacer es haber denunciado, y no con que fuera innombrable sería suficiente" "No puedes decir tú que tu segundo matrimonio es el papá de la niña porque si no ya partes de un lugar inadecuado. Creo yo que todo niño debe de tener muy claro quiénes son sus padres y quién es una persona que es la pareja de tu mamá que te trata muy bien"	Se habla seriamente Se está criticando abiertamente Después de una entrevista se hace un señalamiento moral

Síntesis del discurso FICHA (B) del Programa 5

Conductor	Nota o personaje al que se refiere	Mención a la vida pública o privada	Frases, discurso del conductor atribuido al personaje	Discurso del sujeto en escena "espectacularización del espectáculo"
Linet Puente	Novia del futbolista Javier Hernández y su novia	Privada	"Oiga, la novia del ´Chicharito´, resulta que ya confirmó cuánto tenía de embarazo, porque desde hace unos días nosotros estábamos tratando de adivinarle, porque la pancita ya se le ve más abultada"	Se retoma a un futbolista mexicano que por ser figura pública aparece en este programa que no es deportivo, pero el hecho de que su novia esté embarazada es relevante
Pedro Sola	La actriz Marjoire de Sousa no deja ver a su hijo al actor Julián Gil	Privada	"Pero mira, todo esto se le va a revertir a Marjorie en algún momento con el niño. El niño un día le va a reclamar todo esto que ella ha orquestado y lo ha hecho desde un principio en contra del papá del niño"	Los problemas maritales siempre encontrarán empatía con la audiencia.
Jimena Pérez	La actriz Marjoire de Sousa no deja ver a su hijo al actor Julián Gil	Privada	"Pero mientras ya le envenenó el alma y no se vale que le hagas esto a ¡tu propio hijo!	Gran parte del auditorio de "Ventanendo" son mujeres. Y hablar de problemas con la pareja masculina causará atracción

FICHA DE ANÁLISIS DE NOTA GRABADA

Nota / personaje público que cubre	Actor Jesús Ochoa
Programa / fecha en la que aparece	**Programa (5)** lunes 21 de enero del 2019
Duración:	1:30
Bloque en el que aparece	1
Temas de la vida profesional	La Asociación que dirige no envió arreglo floral a una agremiada (que falleció)del sindicato ANDA
Temas de la vida privada	No
Cortinillas, gráficos y títulos en mayúsculas:	"JESÚS OCHOA HIZO UNA RABIETA POR PREGUNTA SOBRE MATY HUITRÓN" "NO QUISO TRATAR EL TEMA DE LA CASA DEL ACTOR CON LA PRENSA DE ESPECTÁCULOS"
Música y/o efectos sonoros	No existen
Transcripción Textual de voz en off de reportero(a) como ejemplo o destacable:	"Tremenda rabieta hizo Jesús Ochoa al término de la función del musical *Hello Doly* cuando le preguntamos por qué la Asociación Nacional de Actores, la cual dirige, no envió ningún arreglo floral al funeral de Maty Huitrón quien hasta el día de su muerte fungió como presidenta de La Casa del Actor y que con abiertamente no mantenía una buena relación"

ENTREVISTA A LOS REPORTEROS DE LA FUENTE DE ESPECTÁCULOS: LA PERSPECTIVA DE LOS QUE CONSTRUYEN LA NOTICIA DEL ESPECTÁCULO.

Para esta investigación conversamos con tres reporteros que cubren la fuente de espectáculos. A propósito escogimos tres diferentes representantes que laboran para tres diferentes medios con distinto perfil y línea editorial, y por supuesto al que representa el programa de televisión aquí analizado.

Así, entrevistamos a Ricardo Manjarrez de "Ventaneando" (TV Azteca), Zandra Zitle de Once Noticias (Canal Once) y Aranza Castillo de la sección "Hey" (periódico Milenio)

Todos ellos aseguraron que son éticos con su rama y que cubren profesionalmente con su labor:

Comenzaos con Ricardo Manjarrez, reportero de "Ventaneando" [227], quien al momento de entrevistarlo tenía 10 años de estar colaborando para dicho programa aseguró:

"Mucha gente piensa que Ventaneando es un programa de chismes, y puede que todos lo pensemos, igual yo lo creí antes de que yo entrara ahí, pero yo te puedo dar mi palabra, y ahora que trabajo ahí lo sé, no son chismes, es información de espectáculos, en Ventaneando no se inventa si hay un romance, se pregunta si hay un romance en Ventaneando se desmiente si hay un romance o se afirma si hay un romance pero no es un lugar donde inventemos cosas"

Se le preguntó a Manjarrez si ellos tienen un código ético y esto respondió:

"Sí, hay un código ético que nos dejó la señora Chapoy; nosotros en Ventaneando tenemos prohibido llegar con un famoso y preguntarle sobre sus preferencias sexuales, nosotros no podemos llegar y preguntar: oye fulanito es cierto que eres gay, oye Susanita es verdad que eres gay, no podemos hacerlo, es imposible. Lo que

[227] Entrevista realizada a Ricardo Manjarrez. Reportero de espectáculos del programa "Ventaneando". de TV Azteca
Por: Fernando Martínez Mendoza.
Lugar: Foro Shakespeare.
Fecha: 18 de junio 2018.

podemos hacer es si una publicación lo delata o él se sale del closet nosotros ahí sí podemos abordar el tema”

¿Cuáles son tus límites?

“Cuando yo entré a Ventaneando, no lo hice como reportero, lo hice como paparazi, me dijeron te vamos a dar una camarita y nos vas a traer paparazi. A mí me temblaba la mano cuando yo estaba en los restaurantes de la condesa buscando famosos, un día cuando yo estaba afuera de uno de esos restaurantes, no voy a decir el nombre pero un famoso estaba sentado solo en una mesa comiendo, y de pronto junto a su mesa estaba otro hombre solo y yo los empecé a grabar pero resultó que se estaban como ligando, al poco rato los dos estaban sentados en la misma mesa, se dieron cuenta que los estaba grabando y me mandaron hasta el valet parking para amenazarme. Nunca hicieron nada pero parecía que había cierta complicidad. Me llevé el material, lo borré y no me atreví a armar la nota”

No es lo mismo llegar con cámara prendida que con una grabadora en mano ¿no crees? Pati Chapoy abrió una escuela de llegar con la cámara prendida y decir “miren cómo no nos quiso dar entrevista”

“Yo me tengo mi propia teoría. Mi trabajo es conversar con las personas. Pero mi trabajo no es perseguir a nadie ni obligar a nadie para que me dé una entrevista, pero por supuesto que he perseguido, por supuesto que he dado portazos, que he hecho *chacaleos* tremendos en los que salimos todos madreados, pero ese no es mi trabajo ni debería ser el de ninguno”

Empiezan preguntando por la vida profesional pero terminan con la pregunta de vida privada ¿es así?

“Es clásico que hay una maña. Claro, empiezas preguntando A para llegar a preguntar C”

¿Qué autocrítica te darías a ti y a la fuente para la cual trabajas?

“Todos los famosos nos ven como la bola de nacos, como los chacales, pero no de a gratis nos hemos ganado esa fama, muchas veces vamos a alfombras rojas o a eventos y no nos sabemos comportar; es una vergüenza, damos portazos a veces, estamos gritando, no guardamos silencio, nos vale todo; creo que tenemos que ser más educados, creo que hay muchos no tienen educación.”

¿Qué opinas de que hubiera en las universidades cierta especialización en periodismo de espectáculos?

“Yo me titulé por *la Ibero* haciendo un cortometraje, mis últimas materias sí fueron medios audiovisuales, pero jamás me imaginé que iba a trabajar en espectáculos, yo creo que sí, porque recuerdo que en mis clases de periodismo y mis talleres nos dejaban hacer reportajes, trabajo de campo pero jamás recuerdo uno que fuera de espectáculos, todos trataban de ´vamos a tratar el Día de Muertos´, la tradición de tal pueblo, pero no hay tal especialidad en los espectáculos”

Zandra Zittle, en el momento de ser entrevistada era la presentadora de la sección de espectáculos para el noticiero vespertino de Canal Once. Tiene cuatro años de experiencia cubriendo la fuente[228].

¿Cuál es el primer filtro que pones al armar una noticia?

“El principio básico es vida profesional, no vida privada. Es el trabajo de un artista, no es chisme. Sobre todo que no sea una información privada”

¿Hay sus excepciones? Te pongo un ejemplo que una cantante muy famosa fuera asesinada por su esposo ¿lo informarías?

“Fíjate que no, pasó con Jeny Rivera, nos dijeron no pasa y no pasó. Con ese tipo de casos no lo hemos hecho”

[228] Entrevista realizada a Zandra Zitle. Reportera y conductora de espectáculos de “Once Noticias”.
Por: Fernando Martínez Mendoza.
Lugar: Redacción Once Noticias.
Televisora Canal Once del Instituto Politécnico Nacional.
Fecha: 8 de mayo 2018.

¿Por qué se ha mezclado la fuente de Cultura con la de los Espectáculos?

“Sí es una mezcla extraña fusionada con cultura, digamos que es el lado divertido de la cultura o el lado cultural de espectáculos.”

¿Cuál es la diferencia de cubrir bellas artes a espectáculos?

“Finalmente es eso artes. Nosotros sí cubrimos el lado cultural del cine. Pero el lado Espectáculos es el lado más relajado, más divertido, no tan serio, más comercial, más popular”

¿Estarías de acuerdo de que en México hubiera una especialidad, maestría o un doctorado que preparara a los periodistas de espectáculos?

“Desgraciadamente en México escuchas espectáculos y se asocia automáticamente al chisme, y sí, en México normalmente eso sucede. Pero sí estoy de acuerdo que hubiera una especialización para educar al reportero a que no tenga que recurrir a la información barata, que no tengas que recurrir al morbo de la gente. Sería interesante que puedas tener una formación académica para que tu visión sea otra y puedas irte al lado serio de la información”

¿Si fueras tú la maestra, qué les enseñarías a tus alumnos?

“Eso, que no necesitas recurrir al morbo, puedes recurrir a la diversión sin que sea una nota ni roja ni amarilla ni mucho menos, puede ser una información hasta cierto punto dura, con cifras, que puede tener una investigación detrás; por ejemplo con la película de *Avengers*, cuánto recaudó, cuánto tiempo se tarda una película en recaudar esa cifra. Entonces empiezas a hacer una investigación, te empiezas a meter, y sí necesitas un proceso para armar la nota que te da la formación escolar”

Vemos que se puso de moda “informar” que el actor o famoso se portó muy mal con el reportero ¿cuál ha sido tu experiencia tanto buena o mala?

“Depende mucho tu actitud como reportero, si llegas en buena onda, si llegas informado, sobre todo, ellos se dan cuenta cuando tú no tienes ni la menor idea de que no viste la película, de que nunca has escuchado un disco de ellos, porque puede suceder, pero si tú puedes usar esta debilidad a tu favor y ser honesto, puedes llegar con el director y decir: no he visto tu película pero me interesa esto. A mí me tocó llegar y decir discúlpame, no he visto tu película pero he leído mucho de ella. Entonces él te empieza a platicar y a convencer para que veas su película y eso también es información para el público. Sí tienes que prepararte para una entrevista.

Alguna vez alguien me dijo que el ego de las personas es inversamente proporcional a su grandeza, y de verdad que he podido comprobarlo. Es gente que puede ser el cineasta más importante, el cantante más popular del momento, el actor más famoso, es gente que si tiene talento, si tiene bases para sustentar su trabajo y presentar su arte al público es alguien muy sencillo”

¿Has hecho algo que no te ha gustado hacer?

“Lo que procuro no hacer son los *chacaleos*. No me gusta nada, eso de que se avienten todos o aventando los micrófonos. Creo que es hasta una agresión hasta para el propio entrevistado.”

¿Por qué crees que un medio de comunicación como es Canal Once tiene una sección de espectáculos en sus noticieros? ¿Por qué?

“Yo creo que porque era una necesidad de dar ese tipo de información que al público le interesa de una manera diferente, no haciendo uso del morbo, nosotros nunca hemos metido ese tipo de notas. Sí es una parte de nuestra vida, nos encanta ir al cine, nos encanta ir a los conciertos, y el público joven que en ese momento estábamos buscando en Canal Once era muy importante para nosotros. Y se quedó, le gustó tanto a la gente que fue creciendo.

¿Crees que tu sección es clave para mantener a un público joven cautivo viendo Canal Once?

"Fíjate que desgraciadamente ya no tenemos los ratings pero en ese momento que lo tuvimos, sí era clave, se mantenía el público viendo los noticieros o los programas que teníamos en ese momento. Y ahora lo medimos por vía redes sociales, la respuesta del público es muy buena y esto quiere decir que al público le interesa este tipo de notas"

¿Qué opinas de que cualquiera puede abrir su canal de Youtube e "informar"?

"Lo vemos todos los días porque de repente de ser unos cuantos medios ahora son cientos, para registrarte en un evento haces una fila tremenda de gente que no conoces, de medios que no sabemos de dónde salieron. Yo creo que sí es importante que la gente ubique quién les está dando la información porque no siempre es cierta, es muy fácil copiar y pegar, y es gente que no está comprobando esa información. Es importante ver de dónde viene, si no salen las *fake news*"

Aranza Castillo estudió en la FES Acatlán (UNAM) tiene un año de cubrir espectáculos en el periódico Milenio[229]

¿Cuál es tu visión de esto y cuál es la realidad?

"Cuando yo inicié yo no esperaba ni pensaba hacer periodismo de espectáculos porque tenía este estigma de los programas de chismes de farándula, que de cierta manera son los que más audiencia tienen y los que más se conocen hay una tergiversación de lo que es el periodismo de espectáculos. Y pues cuando entro al periódico me di cuenta que espectáculos y farándula no tienen nada que ver".

¿Cuál es la diferencia?

[229] Entrevista realizada a Aranza Castillo. Reportera de la sección "Hey!" del periódico Milenio.
Por: Fernando Martínez Mendoza.
Lugar: Teatro San Rafael.
Fecha: 2 de mayo 2018.

“El periodismo de espectáculos es la información que está enfocada en el entretenimiento pero que no mezcla ni está interesada en aspectos de vida privada, sino que está enfocado todo al entretenimiento, esa es su raíz”.

¿Por qué crees que el público busca contenido de la vida privada?

“Francamente no lo sé, sé que puedes hojear el TV y Novelas en el súper pero ese periodismo yo no lo quiero hacer, no quiero reproducirlo y yo no lo busco.”

¿Cómo construyes tus notas para no caer en ese periodismo de vida privada?

“Hay que estar consciente de qué medio vas a trabajar primero, no puedes luchar contra el sistema si vas a TV Azteca pues te pedirán abordar esos temas, en mi caso que cubro la fuente en Milenio es una línea editorial que no aborda el tema de vida privada, no le interesa el chisme y eso es lo que yo hago y lo que yo ofrezco.”

¿Estás de acuerdo que el periodista de espectáculos debería especializarse, quizás que hubiera una maestría de ello?

“Yo creo que sí, pero tengo un conflicto en eso, a mí me gustó mucho estudiar en la UNAM y creo que el plan de estudios fue muy completo, claro, no había en el plan de estudios esto de periodismo digital*, comunity manager*. Creo que ese tipo de especialidad no te lo da la universidad sino te lo da el medio, creo que una maestría sería estudiar mucho, creo que podría ser un diplomado de alguien que esté en el medio y que lo siga siendo y que pueda dar sus bases, porque cada medio tienen sus reglas, sus bases y es ahí donde realmente aprendes como conociendo los medios y aprendiendo a tener claras tus expectativas y valores pero claro esta lo que te pide tu editor.”

¿Se gana bien en esto y es un negocio pero qué crítica le darías a esto porque parece que algo no funciona nada bien?

“Creo que lo que pasa ahí es que no podemos seguir pensando que no hay alternativas, no podemos seguir diciendo que esto es mi trabajo y por eso vengo a

preguntar esto, siempre hay una alternativa para hacer el periodismo que tú quieres hacer porque incluso hay blogs que hablan de teatro y son súper interesantes, es verdad que a gente lo está leyendo y hay un cierto público que lo va a leer por morbo. Sé que es muy complejo, sé que se los exige el medio pero creo que siempre hay una opción y no podemos seguir pensando que porque la gente lo pide yo le voy a dar eso al público."

¿Te ha tocado cubrir algo que no quieras?

"No me gusta cubrir las alfombras rojas, es un glamur muy falso. No puedes sacar información de ello, a mí me cuesta mucho hacer una nota de eso. Funerales tampoco, pero hay que medir tu nota, porque el medio te lo está pidiendo pero hay que medir que no puedes invadir el espacio privado de esa persona, yo he visto a muchos reporteros que entran hasta a escondidas. Y yo siento que, sí el medio te pide algo, pero tú puedes equilibrar esa parte para que tú sepas lo que estás haciendo por el medio y donde no cruzar la frontera, porque no todo lo que te pide el medio lo vas a hacer."

¿Crees que si exista la línea de vida privada y pública? porque parece que se confunde

"Yo sí puedo ver esa línea, pero hay ciertas celebridades que en realidad les gusta compartir su vida privada y lo disfrutan, es un juego que existe.

Sí existe esa línea, piensa en María Felix, ella era la diva de México, un personaje importante y muy influyente pero yo creo que sí mantenía su vida privada. Es un juego mutuo, ahí entra tanto el medio, el reportero, y la persona involucrada. Como Luis Miguel, él no va a las alfombras no se mantiene públicamente porque yo creo que a él sí le chocó esta parte de ser el divo y que le preguntara cosas, es lo que pasó con Eduardo Yáñez va a una alfombra roja pero sabe que es probable que le van a preguntar se eso."

¿Te han pasado malas experiencias?

“A mí no, pero me han platicado que se tal se portó muy mamón y yo les digo ¿pues qué le dijiste? Ve a Diego Luna, sí le preguntan por Camila Sodi pero incluso Ventaneando le pregunta mucho por sus proyectos porque tiene proyectos interesantes. Yo no iría a entrevistar a Niurka porque no tiene proyectos qué contar, habrá compañeros que sí vayan con ella porque les da tema, les da nota, pero mi línea editorial no la contempla.”

¿Estás de acuerdo que se tiene que mejorar el gremio?

“Francamente hay cosas que son mejorables, yo creo que es una industria también como bastante golpeada porque realmente es verdad que se exige mucho, se exigen muchísimas cosas, se te exige una nota y a veces no te pagan tus viáticos y yo veo que no hay necesidad de sufrir en otras fuentes porque no te importa su vida privada de los panaderos, de los chefs. Esto es de mucha consciencia pero siento que hay muchos medios que publican eso porque de verdad les funciona, yo no me imagino “Ventaneando” diciendo ya no vamos a publicar chismes sino ahora notas de teatro, porque es una estructura que les funciona. Creo que es mucho la lectura para acercarse a las artes y cosas recreativas.”

BIBLIOGRAFÍA

Arendt, H. (1958) *The human condition. EE.UU*. The University of Chicago Press. Estados Unidos.

Bourdieu, Pierre. (1996) *Sobre la Televisión. Textos de dos emisiones televisivas realizadas en el Collge de France*. Editorial Anagrama. Francia.

Casero Ripollés, Andreu y Javier Marzal Felici. (2010) *Algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo televisivo: el infoentretenimiento en la era del espectáculo*. Universidad Jaume I. de Castellón. España.

Casetti, Francesco y Federico di Chio. (1999) Análisis de la televisión. Editorial Paidós. Barcelona, España.

Debord Guy. (1967) *La Sociedad del Espectáculo*. Editorial Buchet / Chastel. Francia.

Debord, Guy. (1988) *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Editorial Gérard Lebovici. Francia

Del Rey Morató, Javier. (1998) *El Naufragio del Periodismo en la era de la televisión.* Editorial Fragua. España.

Fasano, Patricia. (2002) *De boca en boca. El chisme en la trama social de la pobreza*. Centro de Antropología Social del IDES. Universidad Nacional de Misiones. Argentina.

García Canclini, Nestor. (1990) *Culturas Hibridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. Grijalbo. México.

González, Jorge A. (2002) *Más (+) Cultura (S), ensayos sobre realidades plurales.* Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes. México.

González Requena, Jesús (1992) *El discurso televisivo: espectáculo de la Posmodernidad*. Ediciones Cátedra. España

Habermas, J. (1989) *La Transformación estructural de la esfera pública: Una investigación y categoría de la sociedad burguesa.* Cambridge Polity. Reino Unido.

Infante García Marcela (2002) *Prensa de Farándula: Mírame que te quiero ver: los chilenos espiando por la cerradura*. Universidad Nacional Andrés Bello. Escuela de Periodismo. Chile.

Labio Bernal, Aurora. (2007) *Periodismo de entretenimiento: la trivialización de la prensa de referencia*. Universidad de Sevilla. España

Lawrence, Stenhose. (1997) Cultura y Educación. Editorial MCEP. España.

Martín Barbero, Jesús. (2002) *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica. Chile.

Pérez Casas, Gabriela de los Ángeles. (2000) *Propuesta de lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Organización Radio Fórmula*. UNAM FCPS. México

Burke, Peter. (1991) *La cultura popular en la Europa moderna*. Editorial Alianza. España

Ramírez Hernández, María del Rocío. (2002) *De la Cultura a los Espectáculos*. UNAM FCPS. México

Repoll, Jerónimo Luis (2010) *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México

Romero Flores, Olín (2011) *La ética en el periodismo de espectáculos: caso específico Tv Notas*. UNAM FCPS. México

Rueda Pliego, Iris Minerva (2010) *La reina de la radio y su liderazgo en el periodismo de espectáculos: entrevista a Maxine Woodside*. UNAM. México.

Sánchez Medina, Mayra (2010) *Entre la espectacularidad y el deseo: la estetización. ¿Una segunda metamorfosis?* En: Pech Cynthia y Romeu Vivian (2010) *Lo Comunicativo, lo artístico y lo estético*. UACM. México.

Segovia Alonso, Ana Isabel (2001) *La Estructura de los Medios de Comunicación en Estados Unidos: Análisis Crítico del Proceso de Concentración Multimedia*. Universidad Complutense de Madrid. España

Sibilia, Paula (2008) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. México

Thompson, John B. (1995) *Los límites cambiantes de la vida pública y la privada*. Universidad de Cambridge. Reino Unido

Warren, Samuel y Brandeis, Louis (1890) *The right to privacy.* Harvard Law Review. Estados Unidos.

Wolton, Dominique (1995) *Elogio del Gran Público*, Editorial Gedisa. España.

PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

Bisogno, Daniel. (Jueves 28 de febrero del 2019) “Ventaneando”. TV Azteca. Canal 1. México. En: https://www.youtube.com/watch?v=xgacMqvWOng&t=1392s
Fecha de última consulta: 9 de julio 2019

Chapoy, Pati. (Martes 5 de marzo del 2019) “Ventaneando”. TV Azteca. Canal 1. México. En: https://www.youtube.com/watch?v=JChQEAVU1x4&t=555s
Fecha de última consulta: 9 de julio 2019

Chapoy, Pati. (Lunes 18 de marzo del 2019) “Ventaneando”. TV Azteca. Canal 1. México. En: https://www.youtube.com/watch?v=lZR1f818J70
Fecha de última consulta: 9 de julio 2019

Chapoy, Pati. (Jueves 7 de febrero del 2019) “Ventaneando”. TV Azteca. Canal 1. México. En https://www.youtube.com/watch?v=BwGAkTg0XWY&t=1874s
Fecha de última consulta: 9 de julio 2019

Chapoy, Pati. (Lunes 21 de enero del 2019) “Ventaneando”. TV Azteca. Canal 1. México. En https://www.youtube.com/watch?v=jXKT4P_QaGk&t=689s
Fecha de última consulta: 9 de julio 2019

Discovery Channel. (15 marzo 2009). “Documental sobre California”. Discovery Channel. Estados Unidos.

Loret, Carlos. (30 de mayo 2018) “Despierta con Loret” Nota: Karime Macías habita departamento con valor estimado de 120 mdp. Televisa. Canal 2. México.
En: https://www.youtube.com/watch?v=97dLtmAxcwc
Fecha de consulta: 13 de junio 2019.

Trujillo, Víctor. (22 de enero del 2010) “El Mañanero”. Televisa. Canal 4 Foro TV. México

REVISTAS Y PERIÓDICOS

Andino, Allan. (martes 14 de julio 2015) “La historia de Joan Sebastián con Maribel Guardia: digna de una telenovela”. Periódico La Nación. México.
En: https://www.nacion.com/viva/farandula/la-historia-de-joan-sebastian-con-maribel-guardia-digna-de-una-telenovela/BW2SY4X7UZEVXOWZC5YYMP3DFE/story/
Fecha de consulta: 12 de diciembre 2018

Benavides Carlos y Almazán Alejandro. (viernes 12 de septiembre de 2003). “La industria del chisme, abusos detrás del show”. *El Universal*. México.
Encontrado en: http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/170591.html
Fecha de consulta: martes 9 de octubre de 2018

García, Ana Karen. (26 de octubre 2018) “Cuántos Libros se leen en México”. *Periódico El Economista*.
En:https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Cuantos-libros-se-leen-en-Mexico-al-ano-20181026-0075.html
Fecha de consulta: 31 de octubre del 2018

González González, Juvenal. (martes 15 de septiembre del 2007) “Mediocracia vs Partidocracia, el mundo del espectáculo”. *Milenio Diario*. México.
En: http://impreso.milenio.com/node/7118617
Fecha de consulta: 13 enero 2011.

Instituto Cervantes. (2010) “Augusto Pinochet”. Revista de Salamanca “Don Quijote”
En: https://www.donquijote.org/es/cultura-chilena/historia/pinochet/
Fecha de consulta: 13 de mayo 2018

León, Alma Leticia. (miércoles 26 de septiembre del 2007) “Entre María Zambrano y Paty Chapoy”. *Milenio Diario*. México. En: http://impreso.milenio.com/node/7123702
Fecha de consulta 12 de enero 2011

Martín, Hopenhayn. “Orden Mediático y Orden Cultural: una ecuación en busca de Resolución”. Pensar Iberoamérica. México
En: http://www.campus-oi.org/pensariberoamericana/#la
Fecha de consulta: 13 de mayo 2018

Redacción Quién. (martes 30 de marzo del 2010). “Historia de la desaparición de Paulette”. *Quién*. México.
En:https://www.quien.com/espectaculos/2010/03/30/y-donde-esta-paulette-la-historia-de-la-desaparicion
Fecha de consulta: martes 9 de octubre del 2018

Redacción / Sin Embargo. (2 de mayo del 2012) “¡Qué vergüenza!, don Ricardo Salinas.” *Sin embargo.com.mx*. Sección: Opinión. México.
En: http://www.sinembargo.mx/opinion/02-05-2012/6662
Fecha de consulta: domingo 19 de agosto 2018

Redacción. (2007). “Tarifas publicitarias en Medios Impresos”. *Revista V Yasa*. *Líder en difusión de medios*. Edición 58. III trimestre del 2007. México.

Reynoso, Cristina. (3 de junio del 2018) “Al Pueblo, pan y circo”. *Algarabia*. México.
En: https://algarabia.com/para-opinar/al-pueblo-pan-y-circo/
Fecha de consulta: 31 de octubre del 2018

Torres, Gustavo. (2009) “La industria del espectáculo y el entretenimiento en México” *Suplemento de 10 periódico El Universal*. Núm. 14. Tomo IV. Semana 04 octubre de 2009. México

Velasco, Lorena. (2009) “Docencia, Publicación de la Comunidad Académica de la Universidad de Guadalajara”. Número IV. *Editorial Difusión UAG*. México

SITIOS WEB

Hatach, Hans. (miércoles 17 febrero del 2016). “Bajan los ratings de la TV abierta y pierde audiencias”. *Soy.Marketing*. México.
En: https://soy.marketing/bajan-ratings-de-la-tv-abierta/
Fecha de consulta: 6 de marzo 2018

Huston Crespo, Marysabel. (18 de mayo del 2018) “Luis Miguel rompe récords en Spotify gracias a su serie biográfica con Netflix”. CNN en Español. México.
En: https://cnnespanol.cnn.com/2018/05/18/luis-miguel-rompe-records-en-spotify-gracias-a-su-serie-biografica-con-netflix/
Fecha de consulta: 5 de mayo 2019

Olsen, Iván. (2013) “El Origen de los paparazzi”. *El Blog de InfoIdiomas*. México.
En: https://www.infoidiomas.com/blog/5163/el-origen-de-los-paparazzi/
Fecha de consulta: 20 de agosto 2018

Real Academia de la Lengua Española. (2010) “Diccionario de la Real Academia Española”. RAE. España.
En: http://dle.rae.es/?id=GX8m8QF
Fecha de consulta: 22 de octubre 2018

Torres, Arturo. (2010) “Kurt Lewin y la Teoría del Campo: el nacimiento de la psicología social”. *Psicología y Mente*. México.
En: https://psicologiaymente.com/social/kurt-lewin-teoria-del-campo
Fecha de consulta: 13 de mayo 2018

Sin autor. (2019) “Conoce nuestro Media Kit”. Editorial Notmusa. México.
En: https://www.notmusa.com.mx/.
Fecha de consulta: 30 de diciembre 2019

ENTREVISTAS REALIZADAS

Entrevista realizada a Zandra Zitle. Reportera y conductora de espectáculos de “Once Noticias”.
Por: Fernando Martínez Mendoza.
Lugar: Redacción Once Noticias.
Televisora Canal Once del Instituto Politécnico Nacional.
Fecha: 8 de mayo 2018.

Entrevista realizada a Ricardo Manjarrez. Reportero de espectáculos del programa “Ventaneando”. de TV Azteca
Por: Fernando Martínez Mendoza.
Lugar: Foro Shakespeare.
Fecha: 18 de junio 2018.

Entrevista realizada a Aranza Castillo. Reportera de la sección “Hey!” del periódico Milenio.
Por: Fernando Martínez Mendoza.
Lugar: Teatro San Rafael.
Fecha: 2 de mayo 2018.

Entrevista realizada a Carlos Bernal Romero. Revista “Chilango”.
Por Fernando Martínez Mendoza
Lugar: Vips Eduardo Molina
Fecha: 22 de noviembre 2015

Entrevista realizada a Jerónimo Repoll. Profesor-Investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana campus Xochimilco. Egresado de la Universidad de Barcelona en Ciencias de la Comunicación. Entrevistado en la Ciudad de México.
Por Fernando Martínez Mendoza
Fecha: lunes 5 de octubre 2009.

PROGRAMAS DE RADIO

Franco, René. (13 de junio 2009) “La Taquilla”. Grupo Radio Fórmula. 104.1 de F.M. Ciudad de México.

Villalobos, Horacio. (Miércoles 31 de marzo del 2010). “La Taquilla”. Radio Fórmula. 104.1 de FM. México.

Villalobos, Horacio. (13 de enero 2018). “Dispara, Margot, Dispara”. Frecuencia 12.5 de FM en la Ciudad de México. MVS Radio. México.

OTROS

Asamblea Legislativa del Distrito Federal, IV Legislatura. (19 de mayo de 2006) Ley de Responsabilidad Civil para la Protección del Derecho a la Vida Privada. Gaceta Oficial del Distrito Federal. México.

García Canclini, Nestor. (24 de febrero 2005). “Conferencia para el Seminario sobre Cultura y Desarrollo”. Banco Interamericano de Desarrollo”. Washington, Estados Unidos.

Martin Barbero, Jesús. (2 de marzo de 1998.). “Texto de la conferencia dictada en la Facultad de Comunicación Social en la Universidad Javeriana”. Bogotá, Colombia.

Marín Carlos y Vicente Leñero. (1986) *Manual de Periodismo*. Editorial Grijalbo. México.

Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística. (2010) Anuario 2009-2010 Audiencias y Medios en Medios en México. Ed. Nilsen-IBOPE

Van Dijk Teun A. (1994) Discurso, Poder y Cognición Social. Conferencias de Teun A. van Dijk. En Cuadernos. No. 2, Año 2. Maestría en Lingüística. Escuela de Ciencia del Lenguaje y Literaturas. Universidad del Valle.

Lorenzo Valdés, Francisco Manuel. (2018) "Objetividad y periodismo. A la búsqueda de una fundamentación significativa del quehacer periodístico a través de sentido y referencia de Gottlob Frege"
En: https://tyreditorial.com/pdf/Axon/2/22.pdf
Fecha de consulta: 17 de diciembre 2019

Cano, Oriol Alonso. (2012) "MERCANCÍA Y HOGAR: LA CASA COMO NO-LUGAR". *Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 7, núm. 1. Asociación de Antropólogos Iberoamericanos en Red Madrid, Organismo Internacional.