



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**La ética en el periodismo de espectáculos: caso específico
de la revista *TV nOTAS***

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
OPCIÓN: PERIODISMO**

P R E S E N T A

OLIN ROMERO FLORES

ASESORA: MTRA. VERÓNICA OCHOA LÓPEZ



CIUDAD UNIVERSITARIA

JULIO 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Este trabajo lo logré gracias a que a lo largo de mi vida he contado con el apoyo de seres hermosos que nunca me han dejado sola. Gracias a todos ellos.

A Dios que siempre ha estado conmigo. Me ha ayudado a levantarme de cualquier caída por más terrible que ésta haya sido. Gracias a él estoy aquí.

A mi madre, María Elena Flores Torres. Gracias porque tu apoyo y amor incondicionales me han sostenido siempre. Hemos luchado juntas ante todo, lo bueno, lo malo y lo peor. Eres una mujer excepcional, inteligente, fuerte, trabajadora, dedicada, definitivamente te considero mi ejemplo a seguir. Te amo mamá.

A mi abuela Feliciano, porque le prometí que lo lograría y sé que ella me ayudó desde donde se encuentra. Y, a mi abuelo Epifanio a quien, pienso, le habría encantado verme como una profesionalista.

A mis hermanos, Vicente, Arturo, Nauyotzin, Tonatiuh, Weman y Ana Bertha, por ser mis compañeros de vida; porque sé que han estado y estarán siempre conmigo; por sus cuidados, palabras de aliento, consejos, cariño, apoyo y demás.

A mis sobrinos: Mi Chiquichiqui, Gus, por darme ánimos y tener confianza en mí. A Dany, Fer, Uri, Gaby, Alan, Yudit, Arturito, mis hijos segundos, porque llenan mi vida de alegría.

A Mary, Mire y Maura, porque me han ayudado cuando lo he necesitado y al aceptar a mis hermanos hicieron que los Romero Flores seamos una mejor familia.

A mi Puchu porque siempre ha creído en mí. Por su amor y paciencia ante cualquier situación. Por escucharme, aconsejarme, hacerme reír y llorar, y por aprender juntos a ser mejores personas. Porque, pese a todo, siempre estaremos unidos. Simplemente por ser mi amor y compañero fiel. TACT!!!

A mis *Meza Clabs*, por ser mis hermanitos, sí, de esos que uno elige en la vida. Porque no me dejaron caer en ningún momento; por estar ahí siempre para tenderme la mano y sus hombros si necesitaba llorar; por los aprendizajes, las peleas, los juegos, las tristezas, las alegrías, los viajes, las fiestas y todos los momentos inolvidables juntos.

Karis: Por ser mi protectora y estar al pendiente de mí en todo momento. Simplemente por ser la maravillosa personita que eres.

Bert: Por escucharme siempre, aconsejarme y tener las palabras de aliento que necesito.

Chavis: Porque tu fortaleza e inteligencia para ver la vida me han enseñado que estamos aquí para disfrutar, no para sufrir. Pura vida.

Magdis: Por entregarme lo mejor de ti y estar conmigo.

Bruzi: Por ser un niño maravilloso que siempre tiene las palabras para hacerme sentir bien.

A los amigos entrañables que la vida ha traído a mí, quienes me han apoyado, escuchado, orientado y con los que he compartido momentos maravillosos: Ana Luisa, Lupita, Iván, Kikirrín, Pablis, Marcus, César, Irita, Gaspar, Mane, Calypso, Yoryo, Ana Huizar, Edith Melina, Adriana, Ray...

Al resto de mis amigos y compañeros de la generación 2004-2008, por compartir sus conocimientos y experiencias conmigo. Saúl, Maru, Maribel, Aracelí, Antonio, Tania, Sarahí, Rocío, Elsa, Sonia, Fernando, Wendy, Demián...

A los profesores que estuvieron a lo largo de mi formación académica. Quiero destacar de manera especial a:

Mi asesora Verónica Ochoa López, por sus enseñanzas en las asignaturas que cursé con ella; por ser una profesora ejemplar; por su tiempo, asesoría, apoyo, orientación y paciencia a lo largo de la realización de mi investigación.

A la doctora Susana González Reyna por su gran apoyo y por los conocimientos que he adquirido a su lado, como adjunta y becaria en el proyecto PAPIME. Muchas gracias por confiar en mí.

A los profesores que revisaron mi investigación, me dieron observaciones para mejorarla y con quienes tuve la oportunidad de tomar clases: Fernando Eduardo Aguado Cruz, Juana Lilia Delgado Valdez y Jacqueline Sánchez Arroyo.

Al Programa de Apoyo a Proyectos para la Innovación y Mejoramiento de la Enseñanza (PAPIME), porque durante mi intervención en el mismo, al participar en la realización de una antología de textos actuales sobre géneros periodísticos de opinión y ética periodística, logré avances muy importantes en mi investigación.

A los productores de *TV nOTAS*: Patricia Cuevas, Alejandro Isunza, Nuria Ariza, y el corrector anónimo; porque accedieron a ser entrevistados y fueron muy amables conmigo. Además, a Sonia América y Lourdes Pallais, quienes me ayudaron a contactarlos.

Y gracias a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales perteneciente a la mejor universidad de México. Gracias UNAM por ser mi casa de estudios y aceptarme desde mis 15 años, cuando ingresé al CCH-Vallejo.

ÍNDICE	8
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO 1. IMPORTANCIA SOCIAL DEL PERIODISMO	
1.1 Definición de periodismo	21
1.2 Periodista, responsabilidad social del periodismo	25
1.3 Periodismo especializado.	30
1.4 Ética en el periodismo, definición del término.	33
1.4.1 Deontología periodística.	38
1.4.2 La ética de los medios de comunicación como empresas.	
1.4.3 Definición de planteamientos éticos universales: Veracidad/ Respeto a la vida privada/ Sensacionalismo/ Información comprobada y completa, investigar/ Métodos lícitos y dignos para la obtención de información/ Secreto profesional/ Rectificar cuando se registre un equivoco/ Derecho de réplica/ No aceptación del “chayo”, regalos, sobornos, etcétera/ Funcionar acorde con la empresa.	41
CAPÍTULO 2. PERIODISMO DE ESPECTÁCULOS EN MÉXICO: TV nOTAS	
2.1 Periodismo de espectáculos en México.	57
2.2 ¿Quién hace TV nOTAS? Grupo Editorial Notmusa	67
2.3 ¿Qué es TV nOTAS?	69
2.3.1 Contenido de TV nOTAS.	72
2.3.2 Público al que se dirige TV nOTAS.	83
CAPÍTULO 3. CONSTRUCCIÓN TEÓRICO-METODOLÓGICA DEL OBJETO DE ESTUDIO	
3.1 Criterios de selección de los sujetos de estudio	86
3.1.1 Entrevistados ¿Cuántos y por qué a ellos?	87
3.1.2 Criterios de selección de los códigos deontológicos.	88
3.2 Metodología para el análisis.	89
3.2.1 ¿Qué es discurso?	90
3.2.2 ¿Qué es el análisis del discurso?	92
3.3 El modelo de comunicación, formaciones imaginarias y huellas discursivas o indicadores / Michel Pêcheux.	94
3.3.1 Modelo de comunicación.	94
3.3.2 Formaciones imaginarias.	95
3.3.3 Huellas discursivas o indicadores.	98
3.4 Delimitación.	99

3.5 Aplicación de análisis del discurso a través de las formaciones imaginarias.	101
3.6 Aplicación del análisis del discurso para la identificación de la formación imaginaria de quienes construyeron los códigos deontológicos acerca de los elementos que componen la ética periodística en el periodismo de espectáculos.	112
CAPÍTULO 4. PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	
4.1 Presentación de resultados.	129
4.1.1 Esquema 1: Periodismo de espectáculos.	130
4.1.2 Esquema 2: Ética.	131
4.1.3 Esquema 3: Código deontológico.	132
4.1.4 Esquema 4: Veracidad.	133
4.1.5 Esquema 5: Respeto a la vida privada.	134
4.1.6 Esquema 6: Sensacionalismo.	135
4.1.7 Esquema 7: Información comprobada y completa, investigar.	136
4.1.8 Esquema 8: Métodos lícitos y dignos para la obtención de información.	137
4.1.9 Esquema 9: Secreto profesional.	138
4.1.10 Esquema 10: Rectificar cuando se registre algún equívoco.	139
4.1.11 Esquema 11: Derecho de réplica.	140
4.1.12 Esquema 12: No aceptación de “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera.	141
4.1.13 Esquema 13: Funcionar acorde con la empresa.	142
4.1.14 Esquema 14: La imagen que tienen los productores de <i>TV nOTAS</i> de la ética en el periodismo de espectáculos.	143
4.1.15 Esquema 15: La imagen que tienen los productores de <i>TV nOTAS</i> del público al cual se dirigen.	144
4.2 Interpretación de resultados.	145
4.2.1 <i>A/R</i> : La imagen que tienen los productores de <i>TV nOTAS</i> de la ética en el periodismo de espectáculos.	145
4.2.2 <i>A/A</i> : La imagen que tienen los productores de <i>TV nOTAS</i> de sí mismos.	153
4.2.3 <i>A/B</i> : La imagen que tienen los productores de <i>TV nOTAS</i> del público al cual se dirigen.	157
CONCLUSIONES	159

ANEXOS

Anexo 1. Investigaciones sobre el periodismo de espectáculos y la ética periodística.	166
Anexo 2. Cuadro en el que la Dirección General de Medios Impresos de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación da a conocer su estudio sobre <i>TV nOTAS</i> .	168
Anexo 3. Descripción de las características que diferencian los niveles socioeconómicos presentes en la sociedad mexicana según la AMAI.	170
Anexo 4. La entrevista como técnica para recabar información y medio para explorar las formaciones imaginarias.	174
Anexo 5. Técnicas de análisis de las formaciones imaginarias de los productores de <i>TV nOTAS</i>	176
Anexo 6. Cuadro 2 de la aplicación del análisis del discurso a través de las formaciones imaginarias en la entrevista a Matilde Obregón, directora editorial de <i>TV nOTAS</i> .	181
Anexo 7. Cuadro 3 de la aplicación del análisis del discurso a través de las formaciones imaginarias en la entrevista al corrector anónimo de <i>TV nOTAS</i> .	186
Anexo 8. Cuadro 4 de la aplicación del análisis del discurso a través de las formaciones imaginarias en la entrevista a Nuria Ariza, reportera de <i>TV nOTAS</i> .	198
Anexo 9. Cuadro 5 de la aplicación del análisis del discurso a través de las formaciones imaginarias en la entrevista a Alejandro Isunza, fotógrafo de <i>TV nOTAS</i> .	209
Anexo 10. Entrevistas completas realizadas a los productores de <i>TV nOTAS</i> .	215
FUENTES CONSULTADAS	266

INTRODUCCIÓN

Cada día los periodistas se enfrentan a situaciones en las que deben tomar decisiones relacionadas con la ética que les requiere su profesión. Existen diferentes códigos para guiarse, pero muchas veces la realidad condiciona las elecciones de éstos con respecto a qué y cómo presentar la información.

El periodismo de cualquier ámbito, político, económico, deportivo, cultural, de espectáculos, entre otros, es una profesión que se fundamenta en planteamientos éticos básicos para un periodista profesional.

La investigación será entorno al periodismo de espectáculos, una de las fuentes especializadas del periodismo; y la presencia o ausencia de la ética periodística en el trabajo realizado por algunos productores de *TV NOTAS* (directora editorial, jefa de información, reportera, corrector y fotógrafo) que se desenvuelven en ese medio.

El periodismo de espectáculos se encarga básicamente de informar sobre lo que sucede en el ambiente artístico, es decir, televisión, teatro, cine, música, entre otros; y en algunas ocasiones los acontecimientos dados en otros ámbitos periodísticos, lo que engloba a: cantantes, actores, músicos, deportistas, políticos, escritores, modelos, entre muchos más.

Dicho periodismo implica a personajes ampliamente reconocidos a nivel nacional e internacional, los cuales cuentan con una trayectoria en los medios de comunicación. Aunque también están los que tienen apariciones fugaces dadas por acontecimientos de tipo escandaloso: infidelidades, declaraciones en estado etílico, dimes y diretes, entre otros.

El interés en el tema surgió por la forma en que actualmente se percibe al periodismo de espectáculos y de cómo se presenta la ética periodística en el medio. Existen críticos, como Álvaro Cueva, que catalogan el ser periodista de espectáculos menos que una “vergüenza” y tachan a la fuente es la “escoria del periodismo”.

Hay adjetivos calificativos que van en contra del periodismo de espectáculos: tal es el caso de decir que no es profesional; se le considera morbosos y lleno de chismes; entre otros aspectos negativos los cuales provocan pensar que la ética está de más en este ambiente periodístico.

Y es que, de acuerdo con la locutora de espectáculos Maxine Woodside, lo importante en el ámbito es “contarle a la gente lo que pasa tras bambalinas, decirle al radioescucha el chisme que ellos no ven, pero que se mueren por saber”¹.

Todo indica que se dio un cambio en la forma en que los medios de comunicación presentan la información de espectáculos. Antes se interesaban más por hacer notas, entrevistas y reportajes entorno al trabajo de los personajes ampliamente reconocidos.

Hoy lo que vende es presentar imágenes de los mismos en condiciones no gratas, cuando realizan actividades cotidianas y personales en sus vidas. También existen los medios que compran y los artistas que venden las exclusivas de eventos “privados”, como: bodas, bautizos, fiestas, entre otros.

La importancia de la investigación radica en que el periodismo de espectáculos es una de las fuentes con las que tiene contacto gran parte de la sociedad, ello independientemente de que las personas tengan o no el interés de conocer información sobre la vida o el trabajo de los famosos.

Es decir, puede que a alguien no le llame la atención el conocer los escándalos o notas con respecto a la vida de los artistas, pero, aunque así sea, el bombardeo de información a través de una gran cantidad de medios de comunicación es tan grande que le provoca estar al tanto de los acontecimientos.

¹ Gabriela de los Ángeles Pérez Casas. *Propuesta de lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Organización Radio Fórmula*. México, 2000. Tesis UNAM, FCPS. Conclusiones. p. 148.

El ejemplo más reciente de ello es el de la nota sobre que una menor de edad acusó al cantante Kalimba de violación. Se generó mucha información al respecto y fue presentada en la mayoría de los programas televisivos y radiofónicos; así como en revistas, periódicos e internet. Inclusive los principales noticiarios de *Televisa* y *TV Azteca* dieron un espacio para tratar el tema, en las redes sociales no faltaron las menciones al respecto, además hubo programaciones especiales en televisión y radio entorno al caso. En la casa, el trabajo, la escuela, el salón de belleza y en el transporte público, por mencionar algunos lugares, se comentó constantemente lo que pasaba con Kalimba, dadas estas situaciones, con gran dificultad, alguien podría no haberse enterado de la situación.

Y es que, a pesar de la imagen negativa del periodismo de espectáculos debemos tomar en cuenta que, independientemente de lo que se piense, considere y cree, por lo que se ve, escucha y lee en el mismo, es necesario darle voz a quienes se desempeñan en el área. Conocer, desde la perspectiva de éstos, al ámbito y la ética con la cual se desempeñan.

Con lo anterior podremos adentrarnos en la interpretación que los productores de *TV nOTAS* tienen de la ética periodística, ello en función de los intereses e ideología de la empresa para la cual trabajan.

Existen investigaciones entorno al tema del periodismo de espectáculos² pero en las mismas no se encuentra una relación con la ética periodística en el ambiente. También hay estudios sobre la ética periodística pero no plantean la relación de ésta con el periodismo de espectáculos.

Por lo anterior, la presente investigación sobre: *La ética en el periodismo de espectáculos: caso específico de la revista TV nOTAS*, es diferente, ya que en ella se conjuntan dos temas importantes. Se desea definir qué es el periodismo de espectáculos, si éste en realidad informa o sólo se encarga de entretener. Y si la ética periodística tiene cabida en el ambiente.

² En el anexo 1 se informa de algunas de las investigaciones que se han realizado sobre el periodismo de espectáculos y la ética periodística.

Hay investigaciones entorno a un periódico como *El Heraldo de México*, a programas de televisión como *La Oreja y Con Todo*, y de la producción de un programa de radio, todos referentes al mundo de espectáculos; pero, hasta el momento, no encontré una investigación sobre una revista de espectáculos como *TV nOTAS*.

La base de la presente investigación y el aporte de la misma es que haya un estudio en el que se planteé la relación de la ética periodística con el ejercicio profesional de los periodistas, en este caso, pertenecientes al equipo de *TV nOTAS*. Conocer desde sus perspectivas si hay un trabajo ético o no ético en el mundo de la farándula.

La investigación se limita únicamente al trabajo que realizan los productores de *TV nOTAS* en el periodismo de espectáculos por ser considerada una de las revistas semanales más famosas y consumidas en México. *Grupo Editorial Notmusa*, creador de la misma, la califica como su revista líder e informa que cuenta con “un tiraje de cerca de 800, 000 ejemplares cada semana”³.

Aunque actualmente en las impresiones de la misma no se informa sobre el número de revistas que se producen semanalmente, en la publicación que salió a la venta el 21 de agosto de 2007 se lee que el tiraje de la misma fue de “863, 343 ejemplares, de los cuales 743,343 fueron para el mercado nacional y el resto para Estados Unidos”⁴.

Y, según la Dirección General de Medios Impresos de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, el promedio de circulación pagada hasta marzo del 2009, certificado por *Pricewaterhouse Coopers, S.C./ Norma CIM*, era de “624 mil 770 ejemplares a la semana”⁵.

³ Editorial Notmusa S.A. de C. V., 2003. Dirección URL: <http://www.notmusa.com.mx/index.swf> [Consulta 5 de junio de 2009 a las 2:25 horas]

⁴ Editorial Notmusa, *TV nOTAS*, Número 564, Semana 34, Agosto 21, 2007.

⁵ Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación, Dirección URL: http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/PNMP_resultadosmi.php?idr=749&medio=3 [Consulta 5 de enero de 2010 20:15 horas].

La revista *TV nOTAS* presenta la información a través de diferentes géneros periodísticos, pero sobre todo mediante imágenes que ventilan acciones realizadas por personajes reconocidos en los medios de comunicación. Además, contiene secciones que tratan temas sobre salud, psicología, nutrición y sexología, entre otros.

TV nOTAS se realiza mediante la práctica del periodismo; una profesión que tiene como finalidad comunicar, analizar y valorar las noticias dadas con respecto a los acontecimientos más relevantes para la sociedad.

Da a conocer información de personajes ampliamente reconocidos a nivel nacional e internacional. Sus publicaciones tienen como función primordial el entretener al público, cuestión por la cual comúnmente se le relaciona con acciones de tipo escandaloso, extraño, extravagante o inconveniente.

También se planea dar respuesta a algunas interrogantes en las que se relaciona tanto a los espectáculos como a la ética periodística: ¿La ética debe de estar presente en los diferentes ámbitos del periodismo (espectáculos, deportes, política, cultura, etcétera)?; ¿La información que publica *TV nOTAS* se rige por algún código deontológico o por lo que le convenga a la empresa que la crea?; ¿Cuáles son los aspectos que se toman en cuenta para hacer cada publicación de *TV nOTAS*?

Entonces, el objetivo general de la presente investigación es:

*Analizar la concepción que tienen los productores de la revista *TV nOTAS* de la ética en el periodismo de espectáculos que practican para identificar la relación teórica entre *lo que dicen* y la construcción del discurso periodístico según el *deber ser* ético.

Y los objetivos particulares son:

*Identificar cuáles son las bases éticas establecidas en la práctica del periodismo, en específico el de espectáculos de *TV nOTAS*.

*Analizar el discurso con respecto a la ética en el periodismo de espectáculos de los productores de *TV nOTAS*, el fin es establecer el formato actual del periodismo de espectáculos, e indagar en la ética por la cual se rigen quienes hacen la revista.

*Comparar el análisis del discurso de los productores de *TV nOTAS* con el *deber ser* ético establecido en los códigos deontológicos.

La hipótesis sugerida para la presente investigación establece que: Existe relación teórica y congruencia entre el discurso sobre la concepción de ética periodística que tienen los productores de *TV nOTAS* y el *deber ser* planteado en diferentes códigos deontológicos periodísticos.

Con el fin de lograr los objetivos y corroborar o refutar la hipótesis antes mencionados, aunque existen diferentes propuestas de autores sobre los métodos con los que se pueden analizar los discursos, considero que la metodología más adecuada para el abordaje de mi objeto de estudio es el planteamiento de las formaciones imaginarias derivadas del modelo de comunicación, propuestas por el autor francés Michel Pêcheux.

A pesar de que hay autores que han precisado aún más los planteamientos de Pêcheux, éste es un clásico, su aportación en la teoría de comunicación es trascendental, pues le agrega al modelo de comunicación planteado por el lingüista Jakobson que en lugar de tratarse de un mensaje ya está presente un discurso en el cual se involucra a la ideología.

Entonces, el motivo por el cual se considera que se trata del autor ideal para abordar el objeto de estudio de la presente investigación es, sin llegar a aplicar el análisis automático del discurso que propone, pues no es el objetivo de la investigación, que las formaciones imaginarias son el medio perfecto que permitirán conocer el discurso de quienes se desempeñan como periodistas de espectáculos.

A través de las formaciones imaginarias se podrán identificar la imagen que los productores de *TV nOTAS* tienen de la ética en el periodismo de espectáculos, la imagen que tienen de sí mismos y la imagen que tienen del público al que se dirigen, ello de acuerdo con la ideología de los entrevistados, lo cual coadyuvará a conocer la concepción de ética periodística en su ejercicio cotidiano.

La investigación se desarrolla en cuatro capítulos. En el capítulo uno se trata la importancia social del periodismo, se define a la profesión, se habla de la responsabilidad social del mismo y de qué trata el periodismo especializado. Además, se plantea qué son la ética y la deontología periodística; la ética que tienen los medios de comunicación que ante todo son empresas. Y finalmente, al no existir un código deontológico por el cual se rijan todos los periodistas del mundo o por lo menos los de nuestro país, se presenta una lista derivada de un análisis de contenido de diferentes códigos deontológicos de instituciones internacionales, naciones y empresas (medios de comunicación), en la cual se definen los planteamientos éticos universales que son más constantes y sobresalientes.

En el capítulo dos se desarrolla qué es el periodismo de espectáculos, se contextualiza al mismo en nuestro país. También se informa sobre el *Grupo Editorial Notmusa*, empresa que se encarga de producir *TV nOTAS*. Además, se explica qué es *TV nOTAS*, qué contiene y a qué público se dirige la publicación.

El capítulo tres plantea la construcción teórico-metodológica del objeto de estudio. Se dan a conocer los criterios de selección de los sujetos de estudio; los criterios de selección de los códigos deontológicos; la metodología para el análisis de discurso; el modelo de comunicación, formaciones imaginarias y huellas discursivas o indicadores planteados por Michel Pêcheux; la delimitación; los cuadros de la aplicación de análisis del discurso a través de las formaciones imaginarias; y los cuadros de la aplicación del análisis del discurso para la identificación de la formación imaginaria de quienes

construyeron los códigos deontológicos acerca de los elementos que componen la ética periodística en el periodismo de espectáculos.

Finalmente está el capítulo cuatro que contiene la presentación e interpretación de resultados. La presentación de los resultados se da a través de 15 esquemas derivados de los cuadros en los que se aplicó el análisis del discurso (presentes en el capítulo 3) y posteriormente está la interpretación que deriva de los mismos.

Demos paso al desarrollo de una investigación sobre un tema interesante y dinámico que puede servir de apoyo a quienes estén interesados en la ética en el ámbito de los espectáculos, o simplemente para quienes quieren desarrollarse profesionalmente en el amplio mundo periodístico y de la comunicación.

CAPÍTULO 1. IMPORTANCIA SOCIAL DEL PERIODISMO

Este capítulo se encarga de contextualizar para comprender la relación de la ética periodística con el ejercicio profesional en la especialización del periodismo de espectáculos.

Dado lo anterior, se define al periodismo, la responsabilidad social del oficio periodístico, qué es el periodismo especializado, así como la explicación del concepto de ética, deontología periodística, la ética en los medios de comunicación como empresas y el conocimiento de los puntos establecidos en los códigos deontológicos de la profesión.

1.1 Definición de periodismo

Muchos de los individuos que integran a la sociedad, desean informarse de lo más importante que aconteció, acontece o acontecerá, tanto en su entorno inmediato como en el resto del mundo. Es por ello que deciden adquirir periódicos y revistas, o se acercan a cualquier otro medio, como la radio, la televisión e internet, que les pueda proporcionar información nueva y relevante.

Para Miquel Rodrigo Alsina, catedrático de teorías de la comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, “los medios de comunicación son los primeros que se presentan como transmisores de la realidad social”⁶, y el periodismo es el que se encarga de que esto se lleve a cabo.

Pero ¿Qué es el periodismo?, el Diccionario de la Real Academia Española lo define como la “captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico de la información”⁷.

⁶ Miquel Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, España, Paidós Comunicación, 1993, 2ª edición, p.13.

⁷ Diccionario de la Real Academia Española. *op. cit.* Dirección URL: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=periodismo [Consulta 15 de abril de 2009 a las 15:26 horas].

Mientras Horacio Guajardo, catedrático, periodista y estudioso de la comunicación, la historia y la cultura, establece que: “El periodismo es una profesión moderna y brillante. Tiene por finalidad comunicar, analizar y valorar con veracidad públicamente noticias y opiniones”⁸.

En la *Enciclopedia de la Comunicación* de Ignacio H. de la Mota se plantea que el periodismo es una:

Actividad profesional cuyo objetivo es informar a la opinión pública de cuántos hechos noticiables se producen en cualquier lugar del mundo, jerarquizando su presentación en forma u extensión, de acuerdo con lo que a la audiencia le interesa en el momento de su difusión⁹.

Y Raúl Rivadeneira Prada entiende por periodismo a “una parte de la comunicación humana destinada a la transmisión de noticias y cuyas características esenciales son: actualidad, universalidad (geográfica, temática y social), periodicidad y acceso al público”¹⁰.

Entonces, se trata de la profesión que consiste en recopilar, seleccionar y transmitir información con el objetivo principal dar a conocer los acontecimientos más relevantes en los diferentes ámbitos que son de interés social.

Por lo anterior, para el periodista Carlos Marín el periodismo “es una forma de expresión social sin la cual el hombre conocería su realidad únicamente a través de versiones orales, resúmenes, interpretaciones, relatos históricos y anecdotarios”¹¹.

Esto es cierto, pues, gracias al periodismo obtenemos la construcción que los medios hacen de la realidad y conocemos los acontecimientos, cercanos y lejanos a nosotros, que se generan constantemente en el mundo.

La doctora Lourdes Romero refuerza lo anterior en su obra *La realidad construida en el periodismo*, en la cual manifiesta que:

⁸ Horacio Guajardo, *Elementos de Periodismo*, México, Gernika, 1982, p. 17.

⁹ Ignacio H. de la Mota, *Enciclopedia de la Comunicación: artes, ciencias, técnicas*, México, Limusa, 1994, p. 1054.

¹⁰ Raúl Rivadeneira Prada, *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México, Trillas, 2004, p.36.

¹¹ Carlos Marín. *Manual de Periodismo*, México, Grijalbo, 2004, 2ª reimpresión, p.10.

Antes de la existencia de los medios masivos de comunicación, sólo se conocía lo que sucedía en un ámbito cercano, la información que se tenía procedía de la realidad vecinal. Era una información de referencias. Con la aparición de los medios masivos, lo que acontece en lugares lejanos se vuelve próximo, lo que es ajeno se convierte en propio¹².

Así, el periodismo se encarga de mostrar lo más relevante para el público. Su materia prima es la información sobre lo que acontece en los diferentes ambientes sociales. Y, regularmente, pone énfasis en lo que hacen o declaran personajes que son protagonistas y reconocidos en el ambiente nacional e internacional.

Todo comienza con la recolección de datos e información de los hechos actuales por parte de los reporteros; después viene la selección de qué es lo más relevante en el tema a tratar; se redacta o edita el producto (audio, video, imagen gráfica); y finalmente se distribuye a través de los distintos medios de comunicación.

La información son noticias, rumores, historias más o menos verídicas, interpretaciones, lecturas, grabados e imágenes, son panegíricos, relaciones y crónicas de grandes acontecimientos; pueden ser libelos y con el paso del tiempo son boletines de agencia, sonidos, imágenes y multimedia¹³.

Liliana Llobet, docente investigadora argentina, considera que:

“Serán noticia hechos o acontecimientos que incidan directa o indirectamente en la vida, derechos, intereses, aspiraciones, convivencia, recursos y limitaciones de la ciudadanía, medidas legislativas o gubernamentales que afecten positiva o negativamente el bienestar social, procesos sociopolíticos, económicos, educativos, ecológicos o culturales, cuyo conocimiento público favorece la participación y deliberación de la ciudadanía”¹⁴.

La información se genera constantemente y el periodismo se encarga de dar a conocer la que quienes se dedican a esta profesión consideran más relevante para la vida de las personas; y así cumplir con un objetivo o función determinada.

¹² Lourdes Romero, *La realidad construida en el periodismo. Reflexiones teóricas*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2006, p.13.

¹³ Carlos Barrera (Coord.), *Historia del periodismo Universal*, Barcelona España, Ariel Comunicación, 2004. p. 28. (Jesús Timoteo Álvarez).

¹⁴ Liliana Llobet. *¿La función social del periodismo o periodismo social?, s/editor, s/lugar de edición.* Dirección URL: http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Llobet.pdf [Consulta 2 de junio de 2009 a las 15:22 horas]

De acuerdo con Jesús Timoteo Álvarez, la información cumple con funciones tan necesarias e importantes como la del pan o la sal. Se trata de “funciones de primer orden, de supervivencia, de fijación de códigos de comportamiento, de justificación del poder, de intermediación económica, de territorio de evasión y ocio”¹⁵.

El periodismo permite que las personas se inmiscuyan en diferentes ambientes de interés social y, para Timoteo Álvarez, esta actividad tiene rasgos básicos que mantiene, entre los dos más sobresalientes encontramos que: “opera con informaciones y comentarios (interpretación) a las mismas. Y debe tener rasgos llamativos, incluso escandalosos, para suscitar el interés público, de compradores o patrocinadores”¹⁶.

Al respecto, como bien reflexiona el periodista Raymundo Riva Palacio, se puede considerar que “los medios de comunicación constituyen un espejo de la sociedad”¹⁷, pues, gracias a las construcciones sociales que ellos crean y dan a conocer como información tenemos el constante referente de lo que somos.

La gente no tiene acceso a toda la información que se genera. Los reporteros son los mediadores entre la sociedad y lo que sucede en los lugares en los que ésta no puede estar presente. Los periodistas investigan, comprenden y explican a detalle lo sucedido.

Las personas pueden enterarse de ciertas cosas porque trabajan en determinadas secretarías, empresas, hospitales o lugares en los que se genere la información, incluso se pueden dar cuenta de lo que pasa por conocer a personas allegadas a dichos espacios, pero los periodistas tienen un acceso más fácil a dicha información y datos para poder dar a conocer a la sociedad lo que sucedió, sucede o sucederá.

¹⁵ Carlos Barrera, *op. cit.*, p.28. (Jesús Timoteo Álvarez)

¹⁶ *Ibidem.* p.27.

¹⁷ Raymundo Riva Palacio, *Manual para un nuevo periodismo, vicios y virtudes de la empresa escrita en México*, México, Plaza & Janés, 2005, p.24.

Para el especialista en el tema Raymundo Riva Palacio:

“La única función válida en el periodismo es informar, descifrar los códigos de comunicación que no son accesibles a la mayor parte de la sociedad, y darle las herramientas y conocimientos para poder comprender mejor los hechos y acciones”¹⁸.

El trabajo de los periodistas consiste en dar a conocer lo que sucede pero sobre todo suele enfocarse a si lo que acontece afecta o influye en la vida de las personas, así como si es de interés para las mismas. Lourdes Romero define:

El periodista es quien tiene que investigar las causas que originaron el hecho, las interrelaciones de éste con otros acontecimientos, los efectos que provoca y saber todo lo necesario para poder conocer la estructura del acontecimiento y poder ubicarlo en su contexto.¹⁹

Dado lo anterior, los periodistas tienen la obligación de transmitir la información de forma clara y concisa para que las personas la capten y la entiendan con facilidad, ya que la profesión trae consigo el objetivo de servicio. Cuando le transmiten a la sociedad lo que saben le permitirán conocer aspectos que le podrán ayudar en cuestiones tanto personales como profesionales. Con el paso del tiempo estamos expuestos a evolucionar en diferentes aspectos y uno de los más trascendentales es el desarrollo de las nuevas tecnologías. Pero:

Con los adelantos tecnológicos y la globalización, la actividad relacionada con los medios de comunicación ha evolucionado aceleradamente; razón por la cual, el periodista para adaptarse a las necesidades de la empresa para la que labora, tiene que modificar su modo de trabajo.²⁰

La forma de ejercer el periodismo muchas veces se determina por el medio de comunicación al que se pertenece, pues en la actualidad éstos se desempeñan en un ambiente de competencia constante. Entonces, ¿en dónde queda la responsabilidad social del periodismo? Como todas las profesiones que existen en el mundo, el periodismo debe cumplir con responsabilidad social, conozcámosla.

¹⁸ Raymundo Riva Palacio, *op. cit.*, p.25.

¹⁹ Lourdes Romero, *op. cit.*, p. 18.

²⁰ *Ibidem.* p.7.

1.2 Periodista, responsabilidad social del periodismo

Es común escuchar que se le denomine periodista a cualquiera que trabaje en un medio de comunicación sin importar si éste cuenta o no con la formación profesional para ejercer la actividad. Para el especialista en el tema Carlos Marín, aunque:

A quien investiga y redacta notas informativas, entrevistas y reportajes, se le llama reportero; al que elabora artículos, articulista; al que hace editoriales, editorialista; al que hace columnas, columnista; al que elabora caricaturas, caricaturista o monero; al que toma fotografías, filmaciones o videos, reportero gráfico; y al que ejerce la crónica, cronista²¹.

... todos son periodistas.

Jesús Timoteo Álvarez considera periodista a quien:

Trabaja en un informativo de radio o televisión, pero también se presenta y define como periodista a quien conduce un programa basura o quien se dedica a comentarios en la prensa del corazón o quien es responsable de un departamento de prensa en una mediana empresa²².

Aunque no se trata sólo de tener presencia en un medio informativo, pues Carlos Marín establece que un periodista tiene responsabilidades:

- * Dominio técnico del periodismo.
- * Apego a la verdad.
- * Conciencia de servicio al público que conlleva su trabajo.²³

Se puede pensar que ejercer el periodismo es algo sencillo y que cualquiera lograría desempeñarse en la profesión. Pero la realidad es otra, no todas las personas tienen las habilidades necesarias, conocen las técnicas y la teoría de cómo llevar a cabo las actividades, poseen los valores morales y éticos requeridos, ni tienen presente la función social de ser un periodista comprometido firmemente con su profesión.

De acuerdo con Rogelio Hernández López, algunas de las características que deben estar presentes en un periodista son las siguientes:

²¹ Carlos Marín, *op. cit.*, p.23.

²² Carlos Barrera (Coord), *op. cit.* p.25 (Jesús Timoteo Álvarez).

²³ Carlos Marín, *op. cit.* p.23.

Se trata de una persona que posee conocimientos suficientes del contexto social y del entorno directo de su actividad, que con aptitudes, habilidades y actitudes adecuadamente formadas puede y/o tiene como labor principal informar para establecer la comunicación social. Esto es intervenir directamente en la captación, procesamiento, análisis y difusión de la información susceptible de ser noticia²⁴.

Al respecto Raymundo Riva Palacio argumenta:

Ser periodista implica ser alguien singular y admirable. Significa ser una persona curiosa y vivaz que no se permite creer nada hasta que no lo averigua por sí mismo y comprueba por circundante el qué, el quién, el cuándo, el cómo, el dónde y el porqué²⁵.

Y agrega:

Un periodista debe ser capaz de reconocer dónde está la noticia, saber emplear el lenguaje adecuado para presentarla, la información confirmada y revisada, sin dejar de incorporar los diversos elementos que le darán balance a su texto²⁶.

El periodista es un profesional de la información. Tiene la capacidad de seleccionar los datos e información importantes, establecer cuál es la noticia, y presentarla mediante un lenguaje adecuado para que sea accesible y entendible para el público, pues su función social primordial es informar.

Para Petra M. Secanella, “el periodista sirve al público como orientador de ideas. Selecciona unas y no otras. La realidad social es hoy, sobre todo, la realidad que nos transmiten los medios de comunicación”²⁷. Los periodistas lo único que hacen, a través de su trabajo diario, es cumplir con la función de los diferentes medios de comunicación. Pero, ¿Cuál es dicha función?

La investigación de la comunicación en Estados Unidos comenzó durante la década de los años 30, pero fue en 1948 cuando el especialista en ciencias políticas norteamericano Harold Lasswell concluyó, de un estudio sobre la comunicación de masas, que las actividades más importantes de los especialistas en comunicación son: “1) La supervisión del ambiente, 2) La

²⁴ Rogelio Hernández López, *Sólo para periodistas. Manual de supervivencia en los medios mexicanos*, México, Grijalbo, 1999, p. 69.

²⁵ Raymundo Riva Palacio, *op. cit.* p.19.

²⁶ *Ibidem*, p.92.

²⁷ Petra M. Secanella, *Periodismo de Investigación*, España, Tecnos, 1986, p. 9.

concordancia de las partes de la sociedad en respuesta a ese ambiente, y 3) La transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente”²⁸.

Posteriormente, en 1960, otro investigador estadounidense llamado Charles R. Wright, también le agregó a los medios la función de entretenimiento lo que le proporcionó a los espectadores “un medio para evadirse de la ansiedad y los problemas de la vida social”²⁹.

Después hubo modificaciones a las categorías de Lasswell, agregaron el entretenimiento las funciones de los medios de comunicación. Quedaron de la siguiente forma:

La supervisión se refiere a la recolección y distribución de la información referente a los sucesos del ambiente, a la vez externo e interno, de toda sociedad particular. En alguna manera corresponde a lo que es popularmente concebido como el manipuleo de *noticias*. Aquí, como actos concomitantes, se incluye la interpretación de la información acerca del ambiente y la prescripción de la forma como reaccionar ante dichos sucesos. Popularmente, esta actividad es en parte conocida como *editorial* o *propaganda*. La transmisión de la cultura se refiere a la comunicación de la información, valores y normas sociales de una generación a otra o de miembros de un grupo a aquellos que pasan a integrarlo. Habitualmente se le considera como una actividad *educacional*. Finalmente, el entretenimiento se refiere a los actos de comunicación básicamente entendidos como diversiones prescindiendo de todo efecto instrumental que pueda tener³⁰.

José Luis Martínez Albertos manifiesta que la función social del periodismo es: “Informar acerca de los acontecimientos, esto es, la difusión de las noticias. Orientar a los destinatarios acerca de la trascendencia de estos acontecimientos, esto es, la interpretación valorativa de las empresas”³¹.

Por su parte Javier Fernández del Moral y Francisco Esteve Ramírez retomaron de Rivers y Schramm que es deber de la prensa “proporcionar un relato de los acontecimientos diarios verdadero, comprensivo e inteligente, en un contexto en el que quede claro el significado de tales hechos”³².

²⁸ Charles R. Wright, *Naturaleza y función de la comunicación de masas. Comunicación de masas*. México, Paidós, 1986, p.15.

²⁹ Mauro Wolf, *La Investigación de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 1987, p.80.

³⁰ Charles R. Wright, *op. cit.*, p.16.

³¹ José Luis Martínez Albertos. *La noticia y los comunicadores públicos*, España, Ediciones Pirámide, 1978, p.37.

³² Javier Fernández del Moral; Francisco Esteve Ramírez, *Fundamentos de la información periodística especializada*, España, Síntesis S.A., 1993, p. 78.

Y, aunque Raymundo Riva Palacio considera que “la prensa debe ser un instrumento de servicio público, no un medio para manejar a la gente, entretenerla o alimentar sus pasiones”³³; Fraser Bond, manifiesta que: “el periodismo tiene cuatro razones principales de existir: informar, interpretar, guiar y divertir”³⁴, y argumenta:

La función primordial de los periódicos es comunicar al género humano lo que sus integrantes hacen, sienten y piensan [...] Actualmente el propósito principal, el primer deber del periodismo es lograr que el público se entere de lo que ocurre³⁵.

Raúl Trejo Delarbre, periodista y doctor en Sociología por la Universidad Nacional Autónoma de México, también considera que entre las funciones de los medios de comunicación está el entretener. Establece que:

Los medios de comunicación, sus propietarios y sus trabajadores, al tener el enorme privilegio de dirigirse a con sus mensajes a la sociedad, contraen con ella compromisos y deberes. La responsabilidad que tienen con la sociedad, obliga a que los medios de comunicación se desempeñen con especial cuidado en sus tareas de informar, entretener, orientar y contribuir a la educación. Tales tareas, han de entenderse como servicio independientemente de que para desempeñarlas los medios de comunicación puedan consolidarse, institucional y empresarialmente³⁶.

Además, la doctora Guillermina Baena plantea que el periodismo actual no se debe limitar únicamente a informar, pues “es menester proporcionar al lector una guía sobre los sucesos que están ocurriendo en el mundo también como parte de la formación del lector, busca mostrarle diversos temas y pasar un rato entretenido”³⁷. Ésta retomó de Rojas Avendaño que los cuatro objetivos primordiales del periodismo son: “informar, orientar, educar y entretener”³⁸.

Entonces, aunque algunos periodistas, como Raymundo Riva Palacio, establezcan que el periodismo no debe entretener o alimentar las pasiones de la gente, otros autores consideran que las funciones de entretener y divertir sí son válidas para la profesión, y la muestra más clara de ello es la existencia del periodismo de espectáculos.

³³ Raymundo Riva Palacio, *op. cit.*, p.91.

³⁴ Fraser Bond, *Introducción al periodismo. Estudio del cuarto poder en todas sus formas*. México, Limusa, 2002, p.21.

³⁵ *Ibidem.* p.22.

³⁶ Raúl Trejo Delarbre, *Volver a los medios, de la crítica a la ética*, México, Cal y Arena, 1997. p.366.

³⁷ Guillermina Baena Paz, *Géneros periodísticos informativos*, México, Pax, 1990. p.18.

³⁸ *Ídem.*

El periodismo cuenta con diversas áreas en las que se produce información, tal es el caso de la política, la economía, salud, deportes, espectáculos, entre otras, y por eso al periodista:

No le basta con tener sentido innato de la noticia ni con elaborar sus mejores trabajos en un corto espacio de tiempo. El periodista de nuestro tiempo debe poseer unos conocimientos teóricos y técnicos que le conviertan como especialista en comunicación dentro de una sección específica de la información periodística³⁹.

1.3 Periodismo especializado

La evolución es una constante en aspectos sociales, políticos, tecnológicos, culturales, científicos, y económicos, por mencionar algunos ámbitos. Los cambios se presentan siempre, unos pueden ser lentos y otros muy rápidos, el caso es que las personas se adaptan a ellos y los adoptan con el fin de no quedarse rezagados.

Por ello Montserrat Quesada, catedrática de periodismo especializado por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, piensa que: “Hoy todos los trabajadores deben estar especializados, si quieren tener alguna oportunidad de ocupar un puesto de trabajo; y de esa exigencia impuesta por los tiempos modernos tampoco se liberan los periodistas”⁴⁰.

Al respecto Elena Blanco Castilla, licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, plantea: “Lo heterogéneo de la sociedad actual, el volumen de acontecimientos periodísticos que ésta genera y la variedad y complejidad de los mismos abrió hace unas décadas el camino hacia la especialización periodística”⁴¹.

Dado lo anterior, quienes se dedican a ejercer el periodismo general consideran que es importante enfocarse en una cuestión o área específica del mismo. Los periodistas suelen interesarse en uno de los muchos ámbitos en

³⁹ Francisco Javier Fernández Obregón. *Especialización, futuro del periodismo*. Revista Latina de Comunicación Social, 1998. Dirección URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/0obr.htm> [Consulta 8 de junio de 2009 a las 11 horas].

⁴⁰ Javier Fernández del Moral (Coord). *Periodismo Especializado*, Barcelona España, Ariel, 2004, p.123 (Montserrat Quesada).

⁴¹ *Ibidem*, p.99. (Elena Blanco Castilla).

los que diariamente, e inclusive a cada instante, se genera la información. Y es que:

La especialización periodística surge como una exigencia de la propia audiencia cada vez más sectorizada y como una necesidad de los propios medios por alcanzar una mayor calidad informativa y una mayor profundización en los contenidos. Se trata, por tanto, de lograr una prensa en profundidad⁴².

Cada una de las personas que conforman a la sociedad tienen intereses muy diversos, algunos pueden congeniar con otros, pero lo que es claro es que su individualidad las lleva a seleccionar, así como a desear informarse y conocer más de un ámbito que de otro.

Javier Fernández del Moral y Francisco Esteve Ramírez establecen que la información periodística especializada es:

Aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad de una determinada área de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber, profundiza a sus motivaciones, las coloca en un contexto amplio, que ofrezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomode al código al nivel propio de la audiencia entendiendo sus intereses y necesidades⁴³.

El periodismo especializado, de acuerdo con Antonio López de Zuazo, es "el que ofrece información para un público concreto. Ejemplo: publicaciones de economía y finanzas o deporte"⁴⁴.

Por su parte, el doctor Francisco Javier Fernández Obregón retoma en *Especialización, futuro del periodismo*, que para Martínez de Sousa:

El periodismo especializado es el que tiene como principal función la de tratar y divulgar noticias e informaciones de diversa índole, haciéndose eco de los intereses de una clase (obrera, capitalista), un deporte (fútbol, boxeo, etc.), una función social (militares, marinos, automovilistas, artistas, financieros, religiosos, etc.) o una ciencia (medicina, biología, astronáutica, electrónica, etc.)⁴⁵.

⁴² Javier Fernández del Moral; Francisco Esteve Ramírez, *op.cit.* p. 53.

⁴³ *Ibidem.* pág.100.

⁴⁴ Antonio López de Zuazo. *Diccionario del periodismo, Madrid, Pirámide, 1990*, p.149.

⁴⁵ Francisco Javier Fernández Obregón, *op. cit.* Dirección URL: <http://www.uil.es/publicaciones/latina/a/0obr.htm> [Consulta 8 de junio de 2009 a las 11 horas].

La gran cantidad de información que circula a diario constantemente hace destacar la importancia del papel que juega el periodista especializado, ya que se le considera, como bien establece Elena Blanco Castilla, el “profesional preparado para interpretar adecuadamente la realidad y profundizar en ella”⁴⁶.

Es necesario, para evitar confusiones, hacer una distinción entre lo que es la prensa especializada y el periodismo especializado. Fernández Obregón cita a Martínez Albertos, quien señala que la prensa especializada:

Está constituida por aquellas publicaciones con o sin periodicidad fija, que van dirigidas a profesionales concretos, especialistas en una determinada actividad científica, técnica o industrial; mientras que el periodismo especializado se dirige, por el contrario, a un público teóricamente tan amplio como puede ser la audiencia concreta de cada periódico⁴⁷.

Montserrat Quesada, también doctora en Periodismo por la Universidad de Málaga, indica que el origen de la información periodística especializada en la prensa occidental se sitúa a finales de la década de los sesenta y que una de sus características es la especialización metodológica que se aplica para elaborar la actualidad periodística, la cual es distinta a la que se llevaba a cabo en los medios.

Además para ella:

Hablar de Periodismo Especializado implica hablar de unas técnicas profesionales específicas que permiten seleccionar, elaborar, verificar y, finalmente, publicar la información periodística especializada (IPE). La IPE es el resultado de activar determinadas rutinas de trabajo profesional que poco tienen que ver con las rutinas generalistas con las que habitualmente se labora la información de actualidad en todos los medios⁴⁸.

Quesada muestra una tabla en donde plantea las principales diferencias metodológicas entre ambas modalidades:

⁴⁶ Javier Fernández del Moral (Coord), *op. cit.*, p.99 (Elena Blanco Castilla).

⁴⁷ Francisco Javier Fernández Obregón, *op. cit.* Dirección URL:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/Oobr.htm> [Consulta 8 de junio de 2009 a las 11 horas].

⁴⁸ Javier Fernández del Moral (Coord), *op. cit.* p.123 (Montserrat Quesada).

	Periodismo Especializado	Periodismo generalista
Metodología Profesional	<ul style="list-style-type: none"> *Documentación *Entrevistas personales *Contrastación con dos fuentes expertas e independientes *Agenda de expertos y profesionales especializados *Textos interpretativos y argumentativos 	<ul style="list-style-type: none"> *Declaraciones *Ruedas de prensa *Contrastación de la información con todos los implicados *Agenda de fuentes oficiales *Textos informativos e interpretativos
Relación con las fuentes	*Las fuentes buscan a los periodistas	*Los periodistas buscan a las fuentes
Formación	*Además de en comunicación, en el ámbito específico de su especialidad	*En Ciencias de la Información en sentido genérico ⁴⁹ .

Así comenzó el dar prioridad a presentar la información con rigor y a fondo sobre la exclusividad informativa. Aunque la realidad es que actualmente ambos aspectos son importantes para la competencia que existe entre los medios de comunicación.

(Pero) pasar de la información de actualidad generalista a la información periodística especializada significa, entre otras diferencias importantes, llamar la atención sobre las causas y las consecuencias de los hechos noticiables, de manera que ya no es suficiente con explicar lo que ocurre, dónde y cuándo, sino que también hay que tratar de presentar el porqué ocurre y las consecuencias que dichos acontecimientos pueden llegar a comportar para la colectividad social⁵⁰.

⁴⁹ *Ibidem*. p.135 (Montserrat Quesada).

⁵⁰ *Ibidem*, p.124 (Montserrat Quesada).

Elena Blanco Castilla plantea las ventajas del periodismo especializado:

- El trabajo del periodista especializado en un campo informativo determinado le permite acotar sus fuentes de manera mucho más efectiva que puede llegar a hacerlo un informador <<generalista>>.
- La relación con la fuente podrá ser estable y de confianza⁵¹.

A pesar de que existan diferencias en la metodología que se debe de llevar a cabo a la hora de ejercer el periodismo especializado y el periodismo generalista, “es imprescindible comprender el trabajo de los periodistas especializados en estrecha colaboración con los especialistas generalistas que cubren la actualidad diaria”⁵².

Y es que, como bien agrega Montserrat Quesada: “El Periodismo Especializado pretende únicamente expresar en profundidad unos determinados hechos de actualidad”⁵³.

Con lo anterior nos damos cuenta de que el periodismo especializado es accesible para cualquier persona que se interese en él, pues el objetivo del periodista especializado es que sus lectores comprendan claramente lo que éste le quiere dar a conocer con respecto a un área específica.

El periodismo de espectáculos, cumple con dos de las funciones principales de la actividad periodística: informar sobre los acontecimientos más relevantes entorno al trabajo y la vida personal de artistas, cantantes, actores y demás personas ampliamente conocidas en el medio; y, entretener con la información derivada del medio.

Al tratarse de un área específica dentro de la gran variedad de las presentes en la actividad periodística y por presentar información profunda para un público concreto, a quienes les interesa estar al tanto de los acontecimientos más relevantes entorno a los artistas y personalidades, el periodismo de espectáculos se considera especializado.

⁵¹ *Ibidem*, p.102 (Elena Blanco Castilla).

⁵² *Ibidem*, p. 124 (Montserrat Quesada).

⁵³ *Ibidem*. p.125 (Montserrat Quesada).

En el segundo capítulo de la presente investigación pondremos énfasis lo que es el periodismo de espectáculos en México, base de la presente investigación.

1.4 Ética en el periodismo, definición del término

Ahora es importante establecer ¿Qué es la ética? Se trata de una palabra de origen griego, proviene de *éthikos*, que quiere decir “costumbre”. Antiguamente se definía a la ética como “la doctrina de las costumbres”. Y es “a partir de Aristóteles que Ethos (Ética) significa *modo de ser o carácter*”⁵⁴.

Dichos modo de ser o carácter no se dan por la naturaleza, sino que se adquieren “por hábito por repetición de actos de fuerte contenido moral”⁵⁵

Es común encontrarse con que existen quienes utilizan los términos de ética y moral como sinónimos, y aunque ambos tienen una estrecha relación, pues los dos sirven para distinguir entre el comportamiento bueno o malo de los seres humanos, es importante conocer la diferencia entre estos conceptos.

La moral deriva del latín *moralis - mos* que también significa “costumbre”. Pero, de acuerdo con Raúl Rivadeneira: “la moral tiene un significado más amplio, abarca todo el comportamiento y creación del espíritu humano, sujetos a sistemas de valores”⁵⁶. Con esto se entiende que la moral aplica para todos los hombres sin excepción y regularmente se usa para cuestionar los actos de éstos.

Y, con respecto a la ética, Rivadeneira considera que:

En su acepción más amplia, es la ciencia que se ocupa de la moral en todas sus formas. [...] El objeto de la ética son los sistemas morales prevalecientes en una sociedad, confrontados con los valores positivos. El valor supremo es el Bien: hacer el bien y evitar el mal. La conducta moral debe estar inserta en el universo ético de la sociedad, presente en toda actividad, oficio o profesión”⁵⁷.

⁵⁴ Raúl Rivadeneira Prada, *op. cit.* p. 306.

⁵⁵ *Ídem.*

⁵⁶ *Ídem.*

⁵⁷ *Ibíd.* p. 307.

La ética también se aplica a todos pero es de acuerdo a la profesión, empleo, actividad u oficio en el que se desarrolla cada persona, aspecto que dependerá al gremio al cual pertenezca, por ejemplo, por mencionar algunos rubros, encontramos a los médicos, abogados, arquitectos y periodistas.

Teresa Herrán y Darío Restrepo refuerzan lo anterior al plantear que por su origen etimológico ética y moral tienen el mismo sentido: “costumbre”, pero:

Arbitrariamente para algunos, la moral se refiere a las normas que regulan las costumbres de todos los hombres , mientras la ética contiene las normas de grupos determinados; por eso hay normas para abogados, las hay para médicos o para contabilistas o para periodistas, que no tienen el mismo grado de obligatoriedad para quienes no pertenecen a estos grupos profesionales. Sin embargo, todos están sujetos a una moral común⁵⁸.

Herrán y Restrepo agregan que la distinción más aceptada entre moral y ética es la que:

Señala a la moral el sentido de “conjunto de juicios de valor de los ideales, virtudes e instituciones morales”. En cambio, la ética es la investigación filosófica para buscar la fundamentación de la moral. La ética no pregunta cómo se conducen los hombres, ese juicio de valor se le deja a la moral. Lo suyo es establecer cómo tienen que conducirse⁵⁹.

Una vez expuesta la diferencia entre moral y ética, es importante profundizar en el significado de ética, ya que es el tema entorno al cual se rige la presente investigación, pero esto sin dejar de lado la estrecha relación, antes mencionada, que existe entre los conceptos. Ya que ambos tienen que ver con la formación del carácter, modo de ser y las costumbres de los seres humanos.

En el Diccionario de la Real Academia Española se define a la ética como la: “Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre”. Y como el “conjunto de normas morales que rigen la conducta humana”⁶⁰.

⁵⁸ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *Ética para periodistas*, Colombia, TM Editores, 1ª reimpresión, 1998, p.19.

⁵⁹ *Ídem*.

⁶⁰ Diccionario de la Real Academia Española, dirección URL:

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=ética [Consulta 19 de julio de 2009 14:38 horas].

Lucka Brajnovick establece que se trata de: “La ciencia filosófica teórica y práctica que investiga la moralidad de los actos humanos y estudia los valores, la vida, y la conducta moral de la persona y de la comunidad humana, teniendo siempre como fin la honestidad”⁶¹.

María Herrán y Javier Restrepo dicen que:

Es una ciencia práctica, porque se refiere a las acciones de la persona que son controladas por la razón y por la voluntad del hombre cuando éstas actúan libremente. No especula la ética sobre cuestiones abstractas o teóricas, sino sobre los hechos concretos. No es un saber por el saber mismo, sino un saber para la práctica, que nace de la práctica misma⁶².

La principal fuente de la ética son los juicios que se califican con una amplia variedad de objetivos que se reducen a actos buenos y malos. Dicha calificación que deriva de considerar si se actuó bien o mal, términos que son comunes para la humanidad. Al respecto Herrán y Restrepo indican:

La ética parte de esos juicios morales sobre los que existe un consenso universal, no porque ese consenso les dé validez a los juicios, sino porque ese consenso revela la existencia de una conciencia común de lo que se ajusta o no a la naturaleza de las cosas⁶³.

Adela Cortina define ética como “un tipo de saber de los que pretenden orientar la acción humana en un sentido racional; es decir, pretende que obremos racionalmente [...] la ética es esencialmente un saber para actuar de un modo racional”⁶⁴.

Juan José Videla cuestiona dicha definición y la acusa de adolecer de:

Un exceso de confianza en la capacidad de la razón para hacer que el sujeto actúe éticamente. La persona conoce a través de la razón los beneficios de los comportamientos éticos, pero también las ventajas de no seguirlos. La libertad de elección se impone finalmente⁶⁵.

⁶¹ José Juan Videla Rodríguez, *La ética como fundamento de la actividad periodística*, Madrid, España, *Fragua Comunicación*, 2004, p.21.

⁶² María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op.cit.* p.17.

⁶³ *Ibidem*, p.18.

⁶⁴ José Juan Videla Rodríguez, *op. cit.*, p.22.

⁶⁵ *Ídem*.

Y eso es cierto, ya que el razonar la situación no significa que la persona vaya a dirigir sus acciones en dirección del bien y por tanto se le consideré que actúa éticamente.

Se puede establecer que todo se resume en el “deber ser” como un individuo profesional. Existe una interrelación de las actividades que cada persona desempeña a diario, tanto en aspectos de su vida personal como en los de la profesión que ejerce. Es decir, entre su moral formativa derivada de la familia, religión, educación y la ética con la que se desempeña en su trabajo.

De acuerdo con el planteamiento del filósofo Aristóteles cada vez que el hombre actúa lo debería de hacer con tendencia a un bien. Entonces, la ética es la capacidad de los seres humanos para diferenciar, en determinadas ocasiones, entre lo que está bien y lo que está mal en lo que refiere a su profesión, oficio o actividad; así como la voluntad para seguir el camino correcto a pesar de todo.

1.4.1 Deontológica periodística

Ernesto Villanueva, profesor titular de derecho a la información de la Universidad Iberoamericana, plantea que:

En un sentido etimológico, deontología hace referencia a la ciencia del deber o de los deberes. *Deon*, *deontos* significa obligación, deber, y *logía*, conocimiento, estudio. Deontología, por tanto, es el conjunto de principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo, por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad social⁶⁶.

Y en el libro *Fundamentos del periodismo impreso* se establece que:

El periodista es un intérprete de la realidad y eso exige un alto grado de responsabilidad en el ejercicio de su profesión. Una responsabilidad vinculada al cumplimiento de unas normas que configuran lo que podemos denominar códigos deontológicos, entendidos como unas reglas de conducta profesional que no están reguladas por la normatividad legal⁶⁷.

⁶⁶ Ernesto Villanueva, *Deontología informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*, México, Universidad Iberoamericana y Miguel Ángel Porrúa, 2002, p.10.

⁶⁷ Ignacio Armentia Vizuete; José María Caminos Marcet. *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona, Ariel, 2002. p.247.

Es así como en los códigos deontológicos encontramos los valores y reglas de conducta éticas que acepta determinado gremio, en este caso los periodistas. Dichos valores y reglas se ponen en práctica cuando los profesionales ejercen las acciones y actividades correspondientes a su trabajo.

Cada día los periodistas se enfrentan a situaciones en las que deben tomar decisiones relacionadas con la ética que les requiere su profesión. Existen diferentes códigos deontológicos para ello, pero, es importante tomar en cuenta que, muchas veces la realidad condiciona las elecciones que éstos toman con respecto a qué y cómo presentar la información que tienen.

La deontología periodística implica para el periodista un compromiso de identidad con el papel que juega en la vida social, una percepción amplia del valor que tiene la información como ingrediente de primera importancia para traducir en hechos concretos la idea de democracia⁶⁸.

El periodismo se debe regir por códigos deontológicos, pues, de acuerdo con el periodista Raymundo Riva Palacio, “un periodista que no tenga ética, no es un periodista pleno. Periodista que no coloque la ética como un cimiento de su trabajo tendrá una profesión endeble, vulnerable y con poca credibilidad”⁶⁹.

Herrán y Restrepo hablan de que: “quien ejerza alguna actividad relacionada con el periodismo, con la misión de proporcionarle información a la comunidad [...], debe comportarse de acuerdo a los criterios éticos de la profesión”⁷⁰. Y, según Ernesto Villanueva:

La existencia de un código deontológico en el gremio periodístico representa la manifestación inequívoca de voluntad de cambio para ser mejor, la identificación del papel que juega en la vida social y la existencia de periodistas libres que están convencidos de ejercer un periodismo con apego a la razón, a la sensibilidad y al compromiso con la sociedad⁷¹.

Pero un aspecto muy importante que destaca José Juan Videla es que los periodistas, antes de ser sujetos con una “moral específica”, tienen una formación educativa, así como una vida individual y colectiva, por lo tanto

⁶⁸ Ernesto Villanueva, *op. cit.* p.10.

⁶⁹ Raymundo Riva Palacio, *op. cit.*, p.93.

⁷⁰ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.*, p.46.

⁷¹ Ernesto Villanueva, *op. cit.* p.14.

traen consigo determinadas ideas, opiniones y formas de actuar. Con ello los periodistas son:

Individuos que están condicionados por el medio familiar y social en el que se desenvuelven, que también les impone unas pautas de comportamiento que en algún momento pueden entrar en colisión con la moral profesional⁷².

Videla cita del libro *La Prensa y la Ética*, de John Merrill, que: “El periodista no se limita simplemente a escribir para el consumo de otro; escribe para autoexpresarse y pone su persona y todo su ser en su actividad periodística. Lo que escribe es, de una manera real, lo que él es”⁷³.

Pero, a pesar de la presencia de la individualidad, cuando alguien decide dedicarse al periodismo existen responsabilidades y aspectos, como el servicio a la comunidad, la veracidad y la objetividad, entre muchos más, que deben estar presentes a la hora de ejercer la profesión.

Se trata de responsabilidades, basadas en normas éticas, las cuales, de acuerdo con Raymundo Riva Palacio, consideran entre muchas cuestiones que:

Un periódico y sus periodistas no pueden valerse de engaños para obtener información. Así como un medio no puede publicar fotografías editadas para darle un ángulo noticioso o estético, o un noticiero de televisión no puede pasar imágenes viejas como nuevas, tampoco los periodistas deben engañar para conseguir información⁷⁴.

En el libro *La Guerra en los medios y los medios de la guerra, Iraq 2003*, Edgar Hernández, uno de los autores de la publicación, retoma lo que establece Mar de Foncuberta en *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*, de que la regla de oro del código deontológico se puede resumir en los siguientes puntos:

1. Evitar mezclar los hechos con las opiniones y comentarios;
2. Ser preciso y evitar adjetivaciones;
3. Rectificar con diligencia cuando se registre un equívoco;
4. Utilizar métodos dignos y lícitos en la obtención de la información;
5. Respetar el *off the record*;
6. Respetar el derecho de las personas a no proporcionar información ni responder preguntas;

⁷² José Juan Videla Rodríguez, *op. cit.*, p.20

⁷³ Edgar Hernández Rodríguez, et. al., *op.cit.*, p.92.

⁷⁴ Raymundo Riva Palacio, *op.cit.*, p. 101.

7. No aceptar embutes o dádivas;
8. Respetar el derecho a la intimidad y dolor;
9. Observar el principio de presunción de inocencia;
10. Tratar con especial cuidado la información que afecte a menores;
11. Y actuar con responsabilidad cuando se emitan informaciones con contenidos que puedan suscitar discriminaciones por razones de sexo, raza, creencias o incitar a uso de violencia⁷⁵.

Por otra parte, María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo, en su libro *Ética para periodistas*, plantean que realizaron la lectura y comparación de 68 códigos que existen en los cinco continentes y de ello obtuvieron las normas éticas que son universales en el ejercicio periodístico. Los autores piensan que al tratarse de:

Profesionales que viven en ambientes culturales, políticos, religiosos y sociales muy diferentes, la coincidencia en el aprecio y aceptación de los mismos valores éticos es significativa y permite conocer con mayor claridad la verdadera naturaleza de la profesión periodística⁷⁶.

La lista que dan a conocer en su publicación Herrán y Restrepo es la siguiente. Además se presenta una breve explicación, también de los autores, sobre a qué se refieren las normas:

1. **Veracidad.** El sentido más aceptado en los códigos para veracidad es la fidelidad de los hechos.
2. **Secreto profesional.** La obligación que el periodista contrae con algunas fuentes de información, de callar su identificación.
3. **Rechazo de ventajas personales.** Un código internacional como el de las Naciones Unidas presenta tal rechazo porque buscar ventajas personales contradice la dedicación del periodista al bien público.
4. **Ética relacionada con la libertad de la información.** La mayor parte de los códigos coinciden en señalar la observancia de las normas éticas como una salvaguarda o defensa de la libertad de prensa la cual, de acuerdo con la ONU, es un derecho fundamental del hombre.

⁷⁵ Edgar Hernández Rodríguez, et.al., *op.cit.*, p.92 y 93.

⁷⁶ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.* p.78 y 79.

5. **Rechazo del plagio.** Los códigos coinciden en que se trata de una “falta profesional grave” (código de las Naciones Unidas).
6. **Independencia.** Se trata de una condición indispensable para ser periodista, tanto como el pulso para el cirujano y la vista para el pintor. En el código de la Comunidad Económica Europea esa independencia equivale al rechazo de toda presión externa para publicar.
7. **Solidaridad gremial.** A partir de una correcta actitud hacia los colegas de profesión es posible construir la conducta del periodista hacia la sociedad.
8. **Respeto de la fama y de la intimidad ajenas.** El código de Oregon (EU) expresa: “La reputación de hombres y mujeres es sagrada por naturaleza y no puede ser rota a la ligera”.
9. **Responsabilidad.** El código de la Asociación Interamericana de Prensa, describe la responsabilidad como “tener conciencia del poder del instrumento que usa y recordar que el daño causado con él jamás puede ser totalmente reparado.
10. **Información comprobada y completa.** Como un complemento de la exigencia de la veracidad, los códigos contienen normas sobre la necesidad de comprobar todas las informaciones que el periodista decide publicar y sobre la obligación de entregarla esencialmente íntegra y sin recortes.
11. **Servicio a la comunidad.** La explicación de esa prioridad la da el código de la UNESCO: “La información es un bien social... las normas profesionales prescriben al periodista el respeto total de la comunidad nacional”.

Existe una gran cantidad de códigos deontológicos en diferentes partes del mundo, en nuestro país algunos periódicos como *El Universal*, *La Crónica de Hoy*, *Reforma* y la revista *Proceso*, cuentan con códigos propios, pero aún no existe un código por el cual se rijan todos los periodistas mexicanos.

Al respecto Raymundo Riva Palacio manifiesta que “por desgracia, la ética periodística es un concepto que, en la práctica, es casi nulo en el contexto

nacional”⁷⁷. Y agrega: “La falta de parámetros éticos en la prensa mexicana ha conducido a engaños flagrantes y a una distorsión de la realidad”⁷⁸.

Entre los objetivos de esta investigación se plantea: identificar cuáles son las bases éticas establecidas en la práctica del periodismo de espectáculos, en específico indagar en la ética por la cual se rigen los productores de *TV NOTAS* para presentar la información. Aspecto que se responde en las entrevistas que se les realizó a los productores de las publicaciones, las cuales se encuentran completas en el anexo 10.

1.4.2 La ética en los medios de comunicación como empresas

Aunque los periodistas estén dispuestos a aplicar todos los aspectos que se establezcan en uno de los diferentes códigos deontológicos existentes, a final de cuentas el que decide si algo es noticia y cómo se presentará es el medio de comunicación para el que labora, el cual, al ser una empresa, tendrá que decidir que tan rentable le es dar a conocer determinada información.

Hay diversas situaciones donde la falta de aplicación de normas éticas empaña el comportamiento profesional de quienes hacen periodismo. Una de ellas, quizá la más difusa y extendida en el periodismo mexicano, es aquella que se refiere a los <<conflictos de interés>>: aquellas circunstancias donde un periodista pierde la libertad para informar al público sobre acontecimientos de interés colectivo⁷⁹.

Kapuściński manifiesta que cuando se comenzaron a percatar de que las noticias son un negocio:

La dirección de los grandes multimedia quedó en manos de personas que no venían del periodismo ni se interesaban en esta profesión, sino que la veían como una mera herramienta, un instrumento para obtener ganancias altas y rápidas⁸⁰.

Al respecto, para el profesional en comunicación Hugo Aznar, aunque “el periodismo conlleva una serie de valores y obligaciones morales recogidos en los códigos deontológicos”, reconoce que “el periodismo se realiza a través de los medios y que estos están configurados como grandes empresas que

⁷⁷ Raymundo Riva Palacio, *op. cit.*, p. 93

⁷⁸ *Ibidem*, p.100.

⁷⁹ *Ibidem*, p. 97 y 98.

⁸⁰ Ryszard Kapuściński, *op. cit.* P. 23.

tienen que obtener recursos y beneficios para su supervivencia en el mercado”⁸¹.

Además, Aznar retoma una cita de Victoria Camps sobre que:

Los medios de comunicación no son agrupaciones altruistas de profesionales con el único fin de informar correctamente de lo que ocurre. Son empresas con ánimo de lucro, o por lo menos, con la sana intención de ir sobreviviendo, empresas que deben responder, como cualquier otra empresa, al objetivo prioritario de maximizar sus beneficios (Camps. 1995:60)⁸².

Aquí se encuentra un choque entre dos razones de existir de los medios de comunicación: el informar y el obtener ganancias económicas, como cualquiera de las empresas que existen en el mundo, para poder continuar vigente ante la sociedad. El deseo que las empresas tienen de destacar provoca una competitividad entre las mismas.

La necesidad de cada medio de posicionarse y ganar una cuota propia de mercado le obligaría a dar a su oferta un carácter distintivo respecto a sus rivales, aumentando la pluralidad del mercado de la comunicación [...] La competencia debería de obligar a ampliar y mejorar la oferta de los medios.

La forma de superar a la empresa rival sería haciendo un producto mejor, lo que implicaría ampliar los contenidos del medio, dotarlo de más recursos técnicos y humanos, mejorar la cualificación de sus profesionales, etc.⁸³

Dada la competencia entre los medios, éstos deberían crear más y mejores productos. Sin embargo, la realidad parece ser diferente, ya que, con el afán de ganar la nota, o tener la “exclusiva” de la misma, se tiende a actuar de una manera que muchas veces resulta perjudicial para la ética periodística.

Con lo anterior “las empresas trasladan sus exigencias competitivas a los medios, condicionando los medios y mensajes que difunden. El lugar que deberían de ocupar los criterios y valores éticos de la comunicación lo ocupan los criterios y requisitos del *marketing*”⁸⁴.

⁸¹ Hugo Aznar, *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*, Barcelona España, Ariel Comunicación, 1999. p. 48.

⁸² *Ídem*.

⁸³ *Ibidem*. p.52.

⁸⁴ *Ibidem*. p.53.

Al respecto, Ryszard Kapuściński considera que:

A medida que su negocio se hacía más grande e importante, los medios empezaron a encerrarse en una vida propia y desvinculada de la realidad. Si antes la empresa tenía por fin reflejar el mundo, ahora los medios se limitan a reflejar su mundo compitiendo entre ellos. Ya no les interesa tanto lo que sucede afuera, sino que los demás medios no se les adelanten, que no publiquen algo que ellos no tienen⁸⁵.

Una muestra clara de que la competencia existente entre los medios se convirtió en un aspecto negativo es la velocidad con la que los medios dan a conocer la información.

Este aceleramiento —favorecido e impulsado a su vez por las nuevas tecnologías— suele ir reñido con el respeto a determinadas exigencias éticas, como evitar errores e imprecisiones, comprobar las informaciones, acudir a diversas fuentes, solicitar la opinión de verdaderos expertos en los temas tratados, etc. [...]

La competencia también lleva a tratar de incrementar la demanda de los medios a toda costa. Para ello se acentúa la presentación dramática de los acontecimientos de manera que se conviertan en noticia cuando no lo son o adquieran un interés especial que no tendrían por sí mismos. Esta forma de competencia genera uno de los mayores problemas de los medios: el sensacionalismo como recurso para aumentar el interés y la curiosidad del público⁸⁶.

Kapuściński piensa que si los periodistas tienen disponibilidad de tiempo éstos pueden “trabajar en serio”, pues tienen la oportunidad de hablar con más gente, así como de leer, pensar y observar más. Para él, resolver las cosas en poco tiempo conduce a dos aspectos abundantes en la profesión: la superficialidad y a la falsedad.

La existencia de la competencia entre los medios de comunicación, que en realidad son empresas, no es algo negativo, al contrario debería servir para que estos presentaran la información con mayor calidad.

Pero con la información obtenida nos percatamos de que la “ética” con la cual se rigen los medios de comunicación muchas veces depende de la posición que éstos, al ser empresas, tienen o desean tener en el mercado, y no porque en realidad se rijan por determinados códigos deontológicos.

⁸⁵ Ryszard Kapuściński, *op. cit.* p. 27.

⁸⁶ *Ibidem*, p.54.

1.4.3 Definición de planteamientos éticos universales

Para poder aceptar o rechazar la hipótesis de la presente investigación con respecto a que “existe relación teórica entre el discurso sobre la concepción de ética periodística que tienen los productores de *TV nOTAS* y el *deber ser* planteado en diferentes códigos deontológicos periodísticos”, es necesario definir los puntos deontológicos más destacados y mencionados universalmente dentro del periodismo.

Una vez que se tenga dicha definición se podrá comparar el discurso de los productores de *TV nOTAS* con respecto al *deber ser* ético.

Se decidió tomar la definición de los puntos deontológicos de diferentes códigos periodísticos porque, a pesar de la gran variedad de códigos en el mundo, los cuales son establecidos por instituciones internacionales, naciones y empresas (medios de comunicación), en nuestro país no hay un código deontológico que aplique los diferentes medios de comunicación existentes.

A pesar de lo anterior, al realizar un análisis de contenido de los códigos deontológicos de organizaciones, instituciones y empresas; así como de las investigaciones de especialistas entorno a diferentes códigos⁸⁷, se encontró que hay normas comunes y universales aceptadas y practicadas por los profesionales del periodismo sin importar su nacionalidad, lengua, pensamientos políticos, etcétera.

A continuación se dará la definición de algunas de estas normas. Éstas permiten establecer un perfil de los periodistas que puede ser aplicable y válido para todos aquellos que ejercen la profesión en diferentes partes del mundo.

⁸⁷ Entre los códigos revisados están: el de la UNESCO, el del Centro Latinoamericano de Periodismo, el de los periódicos *El Universal* y *Washington Post*, por mencionar algunos. Y algunos de los investigadores consultados son: Teresa Herrán y Dario Restrepo, Raúl Trejo Delarbre, Raúl Rivadeneira, Ernesto Villanueva y José Juan Videla.

Las normas universales, mismas que serán los puntos de referencia para establecer la comparación con lo que dicen los productores de *TV nOTAS*, son: la veracidad; el respeto a la vida privada; sensacionalismo; información comprobada y completa; métodos lícitos y dignos para la obtención de información; secreto profesional; rectificar cuando se registre un equivoco; derecho de réplica; no aceptación del “chayo”, regalos, sobornos, etcétera; y, funcionar acorde con la empresa.

* **Veracidad**

De acuerdo con la *Declaración de Principios del Periodismo Centroamericano* del Centro Latinoamericano del Periodismo “la función principal del periodismo es la búsqueda de y difusión de la verdad sobre asuntos de interés público y la defensa de los valores esenciales del ser humano”⁸⁸.

Pero ¿qué es la verdad? El término en la actividad periodística se refiere a presentar o dar a conocer los hechos con la mayor fidelidad posible. De acuerdo con Teresa Herrán y Darío Restrepo “la verdad del periodista es su fidelidad en la descripción de los hechos de que es testigo, o sobre los que ha reunido documentación”⁸⁹.

Así, podemos asegurar que la verdad es un elemento básico de la ética periodística y por lo tanto forma parte de la mayoría de los códigos deontológicos de la profesión. Aunque, como bien establece José Juan Videla, la verdad es:

Como todo valor absoluto, de difícil cumplimiento en una actividad sujeta a las presiones de diferentes grupos y oscilante entre variadas formas de entender la realidad. Un mismo suceso puede ser relatado desde distintos puntos de vista y todo ello ser verdadero⁹⁰.

Según Raúl Rivadeneira: “el periodista encuentra en la vida diaria hechos... (y ante los mismos) debe actuar con la rigurosidad de un científico o de un juez en la verificación de datos y en la evaluación de pruebas”⁹¹.

⁸⁸ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.35.

⁸⁹ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.* p. 79

⁹⁰ José Juan Videla Rodríguez, *op. cit.*, p. 105 y 106.

⁹¹ Raúl Rivadeneira Prada. *op. cit.* p. 311.

Un periodista debe estar seguro de que está dando a conocer la verdad una vez que haya verificado y comprobado la existencia de las fuentes de las cuales obtuvo la información.

La veracidad se relaciona estrechamente con el término de objetividad. Cuando se trata este tema siempre surge una gran cantidad de variantes y opiniones al respecto. Inclusive, a pesar de la existencia del término en lo que refiere al ámbito periodístico, varios consideran que éste no tiene cabida en él.

El Diccionario de la Real Academia Española define ser objetivo como lo “perteneiente o relativo al objeto en sí mismo, con independendencia de la propia manera de pensar o de sentir”⁹².

Darío Restrepo cita a Luka Brajnovic, quien establece que la imparcialidad o la absoluta objetividad se da cuando: “La información parte de un conocimiento exacto y cierto, de una reflexión consciente y de una rectitud intachable de intenciones, en esto consiste la imparcialidad, o la absoluta objetividad”⁹³.

La objetividad en el periodismo se refiere a la noticia que presenta los hechos tal y como sucedieron, es decir, se trata de evitar todo aquél comentario derivado de una interpretación por parte de los periodistas, aspecto que tiende a relacionarse con la subjetividad.

Al respecto Lourdes Romero manifiesta que:

El periodismo tradicional o convencional confunde la subjetividad con interpretación y, por lo mismo, no acepta como válido que la realidad sea interpretada, cuando efectivamente interpretar no quiere decir subjetividad, ni tampoco la no interpretación implica objetividad. Simplemente objetividad y subjetividad son conceptos diferentes de interpretación⁹⁴.

⁹² Diccionario de la Real Academia Española, dirección URL: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=objektividad [Consulta 10 de julio de 2009 a las 15:00 horas]

⁹³ Javier Darío Restrepo, La Objetividad Periodística: UTOPIA Y REALIDAD, Dirección URL: <http://www.comunica.org/chasqui/restrepo74.htm> [Consulta 8 de julio de 2009 a las 19:27 horas].

⁹⁴ Lourdes Romero, *op. cit.* p.26.

Mientras para Raúl Rivadeneira Prada:

La objetividad es un comportamiento, se entiende el lema del periodismo inglés adoptado por los medios norteamericanos y difundido a varias partes del mundo: “*facts, facts, facts*” (hechos), “la noticia es sagrada y el comentario es libre”. Esta presencia de la objetividad exige del comunicador una actitud de frialdad y crudeza casi mecánica. Y como esto es imposible tratándose de seres humanos, el comportamiento objetivo es una utopía en términos absolutos⁹⁵.

Por su parte Ryszard Kapuściński plantea ser un partidario de “escribir con pasión” y siente que “la teoría llamada objetividad es totalmente falsa y produce textos fríos, muertos, que no convencen a nadie”.

Y que “cuanta más emoción, mejor para el lector”. No tiene duda de ello, ya que “los mejores textos periodísticos han sido escritos con pasión, transmiten que uno está verdaderamente vinculado y metido en el asunto del cual se escribe”⁹⁶.

La doctora Romero también agrega una explicación bastante significativa sobre el tema al plantear que:

La objetividad no se da en el hecho, sino en la reconstrucción producto de la labor del periodista. La investigación que lleva a contextualizar el hecho y la materialización de sus resultados en el relato se producen desde la subjetividad del periodista.

Aceptar la existencia del sujeto desde cuyo punto de vista se decide el qué y el cómo de lo que se va a tratar es condición indispensable para formular una concepción adecuada del periodismo.

El significado de objetividad se ha renovado en la actualidad, ahora implica la actitud profesional a favor de la verdad, la subjetividad bien intencionada. Si el periodista pretende ser objetivo debe dejar a un lado toda la pretensión de mostrar la realidad al presentar los hechos simple y llanamente tal y como son.

Hay diferencias radicales entre el hecho y el relato del mismo. Todo relato posee sus propias leyes y al olvidarse de ellas, al ocultarlas, se falsea la labor periodística. En el relato periodístico, la realidad es punto de partida y resultado; la realidad es construida según principios comunes a todo relato y de acuerdo con las peculiaridades del relato periodístico⁹⁷.

⁹⁵ Raúl Rivadeneira Prada, *op. cit.* p. 203.

⁹⁶ Ryszard Kapuściński, *op. cit.* p. 88.

⁹⁷ Lourdes Romero, *op. cit.* p.26.

La objetividad existe como concepto pero es claro que el periodista en sus actividades no puede actuar de forma totalmente mecánica, ya que también tiene sentimientos que le permiten interpretar lo que sucede en los hechos, aspecto que no significa que tenga que tergiversar lo que percibe.

El *Código Internacional de Ética Periodística* de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) que se adoptó el 20 de noviembre de 1983, plantea como primer punto: El derecho del pueblo a una información verídica, que dice: “El pueblo y las personas tienen el derecho de recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa”⁹⁸.

Y la declaración de *Principios de Conducta de los Periodistas* de la Federación Internacional de Periodistas coloca en el primer punto que: “El respeto a la verdad y al derecho del público a la verdad es el primer deber de todo periodista”⁹⁹.

Ernesto Villanueva en su libro *Deontología Informativa, códigos deontológicos de la prensa en el mundo* plantea como un principio general que:

Es un deber ético del periodista brindar información veraz. Un periodista cumple con este deber en la medida en que: a) Contrasta fuentes de información; b) Realiza un trabajo diligente en la búsqueda de hechos noticiosos; c) Identifica claramente cuando se trata de rumores o de informaciones no confirmadas y d) Fundamenta las notas informativas que escribe y rechaza el uso de frases ambiguas como “se dice”, “se comenta”, “parece ser” y otras similares que induzcan a confusión¹⁰⁰.

***Respeto a la vida privada**

Cada uno de los individuos que conforman a la sociedad tiene en su vida dos aspectos: lo público y lo privado, pero los que más sufren por tratar de marcar una línea entre ambos son los personajes reconocidos en diferentes ambientes como el de espectáculos, la política, los deportes, la cultura, por mencionar algunos, esto gracias al interés que tienen los medios de comunicación y el público en sus vidas.

⁹⁸ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.23.

⁹⁹ *Ibidem.* p.25.

¹⁰⁰ *Ibidem.*, p.21.

Lo público es referente, de acuerdo con la Real Academia Española, a lo “notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos”¹⁰¹. Mientras lo privado, en la misma fuente, se trata de lo “que se ejecuta a vista de pocos, familiar y domésticamente, sin formalidad ni ceremonia alguna”. En pocas palabras, se trata de algo “particular y personal de cada individuo”¹⁰².

En el *Código Internacional de la Ética Periodística* de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), se plantea la necesidad de un respeto a la vida privada y a la dignidad del hombre.

El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación de otro, así como a las leyes de la difamación, la calumnia, la injuria, y la insinuación maliciosa, hacen parte integrante de las normas profesionales del periodista¹⁰³.

Y en las *Normas de Ética y Deontología Profesional del Periodista Especializado y Técnico* pertenecientes al Congreso Iberoamericano de Periodistas Técnicos y Espaciales prohíbe los daños a terceros:

El ejercicio de la profesión de un PET (periodista especializado y técnico) debe tener como límite el perjuicio gratuito a terceros y el respeto a la integridad de personas y entidades, evitando especialmente lesionar los derechos de personas (libertad sexual, intimidad, menores de edad, raza, color, religión, origen social, sexo y minusvalías psíquicas y físicas) así como de instituciones y empresas. El PET debe distinguir claramente entre las informaciones, reales y contrastables que ofrece y las afirmaciones que supongan un daño descrito en este punto¹⁰⁴.

Pero en la actualidad es evidente que muchas veces los medios de comunicación tienden a dar a conocer aspectos no sólo públicos, sino también privados de las personas, y su argumento más común es el defender el derecho que tiene la sociedad de acceder a toda la información.

¹⁰¹ *Diccionario de la Real Academia Española*, dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=público [Consulta 12 de julio de 2009 a las 18:00 horas].

¹⁰² *Diccionario de la Real Academia Española*, dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=privado [Consulta 12 de julio de 2009 a las 18:03 horas].

¹⁰³ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.24.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p.42.

Es muy interesante que, a pesar de lo establecido en los códigos deontológicos, exista una gran variedad de medios de comunicación, impresos y electrónicos, que se encargan de divulgar los acontecimientos relacionados con la vida privada de las personas, las cuales por lo regular pertenecen al mundo del espectáculo, aunque también se da en otros ambientes.

Al respecto Cirilo Recio Dávila sostiene que:

La persona que se convierte en sujeto de fama o celebridad es particularmente vulnerable a la intromisión a su ámbito privado. Por ello es prudente que el informador esté conciente de estos objetivos o propósitos generales indicados como principio de las normas deontológicas de la actividad informativa.

La celebridad o fama pública —que podemos precisar como el reconocimiento público de un personaje por parte de una gran cantidad de gente a quienes esta personalidad no conoce— se ha convertido en uno de los fenómenos que mejor demuestran los problemas del derecho a la privacidad¹⁰⁵.

José Juan Videla considera que:

Es tarea de los periodistas y de su conciencia ética discernir cuándo se produce una invasión de la intimidad y qué aspectos de la vida privada tienen que ser conocidos porque constituyen elementos imprescindibles de la información¹⁰⁶.

Además dice que en la labor de identificar el interés general de la gente es muy significativa en la <<información del corazón>>, pues:

En este caso, la indagación en la vida privada de la persona es el objeto de la información. Por lo tanto, el interés general se entiende aquí de forma muy distinta a otros medios de comunicación. En los programas que informan sobre los <<famosos>> lo que interesa es diseccionar su vida hasta los más pequeños detalles, porque se considera que el interés general es conocer todo lo que hace, con quién se relaciona, etc... con la excusa de que esos personajes se prestan a ello al especular con su vida privada¹⁰⁷.

Pero, es muy importante de destacar, que, para Videla:

El sujeto, aunque tenga proyección pública, goza de un ámbito de intimidad que en último término administra él mismo; la persona es la única capacitada para decidir qué parte de su vida se puede conocer y posee libertad absoluta para determinar cómo y cuándo se puede conocer lo que desea sea público¹⁰⁸.

¹⁰⁵ Cirilo Recio Dávila, *Apuntes sobre ética periodística*, México, Gobierno del estado de Coahuila, Editorial la República de las Letras, 2003. p.47.

¹⁰⁶ José Juan Videla Rodríguez, *op. cit.*, p. 88.

¹⁰⁷ *Ibidem*, p. 89.

¹⁰⁸ *Ídem*.

En este sentido, para Videla, la intimidad y privacidad no son equivalentes, pues “lo íntimo es la parte más espiritual de nuestro ser que nadie puede conocer si no lo mostramos”¹⁰⁹. Así, no es lo mismo dar a conocer la vida privada de alguien que la intimidad de éste.

La intimidad es un ámbito más interior, recóndito y nuclear que lo privado; la vida privada corresponde a zonas más externas, como pueden ser el círculo familiar u otros afines. Lo íntimo abarcaría pensamientos, las intenciones, los sentimientos, la vida amorosa, la vida sexual, el cuerpo humano y sus funciones premorales, el inconsciente, los actos específicos de la vida espiritual y los defectos físicos o psíquicos, el estado de enfermedad y la muerte¹¹⁰.

* **Sensacionalismo**

En el gremio periodístico, a pesar de que en los medios de comunicación se percibe un constante uso del sensacionalismo, existen críticas al método. Y es que éste permite crear polémica y con ello atraer la atención del público.

El Círculo de Periodistas de Bogotá, Colombia, adoptó el 5 de octubre de 1989 el *Código de ética y responsabilidad del periodista*; y en artículo octavo del mismo se menciona al sensacionalismo.

El sensacionalismo es una deformación interesada de la noticia, implica manipulación y engaño y por lo tanto burla de la buena fe del público.

1. El periodismo debe respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas y sólo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público.
2. Debe abstenerse de explotar la morbosidad del público y la curiosidad malsana.
3. Especial cuidado ha de observar en las informaciones sobre procesos judiciales o en curso, ya que incluso sin incurrir en ilegales violaciones de la reserva del sumario, es posible influir en la condena o absolución de los inculcados¹¹¹.

Por su parte, la Federación Latinoamericana de Periodistas en el séptimo artículo del *Código Latinoamericano de Ética Periodística* establece:

Son acciones violatorias a la ética profesional:

- el plagio y la falta de respeto a la propiedad intelectual;
- la aceptación del soborno, el cohecho y la extorsión;
- la omisión de información de interés colectivo;
- la difamación y la injuria;
- el **sensacionalismo**¹¹².

¹⁰⁹ *Ibidem*. p.90.

¹¹⁰ *Ibidem*. p.91.

¹¹¹ Frank Priess, et.al. *Periodismo, ética, responsabilidad y paz: Reflexiones para periodistas*. Colombia, Uniboyacá, 2002. p.87-88. (Texto de Antonio Coacua Prada, *Ética y libertad de la información*)

¹¹² Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.40.

***Información comprobada y completa, investigar**

En el libro titulado *Fundamentos de periodismo impreso* de Ignacio Armentia y José María Caminos dan a conocer el *Código deontológico* de la FAPE (Federación de Asociaciones de Prensa en España) y en el doceavo punto del mismo se señala que:

El compromiso con la verdad obliga a informar solamente sobre aquellos hechos cuyo origen sea conocido. Las informaciones difundidas: a) deben ser fundamentadas y las fuentes han de ser contrastadas siempre, ofreciendo a las personas afectadas la oportunidad de ofrecer su versión¹¹³.

Ernesto Villanueva menciona como uno de los principios deontológicos generales que: “Es un deber ético del periodista brindar información completa”¹¹⁴.

Herrán y Restrepo hablan de que:

Como un complemento de la exigencia de la veracidad, los códigos contienen normas sobre la necesidad de comprobar todas las informaciones que el periodista decide publicar y sobre la obligación de entregarla esencialmente íntegra y sin recortes¹¹⁵.

Por eso, la regla fundamental es sólo presentar hechos debidamente comprobados (Asociación Interamericana de Prensa). El código de las Naciones Unidas es riguroso en este aspecto: “Deben comprobarse todas las informaciones que van a ser publicadas”. El código de África del Sur es más elástico: “Se deben comprobar aquéllas informaciones de las que haya razón para dudar”¹¹⁶.

***Métodos lícitos y dignos para la obtención de información**

En el cuarto punto la *Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas* de la Federación Internacional de Periodistas se indica que: “Los periodistas deberán utilizar solamente métodos justos para obtener noticias, fotografías y documentos”¹¹⁷.

Herrán y Restrepo, en la investigación que realizaron, llegaron a la conclusión de que el medio por el cual se obtiene la información es importante, al establecer:

No es indiferente al medio que se elija para obtener una noticia. La mayoría de esos códigos se limita a calificar de “incorrectos”, “deshonestos”, “turbios”

¹¹³ Ignacio Armentia Vizuete; José María Caminos Marcet. *Op.cit.* p.250.

¹¹⁴ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.30.

¹¹⁵ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.*, p.97.

¹¹⁶ *Ibidem.* p.98.

¹¹⁷ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.26.

o “desleales” los métodos que genéricamente condenan. Otros señalan que deben utilizarse métodos “propios”, “leales”, “justos y honestos”¹¹⁸.

Además, encontraron que en algunos códigos se señala como obligación del periodista el:

“Revelar su identidad” cuando trata de obtener una noticia [...] describen como métodos vedados “el engaño, la intimidación y el soborno” [...] “apropiarse del trabajo de otro periodista, obstaculizar su búsqueda informativa, poner barreras al libre ejercicio de la profesión, crear opinión adversa contra otro periodista con comentarios desfavorables”¹¹⁹.

En contra de los planteamientos que algunos dentro de la profesión periodística tienen de “hacer todo por lograr obtener una buena nota”, Herrán y Restrepo consideran que: “el fin de obtener una noticia no justifica los medios”¹²⁰.

El Congreso Iberoamericano de Periodistas Técnicos y Especiales, a través de las *Normas de Ética y Deontología Profesional del Periodista Especializado y Técnico* dice que el periodista especializado y técnico “debe utilizar procedimientos dignos para la obtención de la información, respetando el *off the record*, actuando ética y moralmente con procedimiento intachable”¹²¹.

***Secreto profesional**

De acuerdo con José Juan Videla:

El secreto profesional es una exigencia ética de los periodistas hacia sus fuentes de información. Se define como el derecho y deber moral del periodista de no revelar nada que es secreto en sí mismo o por la palabra empeñada por el periodista de no revelar la fuente¹²².

Raúl Trejo Delarbre, en su libro *Volver a los medios, de la crítica a la ética*, presenta un Código de ética para los medios mexicanos y en el décimo punto del mismo se establece que:

El secreto profesional es un derecho, al mismo tiempo que un deber de los informadores. Los medios de comunicación, han de ser solidarios con el derecho de un informador a no revelar sus fuentes. Pero este derecho ha de ser considerado de ejercicio excepcional, únicamente cuando decir cuál ha sido

¹¹⁸ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.*, p.95.

¹¹⁹ *Ídem*.

¹²⁰ *Ibidem*, p.96.

¹²¹ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.41.

¹²² José Juan Videla Rodríguez, *op. cit.*, p. 127.

la fuente de una información pueda implicar riesgo para la integridad física, profesional o de cualquier índole, del o los informantes¹²³.

La Federación Internacional de Periodistas, en el sexto punto de la *Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas* habla de que: “Los periodistas deberán observar el secreto profesional en consideración a las fuentes de información, cuando ésta se ha obtenido de forma confidencial”¹²⁴.

En el Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa en España (FAPE) el quinceavo punto habla de que: “El periodista respetará siempre el *off the record*, cuando haya sido expresamente invocado”¹²⁵.

Y el Código Ético de la prensa Británica establece en el dieciseisavo punto: “las fuentes confidenciales deben ser protegidas por los periodistas en todo momento”¹²⁶.

A finales de los setenta la UNESCO realizó un estudio mundial de los códigos y consejos de prensa, en el mismo destacó que entre los principios comunes de dichos códigos se encuentra:

Preservar la confidencialidad de las fuentes cuando esté justificado y se haya producido un acuerdo en tal sentido; dar a conocer las fuentes cuando el receptor lo precise para juzgar personalmente la validez, etc., de la información¹²⁷.

En las *Normas de Ética y Deontología Profesional* del Congreso Iberoamericano de Periodistas Técnicos y Espaciales, con respecto al secreto profesional se establece que:

El periodista especializado y técnico garantizará, especialmente ante terceros, la confidencialidad de sus fuentes informativas, cuando ello suponga un daño para éstas o la pérdida de estas fuentes para el medio, excepto en supuestos de manifiesta falsedad o manipulación por parte de esas fuentes¹²⁸.

¹²³ Raúl Trejo Delarbre, *op. cit.* p.372.

¹²⁴ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.26.

¹²⁵ Ignacio Armentia Vizuet; José María Caminos Marcet. *op. cit.* p. 250.

¹²⁶ *Ibidem*, p. 251.

¹²⁷ Hugo Aznar, *op. cit.* p.29.

¹²⁸ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.44.

En el código de ética de *El Universal* señala que:

El uso de fuentes confidenciales queda reservado para casos extraordinarios, por el riesgo que esta práctica supone para la credibilidad del periódico. Antes de publicar una información de esta naturaleza, los periodistas de “El Universal” se empeñan, por todos los medios a su alcance, en obtenerla a través de una fuente identificable.

Sin embargo, “El Universal” reconoce el derecho ciudadano a difundir información de interés público, lo que en ocasiones ocurre en condiciones que suponen un riesgo para la integridad física, social o política de la fuente. En estos casos, el periódico puede ofrecer anonimato a la fuente. Cuando una fuente deba permanecer sin identificar, el diario explicará las razones a los lectores. El editor responsable conocerá, por medio del periodista, la identidad de la fuente antes de la publicación, y tiene la obligación de mantenerla en reserva¹²⁹.

***Rectificar cuando se registre un equívoco**

Raúl Trejo Delarbre indica en el punto número siete de su propuesta de un código de ética que:

Cuando una noticia sea falsa, o contenga informaciones falsas, es responsabilidad del reportero que la recogió hacer la rectificación correspondiente y es responsabilidad del editor o directivo del medio informativo, procurar su publicación lo más pronto posible¹³⁰.

Teresa Herrán y Darío Restrepo hablan de de que en los códigos del mundo se demuestra que los periodistas tienen la conciencia sobre el deber de rectificar, ya que: “Rectificar es proclamar la primacía de la verdad sobre cualquier otro interés”¹³¹.

Dichos autores, después de revisar 68 códigos pertenecientes a diferentes partes del mundo, informan que en los códigos se impone el “deber de rectificar las inexactitudes” y “datos incorrectos”. Entonces, “hay una sana intransigencia con lo erróneo e inexacto, y una clara conciencia de que es un deber fundamental con los lectores ofrecer datos exactos y verdaderos”¹³².

En la declaración de *Principios de Conducta de los Periodistas* de la Federación Internacional de Periodistas se destaca en el punto cinco que:

¹²⁹ *El Universal*, 2000-2009. Dirección URL:

<http://www.eluniversal.com.mx/disenio/directorios06/codigo.htm> [25 de agosto de 2010 18:00 horas].

¹³⁰ Raúl Trejo Delarbre. *op. cit.* p.372.

¹³¹ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.*, p.86.

¹³² *Ídem*.

“Los periodistas deberán hacer todo lo posible por rectificar cualquier información que se haya revelado perjudicialmente inexacta”¹³³.

En el inciso “b” del doceavo punto del *Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa en España* (FAPE) se indica que: “advertido cualquier error, debe subsanarse de inmediato, con el mismo tratamiento que la información que lo contenga”¹³⁴.

En las *Normas de Ética y Deontología Profesional del Periodista Especializado y Técnico*, antes mencionadas, se considera como un punto importante a la rectificación.

Quando publique una información falsa o incorrecta, sea cual fuere la razón, el periodista especializado y técnico deberá efectuar la corrección correspondiente, bien elaborando una nueva información en este sentido o dando cabida a la rectificación que remitan las partes interesadas¹³⁵.

***Derecho de réplica**

En el inciso “c” del doceavo punto del Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa en España (FAPE) se señala que: “la posibilidad de réplica debe ser ofrecida siempre de manera espontánea, sin que sea necesario recurrir a la vía judicial”¹³⁶.

En el código del periódico *El Universal* plantean que es importante el derecho de réplica:

Oportunidad de réplica. “El Universal” reconoce el derecho de las personas, grupos o instituciones a dar a conocer su postura respecto de noticias y artículos publicados en sus páginas en los que pudieran verse afectadas su reputación y fama pública. Los periodistas de “El Universal”, de igual manera, tendrán el derecho de uso de réplica¹³⁷.

¹³³ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.26.

¹³⁴ Ignacio Armentia Vizuete; José María Caminos Marcet. *op. cit.* p. 250.

¹³⁵ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.41.

¹³⁶ Ignacio Armentia Vizuete; José María Caminos Marcet. *op. cit.* p. 250.

¹³⁷ El Universal, 2000-2009. Dirección URL:

<http://www.eluniversal.com.mx/disenio/directorios06/codigo.htm> [25 de agosto de 2010 18:00 horas].

***No aceptación de “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera**

Teresa Herrán y Darío Restrepo plantean que en los códigos deontológicos se muestra el rechazo las ventajas personales que se obtienen del ejercicio profesional. Y manifiestan que dicho rechazo es la tercera gran prioridad dentro de las normas éticas universales.

Además, informan que: “Un código internacional como el de las Naciones Unidas da una de las razones claves de ese rechazo; porque buscar ventajas personales contradice la dedicación del periodista al bien público”¹³⁸. Herrán y Restrepo agregan que:

Las amenazas a la independencia, imparcialidad y ecuanimidad del periodista revisten diversas formas:

* La Federación Interamericana de Prensa (FIP) menciona las gratificaciones, una forma disimulada de soborno cuando procede de fuentes de información.

*La AP enumera obsequios, viajes, agasajos, productos o alojamientos gratuitos, privilegios y tratamiento especial para los miembros de prensa, como otras tantas formas que ponen en peligro la independencia del periodista.

*El código inglés va más allá y proscribiera cualquier utilización de la información obtenida por el periodista para su propio beneficio¹³⁹.

En el código de conducta del diario *Washington Post* de Estados Unidos dos puntos indican:

*Costeamos nuestros propios gastos.

*No aceptamos regalos ni dádivas de parte de las fuentes de información. No aceptamos viajes gratis. No aceptamos ni aspiramos a tener un tratamiento preferencial que se nos podría conceder debido a la posición que ocupamos. Las excepciones a la norma de no aceptar regalos ni dádivas son pocas y obvias –las invitaciones a comer, por ejemplo, pueden ser aceptadas cuando son infrecuentes y candorosas, pero no cuando se repiten y su propósito es deliberadamente especulador –¹⁴⁰.

En el código deontológico del periódico *El Universal* se plantea que:

Los periodistas de “El Universal” no aceptan favores o regalos de valor significativo, ayudas económicas, subsidios o viajes gratuitos, facilidades de hospedaje o cualquier otro beneficio personal proveniente de fuentes informativas¹⁴¹.

¹³⁸ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.*, p.83.

¹³⁹ María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.*, p.83.

¹⁴⁰ Ernesto Villanueva, *op. cit.*, p.366.

¹⁴¹ El Universal, 2000-2009. Dirección URL:

<http://www.eluniversal.com.mx/disenio/directorios06/codigo.htm> [25 de agosto de 2010 18:00 horas].

***Funcionar acorde con la empresa**

De acuerdo con Teresa Herrán y Darío Restrepo los integrantes de una empresa periodística deben de sentir que luchan por una misma causa. Y es que los autores indican que:

Para un periodista, la solidaridad con su empresa en las buenas y en las malas son actitudes naturalmente derivadas de dos deberes éticos:

A. *El deber de disponibilidad*: el periodista tiene la obligación ética de darle lo mejor de sí mismo a su empresa. Como el médico, y a diferencia de otros profesionales con horarios menos demandantes, debe estar en constante disponibilidad, como una exigencia no sólo ética sino también profesional. El médico no puede alegar que está en vacaciones, para dejar de atender a un herido. Así mismo, el periodista que se limita a cumplir su jornada y se “desconecta” de los acontecimientos está incumpliendo una exigencia ética y profesional.

B. El deber de lealtad: así como se espera que el medio de comunicación, sus directivos y propietarios tengan respeto por la entidad intelectual y profesional del periodista, así también éste debe ser leal con la empresa para la cual trabaja. Ese deber incluye, por ejemplo, la prohibición de vender material informativo a otros medios¹⁴².

Cirilo Recio Dávila menciona los 12 preceptos del periodista que propone Camilo José Cela, y el número VII corresponde a:

Funcionar acorde con su empresa – quiere decirse con la línea editorial—ya que un diario ha de ser una unidad de conducta y de expresión y no una suma de parcialidades; en el supuesto de que la coincidencia de criterios fuera insalvable, ha de buscar trabajo en otro lugar ya que ni la traición (a sí mismo, fingiendo, o a la empresa, mintiendo), ni la conspiración, ni la sublevación, ni el golpe de Estado son armas admisibles. En cualquier caso, recuérdese que para exponer toda baraja de posibles puntos de vista, ya están las columnas y los artículos firmados [...] ¹⁴³

Con lo anterior podemos percatarnos de que el conocimiento ético de un profesional no es algo que se dé de manera espontánea, se trata de un aspecto que éste adquiere con el desempeño que tiene en su empleo, oficio o actividad diaria.

Entonces, la ética es un aspecto práctico que obviamente requiere una base teórica, la cual se encuentra en los códigos deontológicos, son las reglas de conducta profesional que la empresa periodística destaca.

¹⁴² María Teresa Herrán; Javier Darío Restrepo, *op. cit.*, p.58 y 59.

¹⁴³ Cirilo Recio Dávila, *op. cit.* p. 23.

Aunque también se debe tomar en cuenta que como empresas no sólo se rigen por los valores y criterios éticos; es mucho más importante: su supervivencia ante la gran competencia, posicionarse, generar altas ganancias económicas y por ende destacar en el mercado.

La ética es la conciencia común de un grupo o empresa entre lo bueno y lo malo, pero a la hora de actuar se trata de un “deber ser” personal, pues, se presenta el elegir entre proceder conforme a los beneficios que se obtienen hacer tu trabajo éticamente y las ventajas de no hacerlo así.

Ahora pasemos al capítulo número dos en el cual se informará de los aspectos más importantes sobre el periodismo de espectáculos en México y nos adentraremos a lo más relevante de *TV nOTAS*.

CAPÍTULO 2. PERIODISMO DE ESPECTÁCULOS EN MÉXICO: *TV nOTAS*

Es momento de conocer la situación actual de la especialización del periodismo de espectáculos en nuestro país. Y de contextualizar sobre el origen de *TV nOTAS*, la misión, visión y valores de *Grupo Editorial Notmusa*, empresa encargada de producirla; el contenido de la misma; así como a qué público se dirige.

La información para definir y caracterizar al periodismo de espectáculos que se practica en México se obtuvo de investigaciones realizadas al respecto, así como de declaraciones y textos creados por personas a las que se les considera especialistas y expertas en el tema.

Lo anterior se debe a que éstas se encuentran inmersas en el medio del espectáculo. Entre las mismas se están: el periodista y crítico de televisión Álvaro Cueva; la periodista y directora de espectáculos en *TV Azteca* Patricia Chapoy; la directora de *TV nOTAS* Matilde Obregón; y la jefa de información de *TV nOTAS* Patricia Cuevas.

2.1 Periodismo de espectáculos en México

El interés del ser humano por los espectáculos es algo netamente de carácter natural, por la curiosidad que tiene el hombre de conocer lo que lo rodea y para integrarse a la sociedad.

El espectáculo nace con la necesidad que el hombre manifiesta por sentirse identificado con alguien [...], es posible que con los espectáculos el hombre pueda alejarse un poco de su cotidiana rutina, buscando evadir su realidad de forma sana y sin mayor daño, puesto que es con base en el entretenimiento¹⁴⁴.

Entre las preguntas que surgieron encontramos: ¿qué es periodismo de espectáculos?, ¿quiénes lo crean?, ¿cuál es su importancia? ¿cómo es y, si hay algo mal, cómo debería ser?, ¿siempre ha sido igual, si no, cómo ha evolucionado?

¹⁴⁴ Tagle Beltrán Pérez, Norma Mónica García Cuevas, et. al., *La reivindicación del reportero de la fuente de espectáculos en la prensa escrita*, México, EPCS, 1998. p.114.

El periodismo de espectáculos se encarga básicamente de informar y dar a conocer lo que sucede en el ambiente artístico, es decir, televisión, teatro, cine, música, entre otros; y en algunas ocasiones los acontecimientos dados en otros ámbitos periodísticos, lo que engloba a: actores, cantantes, músicos, deportistas, políticos, escritores, modelos, entre muchos más.

Dicho periodismo implica a personajes ampliamente reconocidos a nivel nacional e internacional, los cuales cuentan con una trayectoria en los medios de comunicación. Aunque también están los que tienen apariciones fugaces dadas por acontecimientos de tipo escandaloso.

Patricia Cuevas, antes reportera y hoy jefa de información de *TV NOTAS*, al cuestionarle, en una entrevista que se le realizó el 25 de octubre de 2009, cómo define al periodismo de espectáculos estableció:

Es una pregunta difícil, el periodismo de espectáculos realmente no tiene una definición, es muy subjetivo. O sea ahora se le llama periodismo de espectáculos a involucrarte en la vida privada de los famosos, de los artistas de la farándula. Pero en sí, el periodismo de espectáculos es la crítica precisamente de los espectáculos que ahora ya es muy difícil enfocarte en ese punto porque ahora ya todo es ver la vida privada, que si fulanita está embarazada, que si zutanita ya se peleó con una actriz, es muy subjetivo. Ahora el periodismo de espectáculos es eso, pero sí estaría bien también retomar la crítica del trabajo de los artistas¹⁴⁵.

El periodista de espectáculos Álvaro Cueva escribió un artículo que publicó el 28 de agosto de 2008 y tituló *Mejor periodismo de espectáculos*, el cual comienza con la pregunta: “¿En qué piensa usted si yo le digo periodismo de espectáculos?”, y es que el concepto que se tiene actualmente de la actividad no es el mejor.

Todo indica que se dio un cambio en la manera en que se presenta la información relacionada con los espectáculos, antes se interesaban más por informar acerca del trabajo de los artistas, cantantes o demás personalidades del medio de la farándula.

¹⁴⁵ El domingo 25 de octubre de 2009, acudí a las oficinas de *Notmusa*, al sur de la ciudad de México, pues Patricia Cuevas, jefa de información de *TV NOTAS* me dio una entrevista.

Hoy lo que vende es presentar información acompañada de imágenes de los mismos en condiciones no gratas cuando realizan actividades cotidianas y personales en sus vidas.

Al respecto, el 28 de diciembre del 2000 *El Universal* publicó en su página de internet una nota de Jessica Mendoza González titulada “Chismes de papel”, en la cual directora de *TV NOTAS* Matilde Obregón, declaró que:

Los artistas de ahora han cambiado, ya no son como en la época de los 50, ahora el que no enseña no vende y si ellos se han diversificado y han desvirtuado el canto y la actuación, también nosotros tenemos que ser más agresivos. Además, a la gente no le interesa cuántos discos venden o en qué novela está, sino que quieren saber con quién anda, qué hace y cómo es¹⁴⁶.

Dada la percepción que se tiene de este tipo de periodismo, el también analista de televisión, Álvaro Cueva da como respuesta a su interrogante que al escuchar periodismo de espectáculos: “Seguramente (se piensa) en un montón de publicaciones escandalosas, en una buena cantidad de programas sin escrúpulos y en un puñado de “*freaks*” que dicen puras tonterías”.¹⁴⁷

Y agrega:

Ser periodista de espectáculos en este momento es poco menos que una vergüenza. Aunque algunas personas vivan en el autoengaño y se sientan la divina garza envuelta en huevo, te miran feo, te tratan peor y te pagan mal. La prensa de espectáculos es, hoy por hoy, la escoria del periodismo, lo cual es una verdadera desgracia¹⁴⁸.

A pesar de que el periodismo de espectáculos está presente en gran parte de los medios impresos y electrónicos, lamentablemente a éste no se le da el mismo valor e importancia que tiene la profesión en otros ambientes como el económico o el político.

Al respecto Patricia Chapoy, directora de espectáculos en *TV Azteca*, estableció, de acuerdo con una nota hecha por Notimex y que publicó *El Siglo*

¹⁴⁶ Jessica Mendoza González, *Chismes de papel*, México, El Universal.com.mx, 28 de diciembre de 2000. Dirección URL: http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=14632&tabla=espectaculos [Consulta 7 de enero de 2010 22:00 horas].

¹⁴⁷ Álvaro Cueva. *Pozo de los deseos reprimidos, mejor periodismo de espectáculos*, publicado el 28 de agosto de 2007. Dirección URL: <http://www.celap.net/DOCUMENTOS/Alvaro%20Cueva%201.doc> [Consulta 10 de junio de 2009 a las 16:30 horas].

¹⁴⁸ *Ídem*.

de Torreón el 28 de septiembre de 2005, que aunque “la industria del espectáculo puede ser cuestionada por frívola, constituye una verdadera válvula de escape para el público sin importar su edad profesión o situación económica”¹⁴⁹.

Y, durante una entrevista que Humberto Sesma le realizó Álvaro Cueva en septiembre de 2008, Cueva, especialista en el tema, planteó que el periodismo de espectáculos es muy importante por tratarse de un complemento del resto del periodismo. Así, existe:

Un periodismo que cubre la realidad tal cual, el periodismo político, el económico, pero estamos nosotros del otro lado [...] cubrimos las películas, el teatro, las telenovelas, y dentro de esta vertiente también cubrimos deportes y cultura. Entonces un ciudadano no tiene una noción completa de su realidad si no la está atendiendo a través de la cobertura misma y de la representación de la realidad¹⁵⁰.

Aunque el periodismo de espectáculos es trascendente e importante para la sociedad como un factor de entretenimiento, aspecto que percibe en el constante consumo de las diferentes revistas y periódicos, así como de las transmisiones de programas televisivos y radiofónicos, se le ha llegado a considerar como algo inservible. Pero ¿A qué se debe dicho fenómeno?

Patricia Chapoy lamenta que “al periodismo de espectáculos se le considere frívolo, fácil o sin profesionalismo” y planteó que “es una tontería considerar que el periodismo de espectáculos es superficial por dedicarse a un ámbito lleno de *glamour*”¹⁵¹.

A pesar de lo anterior, cuando la especialista del medio del espectáculo Patricia Chapoy participó en el Primer Foro Internacional de Reflexión sobre el Espectáculo, también reconoció que: “en las notas periodísticas relacionadas

¹⁴⁹ Notimex, El Siglo de Torreón, 28 de septiembre de 2005. Dirección URL: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/172366.defiende-chapoy-al-periodismo-de-espectaculos.html> [10 de junio de 2009 15:47 horas].

¹⁵⁰ Humberto Sesma, *Periodismo de Espectáculos, secuestrado*, septiembre de 2008, Dirección URL: <http://www.etcetera.com.mx/pag40-43ane95.asp> [Consulta 10 de junio de 2009 15:30 horas].

¹⁵¹ Notimex, El Siglo de Torreón, *op. cit.*, Dirección URL: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/172366.defiende-chapoy-al-periodismo-de-espectaculos.html> [10 de junio de 2009 15:47 horas].

con la farándula existe amarillismo¹⁵², al igual que en noticias vinculadas a la política”¹⁵³.

En la misma entrevista de Sesma a Cueva, el entrevistado estableció que en México tenemos muy poco periodismo de espectáculos. Declaró que:

Teníamos legendariamente algo parecido a un periodismo promocional, mezcla de sociales con crónica, con cosas que veníamos arrastrando del teatro de la revolución y todo eso.

Era un periodismo donde si se presentaba un disco, pues qué bonito disco; si había una obra de teatro, pues qué guapísima lució y eran mil adjetivos elogiosos y todos éramos felices¹⁵⁴.

Los cambios en la forma de presentar la información referente a los espectáculos se dieron en los años 90. Antes de esto había condescendencia y promoción, a diferencia de la crítica de hoy, predominaban el dar a conocer el trabajo de los artistas así como las felicitaciones al mismo.

Pero en realidad dichos cambios comenzaron a finales de los 80, cuando nació *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 que se mueren por saber”¹⁵⁵.

Después, en enero de 1996, comenzó el programa televisivo sobre espectáculos *Ventaneando* con Pati Chapoy, quien, de acuerdo con Álvaro Cueva:

Cambió la manera de ver y hacer periodismo televisivo y de espectáculos no sólo en México sino en todo el continente americano; sacó de sus casillas al emporio

¹⁵² El amarillismo es, según el Diccionario de la Real Academia Española, sensacionalismo, como lo practica la prensa amarilla. Y según la página de Periodismo Mundial (<http://periodismomundial.grilk.com/amarillismo.htm>) el amarillismo no tiene una buena reputación ni en el medio ni tampoco entre el público, ya que se le considera una muy mala vía para desarrollar el periodismo. Se trata de la información sin ningún tipo de escrúpulos.

¹⁵³ Notimex, El Siglo de Torreón, *op. cit.*, Dirección URL: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/172366.defiende-chapoy-al-periodismo-de-espectaculos.html> [10 de junio de 2009 15:47 horas].

¹⁵⁴ Humberto Sesma, *op. cit.*, Dirección URL: <http://www.etcetera.com.mx/pag40-43ane95.asp> [Consulta 10 de junio de 2009 15:30 horas].

¹⁵⁵ De los Ángeles Pérez Casas, Gabriela. *Propuesta de lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Organización Radio Fórmula*. México, Tesis UNAM, FCPS, 2000, Conclusiones. P. 148.

mediático más poderoso de habla hispana y colocó en el mapa del entretenimiento a una televisora diferente, más allá de Televisa¹⁵⁶.

Al respecto Patricia Chapoy, conductora de *Ventaneando*, establece:

Lo digo sin falsa modestia: hasta antes de *Ventaneando*, el periodismo de espectáculos en México había estado marcado por la complacencia y la superficialidad. Los periodistas no iban más allá de tomar dictado a las celebridades sin cuestionar sus carencias profesionales, tropiezos o desplantes. Y en cuanto a la desordenada vida que algunos llevaban, la simulación era una práctica común. Nadie sabe, nadie supo. Por eso cuando sonó el lapidario <<aquí, el que no cae, resbala>> de *Ventaneando*, la sacudida fue general y extrema¹⁵⁷.

Por su parte, Álvaro Cueva resalta que:

Antes de *Ventaneando* no había programas de televisión en los que se criticara abiertamente a los programas de televisión o a sus protagonistas; tampoco una dinámica de conductores que propiciara el intercambio de comentarios críticos y de color en la pantalla rosa. No había humor, no había ironía, no había acidez. La televisión sobre la farándula era una cosa tan plana que hoy apenas puede creerse que hubiera sido así.

Antes de *Ventaneando* era inimaginable que un programa pudiera analizar los éxitos y fracasos de otra empresa a través del recurso legal de la crestomatía. Era como si las televisoras hubieran querido negar la existencia de su competencia, como si estuviera prohibido mencionar otros títulos, otros nombres.

Antes de *Ventaneando* no se decían indiscreciones en la pantalla chica, no se ventilaban los secretos de los famosos, no se hacía esa peculiar mezcla de periodismo de espectáculos con periodismo rosa. Era demasiado atrevimiento, demasiado rudo, demasiado revolucionario¹⁵⁸.

Con lo anterior Álvaro Cueva establece que se creó un ambiente que nos llevó a la enorme confusión que vemos en la actualidad. “En México confundimos lo que es periodismo de espectáculos con periodismo del corazón”¹⁵⁹.

Para el también escritor, hay muy poco periodismo de espectáculos y mucho periodismo rosa, del corazón. En el que se realizan negocios con los eventos relevantes en la vida de las personas, en este caso de los artistas, por ejemplo: bodas, matrimonios, divorcios, demandas, cirugías, entre muchos más.

Tenemos muy poco periodismo de verdad enfocado al espectáculo, me refiero a un periodismo que hable sobre el trabajo de las estrellas, sobre la industria del

¹⁵⁶ Pati Chapoy, *La indiscreta, 10 años de Ventaneando*, México, Grijalbo, 2006, p. 9.

¹⁵⁷ *Ibidem*. p.28.

¹⁵⁸ *Ibidem*. p.12.

¹⁵⁹ Humberto Sesma, *op. cit.* Dirección URL: <http://www.etcetera.com.mx/pag40-43ane95.asp> [Consulta 10 de junio de 2009 15:30 horas].

espectáculo, y que sirva de plataforma para que el ciudadano común y corriente se entere de lo que pasa ahí¹⁶⁰.

Sucede que, una noticia del espectáculo debe de estar enfocada al trabajo que realizan las personas en sus respectivos ambientes. Por ejemplo: al estreno de una película, una obra de teatro, el inicio de una telenovela, la presentación de un disco o gira de artistas, las muertes de los mismos.

Pero lo que en realidad dan a conocer es cualquier situación de la vida privada de los personajes reconocidos, lo anterior se presenta en aspectos tanto positivos como negativos.

Inclusive recurren a declaraciones de personas no reconocidas en los medios, pero por el hecho de ser algún familiar, amigo o simple conocido de un artista, resultan ser de interés para los medios, ¿Cuál fue el motivo de dicho cambio?

Álvaro Cueva lo atribuye a que una de las tendencias más claras de la industria de la comunicación en el país es la hacer el dinero rápido, ya que “cuando pones una revista o un periódico o un programa de televisión, te exigen resultados inmediatos”¹⁶¹.

De acuerdo con el polaco Ryszard Kapuściński, la forma de ejercer la actividad periodística cambió como consecuencia de la revolución tecnológica, pero se lo atribuye aún más a que: “la noticia se convirtió en un buen negocio”¹⁶².

Pues, cuando el gran capital llegó a los medios de comunicación se descubrió el enorme valor económico que pueden tener las noticias que se generan constantemente.

Normalmente el periodismo se hacía por ambición o por ideales, pero de repente se advirtió que la noticia era negocio, que permitía ganar dinero pronto y en grandes cantidades [...] Eso cambió totalmente nuestro ambiente de trabajo¹⁶³.

¹⁶⁰ *Ídem.*

¹⁶¹ *Ídem.*

¹⁶² Kapuściński, Ryszard. *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*, Bogotá, FCE, Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, Fundación Proa, 2004, p.23.

¹⁶³ *Ídem.*

Entonces, los medios de comunicación, a final de cuentas, son empresas y como tales lo que les interesa es obtener beneficios económicos. Y para ello un aspecto indispensable es que exista un alto consumo por parte de las personas.

Se trata de un “mercantilismo que hace espectáculo de las noticias e interviene en la jerarquización de lo trascendente a lo vendible, aunque sea trivial o dantesco, y que con ellos levanta nuevas sujeciones al flujo abierto de la información”¹⁶⁴.

Lo importante en la actualidad es lo que vende, el transmitir información se convirtió en un negocio, el cual es sumamente rentable. Para Edgar Hernández Rodríguez:

El ejercicio equivocado y abusivo de la libertad de expresión ha enfermado a los medios de sensacionalismo, explicable a partir de los criterios comerciales impuestos por una economía de mercado, por un capitalismo salvaje que hoy agobia a la industria de la comunicación¹⁶⁵.

Y agrega que, de acuerdo con el Consejo Nacional de la Publicidad, lo que sucede “es resultado de la incapacidad de quienes, carentes de ética profesional de manera irresponsable, buscan resultados fáciles rehuendo a su responsabilidad social de comunicar”¹⁶⁶.

Mientras para la también docente Lourdes Romero:

La información se asume abiertamente como mercancía cuya venta y difusión proporciona importantes beneficios. Esta condición de mercancía hace que la información se rija por las leyes del mercado más que por criterios periodísticos¹⁶⁷.

En una tesis de Paulina Morón Díaz y Sandra Rojas Medina, titulada *El negocio detrás del periodismo de espectáculos en México*, las autoras consideran que las notas del periodismo de espectáculos no contienen información responsable, se basan en rumores y chismes, y “en el negocio que rodea al periodismo de la farándula, pues cada vez aparecen más medios

¹⁶⁴ Rogelio Hernández López, *op. cit.* p.69.

¹⁶⁵ Edgar Hernández Rodríguez, et.al. *La Guerra en los medios y los medios de la guerra, Iraq 2003*, México, Comunicación y Política Editores, México, 2003.p. 97.

¹⁶⁶ *Ídem.*

¹⁶⁷ Lourdes Romero, *op.cit.* p.22.

que compran exclusivas otorgando bastante dinero a los famosos por aparecer en portada”¹⁶⁸.

Al respecto Lourdes Romero considera que actualmente no existe investigación por parte de los periodistas. Y explica que:

El actor de televisión critica a la periodista de espectáculos: “Un buen periodista investiga.” La periodista se defiende: “Todos saben que mis fuentes dicen la verdad.” ¿Hay diferencia entre esta historia y la del periodista de televisión que muestra las imágenes como prueba fehaciente de todo?

El trabajo del periodista se ha desvirtuado; ellos tienen que responder a las exigencias de los medios de comunicación para los que laboran; su compromiso se resume en una expresión: ganar la noticia para venderla¹⁶⁹.

Dado lo anterior el objetivo de los medios de comunicación radica en vender la información, esa es su razón de ser. Y es también por eso que recurren a todo el tipo de información que se genera dentro de la fuente de espectáculos.

Al retomar la división que hace Álvaro Cueva entre el periodismo de espectáculos y el rosa, se encuentran diferencias entre ambos tipos de “estrellas”¹⁷⁰, pero también hay una comunión destacable: ambos tipos de “estrellas” venden.

Una estrella del espectáculo es una persona que trabaja su talento, una persona que canta, baila, actúa. Una estrella del corazón no necesariamente tiene que poseer talento [...] es una chica que alguna vez se acostó con alguien o es un chico que alguna vez se dedicó a la prostitución o es una persona muy extraña que se opera¹⁷¹.

Cueva pone como ejemplo a Alejandro Fernández que tiene la capacidad, por su talento como cantante, de llenar el Auditorio Nacional y hacer mucho dinero; y a Sabrina que lo hace, pero de otra manera, llama la atención por el tamaño de sus senos y no por su talento actoral.

Aunque, si se es realista, a pesar de que Alejandro Fernández venda por destacar profesionalmente, el hecho de que un cantante o actor sea bueno en su trabajo también es un gran pretexto para estar pendientes de quién es su

¹⁶⁸ Paulina Morón Díaz y Sandra Rojas Medina, *El negocio detrás del periodismo de espectáculos en México*, México, EPCS, 2005. p.1.

¹⁶⁹ Lourdes Romero, *op.cit.* p.6.

¹⁷⁰ “Estrella” es una palabra que se utiliza para referirse a alguien muy famoso o destacado en el ámbito de los espectáculos.

¹⁷¹ Humberto Sesma, *op. cit.* Dirección URL: <http://www.etcetera.com.mx/pag40-43ane95.asp> [Consulta 10 de junio de 2009 15:30 horas].

nueva pareja sentimental, en dónde lo vieron, si en realidad se hizo o no la vasectomía, es decir, están a la expectativa tanto de lo que sucede tanto en su trabajo como en su vida privada.

El especialista Álvaro Cueva plantea que presentar o informar sobre la gente que pertenece al periodismo del corazón se debe a que “esto es lo que vende”; además, argumenta: se trata de lo que “pide la gente”.

Cueva también hace referencia a *TV nOTAS*, revista entorno a la cual gira la presente investigación, y es importante resaltar que mientras considera que un programa como *Ventaneando* vino a revolucionar el periodismo de espectáculos a ésta la tache de porquería. Lo sorprendente es que, aparentemente, ambas se dedican a lo mismo, la diferencia es que uno lo hace a través de un medio audiovisual y la otra en uno impreso. Declara que quienes se encargan de crear el periodismo al cual él califica de rosa:

Te dan cifras muy chistosas, como aquella de que *TV nOTAS* tira a la semana tantas revistas, pero si tú analizas esta revista te vas a encontrar que su cantidad de anuncios es nada, pero nada, en comparación con otras revistas de otro perfil.

Y si sumas lo que genera *TV nOTAS* en venta directa contra lo que generan otras revistas con venta publicitaria, te vas a dar cuenta de que realmente esto que dicen que vende no vende tanto, son argumentos como para defender la porquería¹⁷².

Así, nos encontramos con que los cambios en el periodismo de espectáculos en México son evidentes. Pati Chapoy en su libro *La indiscreta* plantea qué éste: “Dejó de ser complaciente con las estrellas”. Ya no se trata sólo de informar “sobre lanzamientos, estrenos o discografía reciente, sino que comenzó a denunciar y a dar seguimiento a los escándalos—personales y judiciales— protagonizados por las celebridades”¹⁷³.

A su vez, para Álvaro Cueva, “contar indiscreciones de los famosos se ha convertido en un deporte nacional y se hace lo mismo con las estrellas rosas y del espectáculo que con futbolistas, políticos y empresarios”¹⁷⁴.

¹⁷² *Ídem*.

¹⁷³ Pati Chapoy, *op.cit.*, p.88.

¹⁷⁴ *Ibidem*, p.13.

Es importante destacar que al periodismo de espectáculos, por características del mismo, se le considera especializado. Pues, a pesar de que puede ser consultado y fácilmente comprendido por un público muy amplio, ofrece información sobre una fuente determinada que suele interesarle a un público concreto.

Entiéndase así que existen publicaciones especializadas, las cuales dedican cada una de sus páginas a una de las muchas fuentes de información que existen, tal es el caso de los espectáculos, la economía, la política y los deportes, por mencionar algunos.

2.2 ¿Quién hace TV nOTAS? Grupo Editorial Notmusa

Grupo Editorial Notmusa es una empresa con más de medio siglo de historia en el mercado. En una página de Internet, que creó la misma empresa en el 2003, se plantea, aunque desde su nombre se especifica que está inmersa en el giro editorial, que: “*Notmusa* no está en el negocio editorial, ni en el de las revistas, ni en el del chisme, ni el del deporte, sino estamos en el negocio del *infoentretenimiento*”¹⁷⁵.

El argumento de la empresa es que actualmente la información se regala pero el entretenimiento seguirá teniendo valor. Consideran que *Notmusa* le ofrece al lector información que los entretiene y viceversa.

Lo anterior se debe a que plantean como objetivo:

Hacerle pasar un buen tiempo al lector, con lo que él considere de provecho. Nuestras revistas le dan al lector plática de experto, le hacen pasar al lector un buen rato, lo ponen de buen humor, mejora sus relaciones, expande su pensamiento, lo consuelan, lo ilusionan, le dan esperanza y lo relajan¹⁷⁶.

Grupo Editorial Notmusa plantea que entre los objetivos de producir las revistas están: ser los primos divertidos de los libros; ajustarse al tiempo del lector, así como a la geografía del mismo, ya que consideran que están donde está él.

¹⁷⁵ Editorial Notmusa S.A. de C. V., 2003. Dirección URL: <http://www.notmusa.com.mx/index.swf> [Consulta 5 de junio de 2009 a las 2:25 horas].

¹⁷⁶ *Ídem*.

A continuación se muestran la misión, visión y objetivos que *Grupo Editorial Notmusa* da a conocer en Internet.

Misión:

Notmusa es una empresa sólida y confiable que busca el infoentretenimiento de sus lectores. La suma de todo nuestro esfuerzo y dedicación logrará nuestra mejor ventaja competitiva.

Visión:

La amigabilidad con nuestros anunciantes, la visión de crecimiento y la pasión por asumir el liderazgo editando revistas, es lo que hace de Notmusa un grupo de especialistas en infoentretener a los lectores en revistas para México.

Objetivos:

* Buscamos enriquecer la vida de nuestros lectores y fortalecer la actividad de nuestros anunciantes.

* Nos comprometemos con nuestros lectores con conceptos sólidos que siempre evolucionan logrando una innovación editorial.

* Buscamos reunir los talentos donde se refleja nuestro gusto por competir, aprender y ganar¹⁷⁷.

Consideran que el público los premia por ser innovadores y diferentes. Y es que, a lo largo de su existencia, han lanzado diferentes revistas para informar y entretener a los lectores. Entre sus productos se enlistan los siguientes títulos:

- *Notas para ti* fundada en 1955.
- *TV nOTAS* fundada en 1994.
- *15 a 20* fundada en 1989.
- *Veintitantos* fundada en 1994.
- *Mujer Nueva* fundada en 1997.
- *4 Ruedas* fundada en 1994.
- *H para Hombres* fundada en 1999.
- Diario deportivo *Record* fundado en 2002.

Las revistas *Notas para ti* y *TV nOTAS*, publicación entorno a la a cual gira la presente investigación, atienden la información que se genera en el medio del espectáculo. Por su parte *15 a 20*, *Veintitantos* y *Mujer Nueva* se dirigen al sector femenino.

¹⁷⁷ Ídem.

Plantean como su revista líder a *TV nOTAS*, la cual dejó de ser una edición catorcenal para presentarla semanalmente. Pues, algunas ocasiones, argumentan, ha rebasado “un tiraje de cerca de 800, 000 ejemplares cada semana”. Y agregan que: “Esto la hace orgullosamente la revista líder a nivel nacional”¹⁷⁸.

La revista *4 Ruedas* surgió de la necesidad de títulos especializados, en con ésta comenzaron a incursionar en el segmento de publicaciones sobre automóviles. Con *H para Hombres*, iniciaron su participación en el mercado de revistas para el sector masculino; inició con periodicidad bimensual y su aceptación fue tan amplia que se convirtió en una publicación mensual.

2.3 ¿Qué es *TV nOTAS*?

La revista *TV nOTAS* es uno de los medios impresos transmisores de noticias del mundo del espectáculo más exitosos en México, pues aparece cada semana y han llegado a tener un tiraje de 863, 343 ejemplares, de los cuales 743,343 fueron para venta a nivel nacional y el resto para Estados Unidos¹⁷⁹.

Seguramente lo anterior se debe a que, de acuerdo con la página de Internet consultada, plantean que te dan “toda la televisión” y “las mejores exclusivas del mundo del espectáculo”¹⁸⁰. Al tratar temas de espectáculo, presentan información referente a personajes reconocidos gracias a los diferentes medios de comunicación.

Además de informar sobre el trabajo de artistas, cantantes, conductores, deportistas, políticos y la gran variedad de personalidades, también dan a conocer momentos en los que los artistas dan algún espectáculo, es decir, que provocan una “acción que causa escándalo o gran extrañeza”¹⁸¹.

¹⁷⁸ *Ídem*.

¹⁷⁹ *Editorial Notmusa, TV nOTAS* No.564, Semana 34, Agosto 21, 2007.

¹⁸⁰ *Editorial Notmusa op. cit.* Dirección URL: <http://www.notmusa.com.mx/index.swf> [Consulta 5 de junio de 2009 a las 2:25 horas].

¹⁸¹ Diccionario de la Real Academia Española, dirección URL: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=espectaculos [Consulta 2 abril 2008 a las 15:32 horas].

Su principal función es entretener al público cuestión por la cual comúnmente se le relaciona con acciones de tipo escandaloso, extraño, extravagante o inconveniente. Su estructura se conforma principalmente de fotografías en las que aparecen personas y personalidades de diferentes ámbitos ampliamente reconocidas.

Las notas principales o exclusivas aparecen en cada una de las portadas de esta publicación, al ser “noticias conseguidas y publicadas por un solo medio informativo, que se reserva los derechos de su difusión”.¹⁸² Muchas veces es la única revista autorizada para cubrir algunos eventos de artistas, tal es el caso de bodas, bautizos, encuentros familiares, etcétera.

Dichos elementos están presentes con encabezados e imágenes periodísticas, “se trata de fotografías a las que comúnmente se les da una gran credibilidad y al estar llenas de emotividad y expresividad logran impactar o atraer al público”.¹⁸³

Algunos consideran que se basa en chismes, es decir, “noticias verdaderas o falsas, o comentarios con que generalmente se pretende indisponer a unas personas con otras o murmulos de alguna”¹⁸⁴.

Estas noticias suelen provocar discordias y comentarios con respecto a la vida de los artistas, además de morbo, que es la “atracción hacia acontecimientos desagradables”¹⁸⁵.

Así se produce en las personas el deseo de enterarse de algo que les provoca reacciones para criticar y juzgar de acuerdo a lo establecido moralmente, los chismes y el morbo podrían ser dos factores que influyen para el éxito que tienen las publicaciones.

¹⁸² *Ibidem*, Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=exclusiva [Consulta 2 abril 2008 a las 15:32 horas].

¹⁸³ Isidoro Arroyo. *Ética de la Imagen*. España, Laberinto Comunicación, 2000, p.21.

¹⁸⁴ Diccionario de la Real Academia Española, *op. cit.* Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=chisme [Consulta 2 abril 2008 a las 15:32 horas].

¹⁸⁵ *Ibidem*, Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=morbo [Consulta 2 abril 2008 a las 15:35 horas].

Pero contrario a que las publicaciones de *TV nOTAS* contengan chismes que provoquen morbo, en el sitio web de la publicación sostienen que:

Siempre tenemos el compromiso de proporcionarte información interesante, útil, objetiva y de gran calidad. De la misma forma el objetivo de nuestro contenido es entretenerte, con noticias del espectáculo y novedades del momento¹⁸⁶.

Y agregan:

La gente que conformamos *TV nOTAS* tenemos la misión de transmitir a toda persona que nos lee, el reflejo de la calidad y el esfuerzo en informar las notas más relevantes del momento demostrando profesionalismo y dedicación.¹⁸⁷

Los creadores de las publicaciones usan diferentes géneros periodísticos, pero sobre todo están presentes entrevistas e imágenes que ventilan la vida de personas famosas a nivel nacional e internacional. Además, contiene secciones que tratan temas de salud, legales, psicología, nutrición y sexología, entre otros.

Es una revista enfocada en traerte las mejores noticias de tu interés además de las exclusivas. Cuenta con secciones como: Los más vistos, Rápidas para comentar, La feria de las vanidades, Que se entere todo el mundo, Gente como uno, In fraganti, Mundo insólito, En desfile y Horóscopos.¹⁸⁸

En su conclusión establecen que *TV nOTAS* es una revista que ofrece entretenimiento con calidad y que “es todo un complemento de distintos tipos de información, que te ofrecen noticias de gran interés”, lo anterior porque quieren “dejar plasmados en cada uno de ustedes lo importantes que son para nosotros, ya que ustedes nos hicieron grandes”¹⁸⁹.

¹⁸⁶ *Editorial Notmusa op.cit.* Dirección URL: <http://www.notmusa.com.mx/index.swf> [Consulta 5 de junio de 2009 a las 2:25 horas].

¹⁸⁷ *Ídem.*

¹⁸⁸ *Ídem.*

¹⁸⁹ *Ídem.*

2.3.1 Contenido de TV nOTAS

TV nOTAS en cada publicación presenta, a través de los géneros periodísticos una gran variedad de información con respecto a la vida pública y privada de los artistas. Las revistas contienen diferentes notas informativas, entrevistas, reportajes y crónicas, acompañadas, la mayoría de las veces, de fotografías de los mismos. Además contiene secciones fijas y columnas que se enlistarán a continuación. También se hablará del contenido de las mismas.

Hace apenas...

Presentan la fotografía de un artista¹⁹⁰ tomada hace años no existe un número específico pueden ser 29, 33, 17 años de antigüedad, entre muchos más. En ésta muestran cuando era niño, comenzaba su carrera, estaba en alguna telenovela, programa televisivo, o un proyecto relacionado con su profesión.

Ahora...

Con otra fotografía, pero en este caso reciente, muestran al mismo artista que aparece en *Hace apenas...* y en la parte inferior ponen una pequeña reseña de lo que hace actualmente, además dan a conocer aspectos de su vida personal. Por ejemplo, que ya tiene hijos, si se casó o divorció, dicen en qué trabaja actualmente, por mencionar algunos aspectos.

Entrevistas (No pertenecen a una sección establecida)

En cada publicación viene una entrevista amplia a algún artista, se presenta en el formato pregunta-respuesta, y en la misma regularmente tratan aspectos de su vida personal. Además, siempre la acompañan imágenes del mismo, en su casa o con su familia.

¹⁹⁰ La palabra artista englobará al género femenino o masculino, así como de la profesión (cantante, actor, deportista, comediante, entre otros). Se llamará así a toda aquella persona o personaje que pertenezca al mundo del espectáculo.

Mi recetario

Vienen dos recetas, en la parte de enfrente dos imágenes de las mismas acompañadas del título y un consejo; y en la parte posterior están las listas de ingredientes, el modo de preparar, pequeñas fotografías de la preparación, una sugerencia, así como dos consejos de que cuides el agua y te alimentes sanamente. Dichas recetas son para recortarlas, aparecen en media hoja e inclusive el papel que se utiliza para las mismas es más grueso en comparación con el que se usa para el resto de las páginas.

Los más vistos

Son los resultados de encuestas realizadas a una muestra de mil personas, a través de internet y llamadas telefónicas, con respecto a los programas televisivos que más ven en los diferentes horarios matutino, vespertino y nocturno, así como en los fines de semana.

Yo digo que...

Se trata de otra encuesta, también la hacen con el uso de internet y del teléfono, en la que plantean una pregunta sobre un aspecto de la vida personal de los artistas, en la que también dan tres posibles respuestas y el público elige una para emitir su opinión al respecto. En la parte superior de la página aparece la nueva interrogante y en la inferior los resultados de la que se planteó en la publicación anterior.

Notas Rápidas

Es información dada a conocer con, como el nombre de la sección lo indica, notas breves sobre aspectos personales y de trabajo de los artistas; y las acompañan pequeñas fotografías de los mismos.

La columna de Shanik Berman

Es un espacio donde la columnista le realiza una entrevista a un artista, la cual se presenta en formato de pregunta-respuesta y sus cuestionamientos son respecto a cuestiones personales.

“Shanik Berman nació en el DF. Estudió Filosofía y Letras en México y en el Extranjero. Se inició en el periodismo como reportera y siempre se ha especializado en los espectáculos”¹⁹¹.

Es columnista del diario *ESTO* en la sección de espectáculos, su espacio se titula *Tijeretazos y Machetazos*. También incursiona en los espectáculos en televisión y radio. En la televisión ha formado parte de programas polémicos como: *Íntimamente Shanik*, *Ni Contigo Ni Sin Ti*, *Escándalo*, *La Oreja*, *Con Todo*, *Viva la Mañana*; y en Radio: *La Crema y Nata* y *Shanik en Fórmula*.

Cara Nueva

En esta sección se presenta a quienes comienzan a incursionar en el ambiente de la farándula. Por lo regular se trata de jóvenes actores o conductores que actualmente están en un trabajo y empiezan a destacar en los mismos.

El portafolios de...

En cinco cuartillas presentan las fotografías de algún artista vestido con ropa diminuta o trajes de baño, la cuestión es resaltar sus atributos físicos y cuerpos esculturales. A partir de 2010 agregan una entrevista realizada al mismo.

Los comentarios de Matilde Obregón

Es el espacio en el que la directora editorial de *TV nOTAS* emite su opinión con respecto al trabajo de los artistas, las telenovelas, los programas de televisión, las obras de teatro, los libros, entre otros aspectos referentes al mundo de los espectáculos. Además, siempre agrega una reflexión y una frase. (A partir de 2010 los comentarios de Obregón dejaron de publicarse pero las reflexiones continúan.)

Matilde Obregón nació el 8 junio de 1963, en la ciudad de México. Es licenciada en periodismo por la Escuela de Periodismo Carlos Septién García y una especialista en el ámbito de los espectáculos. Durante su trayectoria profesional se desempeñó en:

*1988: Reportera para la revista *Eres*.

¹⁹¹ De buenas a la 1, Dirección URL: <http://www.lasnoticiasmexico.com/95560.html> [Consulta 17 de agosto de 2009 a las 15:00 horas].

*1989: Jefa de prensa de Lucía Méndez.

*1990: Coordinadora de Notitas Musicales y en ese mismo año, Directora Editorial.

*1994: Fundadora y creadora de la revista *TV NOTAS*, la cual dirige hasta la fecha, siendo la revista más vendida de México.

*2004: Se lanza al mercado la versión *TV NOTAS USA*¹⁹².

Así, con 15 años de historia y desarrollo en los espectáculos:

La revista *TV NOTAS* es una de las más vendidas en México y el extranjero. Esto es resultado de las estrategias que lleva a cabo su directora que con un estilo diferente de abordar las noticias del ambiente artístico rompió con el esquema tradicional para ofrecer un enfoque más crítico y abierto sobre la farándula mexicana¹⁹³.

La feria de las vanidades. Por M. Bárbara Martínez

En un perfil social de Bárbara Martínez se establece que tiene 10 años de experiencia como periodista de espectáculos en radio y televisión, forma parte del equipo de *TV NOTAS* desde 1998¹⁹⁴. Se trata de un espacio en el que la periodista emite su opinión con respecto a la trama de las telenovelas que se transmiten actualmente en los canales de televisión abierta que pertenecen a *Televisa* y *TV Azteca*.

In Fraganti

Esta sección contiene fotografías de los artistas que pertenecen al archivo de *TV NOTAS*. En las mismas se percibe que no existe una pose, es decir, se las toman cuando éstos realizan actividades cotidianas, mientras trabajan o de su vida diaria. Además, están acompañadas de un pie de foto redactado con un tono sarcástico y con respecto a lo que de la imagen se puede denotar y connotar.

¹⁹² *Magnta*, Dirección URL: <http://www.magnta.com.mx/?Art=80> [Consulta 18 de agosto de 2009 17:20 horas].

¹⁹³ *Ídem*.

¹⁹⁴ M. Bárbara Martínez Dirección URL:

http://www.123people.es/ext/frm?ti=person%20finder&search_term=barbara%20martinez%20gonzalez&search_country=ES&st=person%20finder&target_url=http%3A%2F%2Flrd.yahooapis.com%2F_ylc%3DX3oDMTVnMW9kdWphBF9TAzlwMjMxNTI3MDIEYXBwaWQDc1k3Wlo2clYzNEhSZm5ZdGVmcmkzRUx4VG5makpERG5QOWVKV1NGSkJHcTJ1V1dFa0xVdm5lYnNBUNyVkd5Y2REVEIUX2ilBGNsaWVudANib3NzBHNlcnZpY2UDQk9TUwRzbGsDdGI0bGUEc3JjcHZpZAMual81dUdLSWNyblBqX0dkc0JYX20waXBXODV4b0Vxv3ZoUUFEaW1J%2FSIG%3D12sar2jr5%2F**http%253A%2F%2Fwww.infolancer.net%2Ffreelance%2FMARIA BARBARA MARTINEZ GONZALEZ%2F6f3s9fabyiw91eutpw1§ion=weblink&wrt_id=344 [Consulta 27 agosto 2009 18:00 horas].

Y tú que te quejas

Es un espacio en el que dan a conocer historias de personas comunes y corrientes quienes atraviesan por una situación difícil, tal es el caso de enfermedades, accidentes o el hecho de vivir en situaciones precarias, entre otros aspectos los cuales cambian su vida. Se trata de relatos que provocan a los lectores reflexionar, pues de ahí se podría derivar una comparación entre lo presente en la publicación y lo que vivieron o viven.

Gente como uno

También presentan historias de vida de diferentes personas, dan a conocer aspectos relacionados con sus trabajos y vidas personales. Tal es el caso, por mencionar ejemplos, de quienes trabajan en el desierto o en el mar. Así, por medio de una entrevista, que está acompañada de fotografías, transmiten sus experiencias.

Fotos rápidas

Como el nombre de la sección lo indica se trata de fotografías de artistas en las cuales el pie de foto agrega información sobre lo que éstos estaban haciendo en el momento en que se las tomaron.

La vida va... por Guillermo Ochoa

Guillermo Ochoa es un periodista, conductor y locutor mexicano al que se le reconoce ampliamente en los medios de comunicación. Su trayectoria es amplia, trabajó en diarios como *Novedades*, *Excélsior* y *El Universal*, periódico que dirigió antes de pasar a la televisión como conductor del programa *Hoy mismo* de *Televisa*. En la radio forma parte del equipo de *Panorama Informativo*, del *Grupo Acir*, desde 1989.

La vida va es el espacio donde Ochoa presenta reflexiones sobre aspectos cotidianos, anécdotas y acontecimientos noticiosos que invitan a los lectores a pensar y analizar situaciones acerca de aspectos presentes la vida de las personas. El periodista se basa en lo que él ha vivido y con ello provoca que quien lo lee recuerde, ría, sueñe, añoré, desee, entre muchos sentimientos más.

Mariano, por Mariano Osorio

Mariano Osorio es un conocido locutor de radio mexicano. Su máximo éxito profesional es la conducción del programa radiofónico "Hoy", el cual se transmite de lunes a domingo en la estación Stereo Joya (93.7 de FM). También ha grabado cinco discos de reflexiones, los cuales han tenido altas ventas en México y algunos lugares de América Latina¹⁹⁵.

Se trata de una columna escrita por el también productor de radio, con la cual se encarga de provocar reflexiones en los lectores al presentar temas que tratan de: superación, salud, autoestima, felicidad, familia, entre otros.

Mundo Insólito:

Presentan imágenes de aspectos sorprendentes que suceden en diferentes partes del mundo, las cuales son acompañadas de un pie de foto que explica la situación. La información difiere a la que comúnmente se lee, tal es el caso que pueden hablar de un niño que vende ratas hervidas en una carretera de África; de una domadora de leones en Egipto que le da de comer boca a boca a uno de estos felinos; y de un francés parapléjico que viajará a Australia para, con una bicicleta especial que funciona con sus manos, recorrer seis mil kilómetros, todo con el objetivo de hablar de la discapacidad; entre muchos aspectos más.

En confianza con... La doctora Edda

Edda Montull es psicóloga clínica por la Universidad Nacional Autónoma de México. Además, estudió una maestría y un doctorado en Psicología Clínica¹⁹⁶.

En el espacio de la doctora publican dos dudas que mandan lectores de *TV nOTAS* y ésta se encarga de dar respuesta a las interrogantes sobre problemas en situaciones que se presentan en la vida de las personas. Se trata de aspectos en los que destacan las emociones y los sentimientos, por lo regular predominan asuntos de pareja y familiares.

¹⁹⁵ Wikipedia, La enciclopedia libre. Dirección URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Mariano_Osorio_\(locutor\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Mariano_Osorio_(locutor)) [Consulta 18 agosto 2010 18:20 horas].

¹⁹⁶ LinkedIn Corporation 2009. Dirección URL: <http://www.linkedin.com/pub/edda-montull/15/1ab/866> [Consulta 27 agosto 2009 18:30 horas].

Oiga, doctor... Por Abel Cruz

El doctor Abel Cruz es médico alópata, homeópata e iridólogo, especialidades que ha estudiado con profundo interés en México y Europa. Es un incansable promotor de la medicina preventiva, donde el paciente respeta su cuerpo y escuche a su propia naturaleza¹⁹⁷.

En su página de Internet establecen que en la actualidad es el médico naturista más prestigiado en México y en algunos países del extranjero; y que la prueba de ello son sus intervenciones en radio y televisión, así como sus libros.

El doctor Abel Cruz se encarga de dar recetas naturistas, esto en respuesta a interrogantes sobre la gran variedad de enfermedades que le plantean los lectores. Se encarga de recomendar recetas de tés y jugos, los cuales se preparan con ingredientes naturales, que le ayudarán a mejorar su salud. Además, al final de la página agrega una especie de tips, por ejemplo, hacer ejercicio.

La mirada de Tere Bermea

Tere Bermea estudió en la UAM Xochimilco la licenciatura en Comunicación Social. Desde 1986 comenzó a trabajar en los medios de comunicación.

Se ha desarrollado como reportera, productora, conductora y especialista en espacios de radio y televisión, dedicados a la equidad de género, noticias, finanzas, desarrollo humano y social en empresas como *MVS*, *ABC radio*, *Radio Fórmula*, *Televisión Universitaria UNAM*, *Canal Once*, *IMEVISIÓN*, *TV Azteca* y *Grupo Acir*. En el campo editorial escribió para la revista *Mujer Ejecutiva*. Actualmente colabora con su columna *La Mirada de Tere Bermea* en *TV NOTAS* y en la revista *Sin cuenta y más* con su columna *Mujeres sin Edad*¹⁹⁸.

Lo que Bermea hace es elegir determinado tema, se apoya con lecturas de libros, de los cuales suele tomar citas. Con sus textos invita a la reflexión y pensamientos de situaciones comunes para la gente. Tal es caso de hablar de temas sentimentales, como: las relaciones entre madres e hijas, la angustia, el amor, el positivismo muchas cosas más. Lo que se lee de ella siempre trae una carga de positivismo. Y, al final de cada uno de sus artículos, suele sugerir la lectura de un libro.

¹⁹⁷ Bionatura, dirección URL: <http://bionatura.com.mx/historia.html> [Consulta 27 agosto 2009 18:20 horas].

¹⁹⁸ SAYFEX.COM. Dirección URL: <http://www.tererbermea.com.mx/portal/curriculum.htm> [Consulta 27 agosto 2009 18:35 horas].

Contranálisis por Leonardo Stemberg

Leonardo Stemberg es un autodidacta y conferencista reconocido a nivel internacional por sus trabajos de investigación en relación al comportamiento del ser humano. Columnista en 63 periódicos y revistas de México (así como) para diversas publicaciones en América Latina. Es presidente de la Fundación Mundial para la Paz, A.C.¹⁹⁹

También es autor de varias obras, entre las que, por mencionar algunas, se encuentran: *Contranálisis I y II* (Best Seller F.I.L. Guadalajara, Jalisco, México); *El Pensamiento Vivo I, II, III, IV, V y VI*; *Lo inexplicable es explicable I, II, III, IV, V y VI*; *Los amigos nos llaman*; y *Sexualidad I, II y III*²⁰⁰.

En cada publicación Stemberg hace reflexiones con respecto a la forma de actuar de las personas ante determinadas situaciones. Sus artículos invitan a la reflexión con respecto al comportamiento de los seres humanos.

Agua va por Ana María Alvarado

Ana María Alvarado lleva más de 10 años en el programa de Máxine Woodside, *Todo para la mujer*, y da a conocer las noticias sobre espectáculo en el programa de revista matutino de TV Azteca llamado *Venga la Alegría*.

Estudió Ciencias y Técnicas de la Información. Ha formado parte del equipo de diferentes programas de espectáculos como *Despierta América* y *El Gordo y la Flaca*. Tiene cápsulas de espectáculos en programas de la cadena Radio Fórmula.²⁰¹

En pequeños recuadros Ana María Alvarado da a conocer información sobre los últimos acontecimientos en la vida y el trabajo de los artistas, trata aspectos, por mencionar algunos, como el hecho de que alguien suba de peso o no haya firmado un contrato con determinada empresa. A dicha información siempre la acompaña de una pequeña fotografía de las personas a las que hace referencia.

¹⁹⁹ Potencial Humano TV, Fundación Mundial para la Paz A.C. Dirección URL: <http://www.leonardo.fm/mostrar.html?info=leonardostemberg> [Consulta 27 agosto 2009 19:00 horas].

²⁰⁰ Ibidem.

²⁰¹ Azteca internet 2009. Dirección URL: <http://www.tvazteca.com/vengalaalegría/especialista/ana-maria-alvarado> [Consulta 27 agosto 2009 19:20 horas].

Tu asesor legal... Juan Esquivel

Es un espacio en el que el abogado Juan Esquivel da respuesta a los lectores que mandan sus casos. Es una asesoría en aspectos legales, tal es el caso de divorcios, manutenciones, propiedades hipotecadas, testamentos, contratos de empresas, compra de autos, por mencionar algunos.

En desfile, por Remedios Desastre

En esta sección presentan imágenes de cuerpo completo en las que aparecen personas ampliamente reconocidas en el mundo del espectáculo. En la parte superior aparece una paloma o un tache con el cual se da a entender que están o no presentables. Y en la parte inferior de las mismas aparece una pequeña crítica con respecto a la ropa, el peinado, el maquillaje, los accesorios y zapatos que traen puestos, y explican el por qué de la paloma o el tache.

Horóscopos por Kala Ruiz

A Kala Ruiz se le conoce como “La tarotista de las estrellas”. Se trata de una mujer multifacética, ya que:

Estudió psicología, actuación, astrología, tarot, ciencias alternativas como cristaloterapia, radiónica, radiestesia y otras ciencias más. Asistió a la Multiuniversidad Espiritual de Osho en la India. Se ha especializado en temas tántricos (tao del amor, sexo sagrado tántrico). Es periodista esotérica abarcando todos los temas espirituales y esotéricos²⁰².

Su trabajo se ha publicado en diferentes medios de comunicación escrita tal es el caso de revistas como *Somos*, *TV nOTAS*, *Mujer Nueva*, *Macrópolis*; y en los diarios *La Jornada* y *Reforma*. También participa en programas de televisión y radio.

Como el título del espacio lo indica, se dan a conocer los horóscopos (Aries, Tauro, Géminis, Cáncer, Leo, Virgo, Libra, Escorpión, Sagitario, Capricornio, Acuario y Picis) a los que les da una semana de vigencia.

²⁰² KALA 2005. Dirección URL: <http://www.kala.com.mx/sitio/kala.html> [Consulta 27 agosto 2009 19:35 horas].

Tips de moda por Remedios Desastre

Son consejos de lo que es actual en cuanto a ropa y accesorios. Vienen seis recuadros tres son recomendaciones acompañadas de imágenes, por ejemplo, de lo que no debe faltar en tu closet; y en los otros tres da respuesta a interrogantes que mandan los lectores sobre, por ejemplo, cómo debe vestirse en determinado evento o qué zapatos le conviene usar a alguien que es bajita.

Trucos del hogar

Dan a conocer trucos para solucionar situaciones comunes que se suscitan en los hogares, también se apoyan con imágenes, tal es el caso de cómo y con qué limpiar muebles, juguetes; cómo y con qué desmanchar ropa; limpiar ventanas y pisos, entre muchas cosas más.

Bellatips

A través de imágenes y breves textos dan a conocer aspectos que sirven para el cuidado personal, entre los que se encuentran: quitarle lo maltratado al cabello, mascarillas para evitar el cutis graso, desinflamar los ojos, desvanecer estrías, entre otros.

Secretos de cocina

Como el título lo indica, informan sobre cuestiones que sirven a la hora de preparar recetas en la cocina. Por ejemplo, para quitarle lo salado a un guisado, cómo conservar las verduras durante más tiempo, cómo cocer más rápido las leguminosas, etcétera.

Salud y Familia

Presentan recomendaciones con ilustraciones que sirven para mantener o mejorar la salud de las personas, por mencionar algunas: evitar la descalificación, bajar de peso, cuando hay quemaduras o cortaduras, entre otros.

Consultorio sexual por Rubén Carbajal

Rubén Carbajal es psicólogo clínico por la Universidad de las Américas; psicoterapeuta racional-emotivo por el Instituto de Terapia Racional-Emotiva; sexólogo en las especialidades: orientación e información sexológica y terapia sexual en la Sociedad Mexicana de Sexología Humanista Integral, A. C. También es conferencista, columnista, conductor, locutor, escritor y catedrático universitario.²⁰³

En este espacio el sexólogo da respuesta a las consultas sobre relaciones sexuales que el público le envía a través de correos electrónicos. En cada publicación aparecen los cuestionamientos de dos casos; presentan lo que los lectores mandan para contextualizar y posteriormente Rubén Carbajal emite su opinión con respecto al hecho, también les da consejos y recomendaciones. Al final aparece la tarea de la semana en la que establece lo que las personas deberían de hacer durante su actividad sexual.

La antepenúltima

En esta página presentan tres *Sabías que...* se trata de información muy breve con la que dan a conocer datos curiosos de todo tipo, éstos acompañados por una imagen. Por ejemplo: “La estrella de mar no tiene cerebro”, “El sol tarda 27 días en completar un giro sobre su propio eje”, “las mujeres aprenden a hablar y leer antes que los hombres”, entre muchos más. También viene la parte de *Humor* en la que presentan dos chistes con sus respectivas ilustraciones los cuales envían los lectores y establecen que si publican sus chistes ganan 500 pesos.

Y entonces... ¿qué pasó?

En esta sección ponen en una página completa la portada de una de las publicaciones de *TV nOTAS* de hace años; y en la siguiente informan de lo que aconteció después en la vida de los artistas. Por ejemplo, en la portada del nueve de enero de 1996 muestran la nota de que “Karla Álvarez y Juan Soler aclaran todo de su ‘romance’”; y en la página siguiente dicen que en el

²⁰³ Currículum de Rubén Carbajal. Dirección URL: <http://www.rubencarbajal.com/home.html> [Consulta 27 agosto 2009 20:00 horas].

2010 Álvarez sigue soltera y que Soler se casó con la actriz Maki, con la cual tiene dos hijas²⁰⁴.

Sólo una más

Se trata del cierre de cada publicación en el que presentan una fotografía del tamaño de la página donde aparecen uno o varios artistas y los acompaña un breve texto en el que se informa lo que acontecía en el momento que fueron captados por la cámara.

2.3.2 Público al que se dirige *TV nOTAS*

De acuerdo con la señora Matilde Obregón, directora editorial de *TV nOTAS*, en una entrevista que le realizó Oscar Campos el 21 de abril de 2008, al cuestionarle quién lee la revista estableció:

Fíjate que es un fenómeno, aquí lo toman como un fenómeno, porque *TV nOTAS* abarca desde la clase social más alta que hay en México hasta la gente más humilde que puede comprar la revista... nos hemos dado a la tarea de investigar quién es nuestro lector y nos hemos llevado gratas sorpresas porque hay gente de Las Lomas o del Pedregal, ya sabes gente muy *elite*, que nos compra; y también gente de muy bajos recursos que compran la revista, por decirte en una oficina, cada semana se van rolando... Es leída por más de siete personas, está comprobado que una revista pasa por más de siete personas²⁰⁵.

La Dirección General de Medios Impresos, que pertenece a la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, presenta un estudio sobre *TV nOTAS* en el que da a conocer información sobre la distribución de sus ejemplares y el público al que se dirigen en cuanto género, edad y nivel socioeconómico.²⁰⁶

Según el estudio, *TV nOTAS* es una publicación hecha en la delegación Tlalpan perteneciente al Distrito Federal. Se trata de una revista que tiene una

²⁰⁴ Editorial Notmusa, *TV nOTAS*, Número 726, Semana 41, Octubre 12, 2010.

²⁰⁵ El Instituto Mexicano de la Radio (IMER) a través del Sistema Nacional de Noticiarios presenta: *Todos los lunes: la agenda en los medios* con Mario Campos de 09:05 a 09:30 horas dentro del noticiario Antena Radio Primera Emisión, por Horizonte 107.9 de FM; XEB, 1220 de AM y las 10 emisoras de IMER en la República Mexicana. Dirección URL: http://www.noticias.imer.com.mx/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=28&Itemid=197&limit=61&limitstart=61 [Consulta 10 de enero de 2010 19:00 horas].

²⁰⁶ En el anexo 2 se presenta el cuadro que muestra los resultados del estudio que hace la Subsecretaría de Normatividad de Medios Secretaría de Gobernación.

periodicidad semanal; está asociada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana; y pertenece a la editorial *Notmusa*.

El promedio de circulación pagada hasta marzo del 2009, certificado por Pricewaterhouse Coopers, S.C./ Norma CIM, era de 624 mil 770 ejemplares a la semana. Plantea que no existe una circulación gratuita.

Posteriormente da un ámbito geográfico de cobertura en el cual enlista todos los estados de la República Mexicana en los que se distribuye la revista, así como la cantidad de ejemplares que se asignan a los mismos. Destaca que el DF es en donde más se consume la publicación con un promedio de 232 mil 938 ejemplares.

Con respecto al perfil del lector indica que se dirige en un 69% al género femenino y el 31% restante al masculino. En cuanto a la edad su público predilecto es el que está entre los 25 y 34 años, esto al abarcar un 28 %. De 13 a 18 años es un 19%; de 19 a 24 años un 18%; de 35 a 44 años un 19%; y de 45 a 65 años en un 16%.

El perfil del lector según su nivel socioeconómico es:

En un 22% se dirigen a los niveles A/B y C+. Según la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI)²⁰⁷, el Nivel A/B corresponde a las personas con el más alto nivel de vida e ingresos en México; y el C+ corresponde a quienes cuentan con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio.

A quienes se encuentran en el nivel C, personas con ingresos o nivel de vida medio, se dirigen en un 18%,

En el nivel D+ es en el que se encuentra el público al que se dirigen principalmente con un 36%. En él están las personas con ingresos o nivel de

²⁰⁷ En el anexo 3 se da una explicación más amplia de las características que tienen los niveles socioeconómicos según la AMAI.

vida ligeramente por debajo del nivel medio, la AMEI lo describe como el nivel bajo que se encuentra en mejores condiciones, se le llama bajo/alto.

Finalmente, están con un 24% los niveles D y E. Al primero lo conforman quienes tienen un nivel de vida austero y bajos ingresos; y en el segundo está la gente con menores ingresos y nivel de vida del país.

Así, un perfil del lector, elaborado por Ipsos Media CT/ Norma CIM, la revista se dirige a todos los niveles socioeconómicos: A/B, C+, C, D+, D y E

Ya que conocemos las características principales de *TV nOTAS*, publicación entorno a la cual gira la investigación, y las características del público al que se dirigen en cuanto al género, edad y nivel socioeconómico, tenemos que conocer la metodología, las técnicas y herramientas que se utilizarán para llevar a cabo la presente investigación .

CAPÍTULO 3. CONSTRUCCIÓN TEÓRICO-METODOLÓGICA DEL OBJETO DE ESTUDIO

Partimos por recordar que el objetivo de la presente investigación es el de analizar la concepción que tienen los productores de la revista *TV nOTAS* de la ética en el periodismo de espectáculos y contrastarla con los valores deontológicos universales de esta profesión desarrollados en el capítulo 1 de este escrito, para identificar el nivel de congruencia entre el deber ser y el hacer de la ética periodística en la realización de dicho medio impreso.

Ahora bien, para recopilar la información acerca de la concepción que tienen los productores de la revista *TV nOTAS* de la ética en el periodismo de espectáculos se recurrió como técnica a la entrevista²⁰⁸.

Al realizar una entrevista el periodista siempre se debe plantear lo que se quiere lograr con ella, es decir, qué es lo que busca, su objetivo. Por ejemplo, el propósito de este género puede ser informar, en voz de los testigos, sobre cómo se dieron los hechos o situaciones; las opiniones de éstos; experiencias profesionales, historias de vida, entre muchos aspectos más.

Las entrevistas realizadas para esta investigación contienen preguntas para obtener información sobre cómo hacen su trabajo los productores de *TV nOTAS* y si la ética está presente o no en el mismo²⁰⁹.

3.1 Criterios de selección de los sujetos de estudio

Como lo que nos importa es conocer lo que los sujetos que elaboran *TV nOTAS* conciben como ética periodística de su propia profesión, se decidió entrevistar a productores involucrados en distintos procesos de realización de la revista.

²⁰⁸ En el anexo 4 se define con más profundidad lo que es una entrevista.

²⁰⁹ En el anexo 5 se presentan las preguntas que se les realizaron a los productores de *TV nOTAS* durante las entrevistas.

3.1.1 Entrevistados ¿Cuántos y por qué a ellos?

Para la presente investigación, después de días e inclusive meses de insistir, se tuvo acceso a entrevistas realizadas a cinco de los productores de *TV nOTAS*, una fue realizada por el periodista Mario Campos y las otras cuatro personalmente.

Las personas entrevistadas están totalmente relacionadas e inmersas con la producción semanal de *TV nOTAS*, cada una juega un papel diferente, pues trabaja desde una trinchera o puesto distinto, aunque todos persiguen el mismo objetivo: presentar al público la revista *TV nOTAS* cada martes. Se trata de:

- * Matilde Obregón, directora editorial.
 - * Patricia Cuevas, reportera, hoy jefa de información.
 - * Anónimo, corrector.
 - * Nuria Ariza, reportera.
 - * Alejandro Isunza, fotógrafo.
- * Lo que establece la directora editorial de *TV nOTAS*, Matilde Obregón, es muy importante porque se trata de la “cabeza” del equipo. Es la líder y guía de quienes trabajan en la creación de cada una de las publicaciones. Además, destaca que es una de las fundadoras de *TV nOTAS*, ya que trabaja en ésta desde que *Notmusa* decidió lanzarla a la venta hace 16 años. Con lo anterior se convierte en testigo de la evolución que ha tenido y conoce perfectamente cómo utiliza la ética periodística en el trabajo hecho en *TV nOTAS*.
- * La entrevista a la antes reportera y hoy jefa de información Patricia Cuevas es trascendental porque da a conocer cómo se determina la agenda informativa del medio y por ende la forma en que *TV nOTAS* hace uso de la ética periodística en la realización de las publicaciones.
- * El trabajo que realiza un corrector es primordial. Él da ese toque final de cómo será presentada la información, evita que haya errores en la misma,

además se ocupa de que sea clara y digerible. La ética periodística en la que éste basa su trabajo es fundamental.

* Lo establecido por la reportera Nuria Ariza es elemental porque la labor de los reporteros es una de las bases de las publicaciones, gracias a ellos se obtiene la información que se presenta en las revistas. Así, Nuria conoce los procedimientos y la aplicación de la ética en los mismos para la obtención y presentación de dicha información.

* Las declaraciones del fotógrafo Alejandro Isunza permiten conocer el trabajo que se realiza en *TV nOTAS* desde otra perspectiva. Las fotografías en las publicaciones son muy importantes, ya que son un aspecto muy atrayente para los lectores y; conocer de qué forma adquieren las imágenes.

Las entrevistas son la base para poder investigar la forma en que los productores de *TV nOTAS* hacen su trabajo desde los diferentes puestos en los que se desempeñan. Es decir, conocer la perspectiva que tienen la directora editorial, una jefa de información, un corrector, una reportera y un fotógrafo.

Con lo anterior se podrá encontrar en cuáles aspectos coinciden y en cuáles difieren los productores de *TV nOTAS* con respecto al trabajo que hacen y sobretodo, en la concepción que tienen de ética en el periodismo de espectáculos que practican.

3.1.2 Criterios de selección de los códigos deontológicos

Asimismo, para poder contrastar lo que quienes hacen el periodismo de espectáculos, particularmente *TV nOTAS*, conciben como ética con el deber ser se recurrirá a la lista del capítulo 1 derivada del análisis de contenido de diversos códigos deontológicos de instituciones internacionales, empresas y planteamientos de autores especializados .

A continuación se enlistan 10 puntos deontológicos considerados referentes válidos para quienes ejercen el periodismo: veracidad; el respeto a la vida privada; sensacionalismo; información comprobada y completa; métodos lícitos y dignos para la obtención de información; secreto profesional; rectificar cuando se registre un equívoco; derecho de réplica; no aceptación del “chayo”, regalos, sobornos, etcétera; y, funcionar acorde con la empresa. Se trata de información obtenida de diferentes códigos deontológicos de instituciones internacionales y empresas²¹⁰ y los planteamientos al respecto de los autores que han hecho investigaciones sobre la ética periodística²¹¹.

Una vez seleccionados los sujetos de estudio se podrá proceder al análisis de sus discursos obtenidos mediante la entrevista y así cumplir con el objetivo de la presente investigación: identificar si existe una relación teórica y congruente entre lo que dicen los entrevistados y el deber ser ético de los códigos.

3.2 Metodología para el análisis

La metodología que se empleará para realizar tanto el análisis de las entrevistas como el de los códigos deontológicos, será el análisis del discurso.

Para el análisis de las entrevistas, se parte de la premisa de que el discurso puede ser uno de los medios de la objetivación del pensamiento, por lo tanto, lo que el sujeto piensa o siente puede ser estudiado por el investigador a través de la discursivización del mismo, de esta manera la información obtenida en las entrevistas se concibe, en el sentido más amplio del concepto, como discurso.

²¹⁰ La *Declaración de Principios del Periodismo Centroamericano* del Centro Latinoamericano del Periodismo; *Código Internacional de Ética Periodística* de la UNESCO; la declaración de *Principios de Conducta de los Periodistas* de la Federación Internacional de Periodistas; las *Normas de Ética y Deontología Profesional del Periodista Especializado y Técnico* pertenecientes al Congreso Iberoamericano de Periodistas Técnicos y Espaciales; Ley de Imprenta; el *Código de ética y responsabilidad del periodista* del Círculo de Periodistas de Bogotá, Colombia; el *Código Latinoamericano de Ética Periodística* de la Federación Latinoamericana de Periodistas; *Código deontológico* de la Federación de Asociaciones de Prensa en España; Código Ético de la prensa Británica; el código de ética de *El Universal*; El código de conducta del diario *Washington Post*.

²¹¹ Teresa Herrán y Darío Restrepo; Raúl Rivadeneira; Lourdes Romero; Ryszard Kapuściński; Ernesto Villanueva; Cirilo Recio Dávila; José Juan Videla.

En cuanto al análisis de los códigos deontológicos, por ser textos producidos en un contexto determinado, en una situación específica y con una intención, características propias del discurso, también los considero objetos que pueden ser analizados desde esta metodología.

3.2.1 ¿Qué es discurso?

Helena Beristáin define al discurso lingüístico como: “La realización de la lengua en las expresiones, durante la comunicación. Es el habla de Saussure pero en un sentido más amplio, que abarca lo hablado y lo escrito”²¹². Además, dice que todo discurso lleva la intención de algo.

Por su parte, Susana González Reyna establece que: “El discurso es una estructura formal, una organización lógica de signos que tiene una significación precisa. El hombre usa al discurso para comprender primero, y transmitir después la realidad”²¹³.

El lingüista Teun A. Van Dijk plantea que:

El discurso, ya sea oral o escrito, se define, pues, como un evento comunicativo de un tipo especial, estrechamente relacionado con otras actividades comunicativas no verbales (tales como los gestos o el tratamiento de la imagen) y otras prácticas semióticas de significado, de significación y con los usos sociales de códigos simbólicos, como los de la comunicación visual (por ejemplo, los gráficos, la fotografía o el cine)²¹⁴.

Con esto se puede considerar que el discurso es un elemento indispensable para las personas, ya que, de acuerdo con Helena Calsamiglia y Amparo Tusón:

Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez es un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos

²¹² Helena Beristáin, *Diccionario de retórica y poética*, México, 7ª edición, Porrúa, 1995. p. 153.

²¹³ Susana González Reyna, *Géneros Periodísticos 1, Periodismo de Opinión y Discurso*, México, Trillas, 1991. p.5.

²¹⁴ Teun A. van Dijk, “Discurso, cognición y sociedad”, en *Signos. Teoría y práctica de la educación* Octubre-Diciembre de 1997. p. 66-74. ISSN: 1131-8000. Dirección URL: <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso%20cognicion%20y%20sociedad.pdf> [Consulta 8 de febrero de 2010 a las 19:00 horas].

fines y que se dan en interdependencia con el contexto lingüístico, local, cognitivo y sociocultural²¹⁵.

Entonces, nos encontramos rodeados de discursos que pueden estar conformados por diferentes enunciados orales o escritos que, si tienen coherencia, permiten dar a conocer lo que alguien piensa con respecto a un tema.

Es común que un discurso se exprese o muestre ante el público con objetivos determinados. Tal es el caso de informar, persuadir, orientar, influir e imponer una ideología, entre muchos fines más.

Los discursos permiten que exista una interacción lingüística entre las personas. Pero para que dicha interacción se dé es necesario que los involucrados, es decir, tanto los que emiten los discursos como los que son receptores de los mismos, compartan códigos (significados), haya una convención cultural; y a la vez los discursos se dan en situaciones y momentos determinados.

Para Daniel Prieto Castillo:

El ser humano aparece como un productor incesante de discursos y como alguien inserto desde su nacimiento en un contexto discursivo. La referencia a diferentes tipos de discursos indica que estamos en un universo caracterizado por el encruzamiento de ellos y que está determinado no sólo por la difusión de los mismos, sino también por la pertenencia a determinados grupos, sectores o clases sociales²¹⁶.

Dado lo anterior, un discurso se define como: poner el lenguaje en acción, en la cual siempre habrá alguien que le habla a alguien más. La composición de un discurso puede variar, es decir, lo conforman de uno o varios enunciados que tengan coherencia y le den un sentido a lo planteado.

²¹⁵ Helena Calsamiglia y Amparo Tusón, *Las cosas del decir*, Ariel, Barcelona, 2000. p.15.

²¹⁶ Daniel Prieto Castillo, *La fiesta del lenguaje*, México, Editorial Coyoacán, 1994.p.163.

3.2.2 ¿Qué es el análisis del discurso?

Existe una gran variedad de posibilidades para abordar analíticamente un discurso. Ello se debe a que de igual forma hay diferentes teorías y metodologías que soporten el procedimiento.

Los orígenes del análisis del discurso se podrían remontar a la antigüedad con la retórica clásica. Pero, en lo que se refiere a la época moderna, podemos situar a esta metodología años cincuenta. La causa indirecta del enfoque en las ciencias humanas y sociales se dio por la aplicación de la corriente estructuralista y su inmanencia al estudio de los textos.

Hasta el desarrollo actual de la ciencia lingüística, cuyo origen se puede situar en el *Curso de Lingüística General*, estudiar un lenguaje era muy a menudo estudiar *textos* y plantear a propósito de ellos cuestiones variadas que surgían tanto de la práctica escolar (lo que todavía se llama explicación de textos) cuanto de la actividad del gramático (modalidades normativas y descriptivas).

Se preguntaba simultáneamente: <<¿de qué habla este texto?>>, <<cuáles son las principales 'ideas' contenidas en este texto?>>, y al mismo tiempo <<¿este texto guarda conformidad con las normas de la lengua que se manifiesta?>>, o bien <<¿cuáles son las normas propias de este texto?>>. Todas estas cuestiones se planteaban simultáneamente porque todas estaban relacionadas: con más precisión, las cuestiones concernientes a los usos semánticos y sintácticos que se manifestaban en el texto ayudaban a responder las cuestiones relativas al sentido del texto (lo que el autor <<quiso decir>>).²¹⁷

En el desarrollo del análisis del discurso han convergido diferentes tradiciones filosóficas, sociales, lingüísticas, entre otras. Existe una variedad de disciplinas que se presentan en los estudios del discurso, tal es el caso de: la semiótica, la pragmática, la etnografía, la psicología social, la gramática, entre muchas más.

Un análisis del discurso es el proceso en el que el objeto de estudio es el discurso, ya que el interés de éste es determinar la relación que existe entre un texto y un contexto. El análisis del discurso es para evidenciar en qué partes y cómo o a través de qué puedo probar el planteamiento que hago en la investigación. El análisis del discurso es la interpretación de lo dicho.

²¹⁷ Michel Pêcheux, *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid, Gredos, 1978.P. 19-20.

El análisis del discurso se ha convertido en una de las propuestas más importantes en el seno de las humanidades y de las ciencias sociales. Miles de estudiosos, en todo el mundo, están ocupándose del estudio del texto y del habla en sus contextos sociales, políticos y culturales²¹⁸.

Para la presente investigación se considera que la propuesta adecuada para analizar el discurso de los productores de *TV nOTAS* y de quienes elaboraron los códigos deontológicos es la propuesta del modelo de comunicación y el concepto de formaciones imaginarias desarrollados por el francés Michel Pêcheux²¹⁹, pues ello me permitirá identificar cómo los productores de *TV nOTAS* y los autores de los códigos deontológicos conciben la ética periodística en general y la ética del periodismo de espectáculos en particular.

Adicionalmente, el estudio aportará información sobre las formaciones imaginarias que los productores de *TV nOTAS* tienen de sí mismos y de su público.

Lo anterior es porque, a través de las formaciones imaginarias de la imagen que los productores de *TV nOTAS* tienen de la ética en el periodismo de espectáculos, la imagen que tienen de sí mismos y la imagen que tienen del público al que se dirigen, se podrá identificar, de acuerdo con la ideología de los entrevistados, si la ética periodística tiene cabida en la actividad y si no es así a qué se debe.

²¹⁸ Teun A. van Dijk, "Discurso, cognición y sociedad", en *Signos. Teoría y práctica de la educación* Octubre-Diciembre de 1997. p. 66-74. ISSN: 1131-8000. Dirección URL: <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso%20cognicion%20y%20sociedad.pdf> [Consulta 8 de febrero de 2010 a las 19:00 horas].

²¹⁹ Aunque es conocido que la propuesta de Michel Pêcheux es el Análisis Automático del Discurso, los propósitos de este estudio no requieren el desarrollo literal de la misma, es por eso que sólo se circunscribe al modelo de comunicación y a las formaciones imaginarias.

3.3 El modelo de comunicación, formaciones imaginarias y huellas discursivas o indicadores / Michel Pêcheux

El autor francés Michel Pêcheux nació en 1938 y falleció en 1983, estudió en la *Ecole Normal Supérieure* y su planteamiento es el *Análisis automático del discurso*; establece que:

Un texto no es analizable más que *en el interior del sistema común de valores que tiene un sentido para los codificadores y constituye su modo de lectura*, ahora bien, el método impone con la relación expresión/medios de expresión, las consecuencias de esta relación, a saber, el encabalgamiento entre la función teórica del analista y la función práctica del hablante.²²⁰

Éste, considera que el lenguaje expresa históricamente a la realidad social. Dice que es una manifestación ideológica de las relaciones de fuerza que las describen; y que en el análisis convergen la lingüística, la historia y las relaciones sociales.

Pêcheux analiza la visibilidad ideológica y la 'memoria discursiva' en la expresión lingüística, esto es, la transferencia de valores dominantes (económicos, políticos, religiosos, etcétera) que 'alienan' el imaginario colectivo y se proyectan en un momento histórico dado. Pero también concibe una capacidad de respuesta del sujeto ante el discurso dominante, una acción dialéctica que le permite anticiparse, imaginar, negociar y hacer interpretaciones.²²¹

3.3.1 Modelo de comunicación

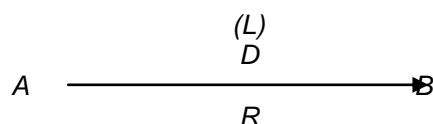
Habla de un “esquema <<informacional>>”, el cual tiene como ventaja que tanto los protagonistas del discurso como el <<referente>> están presentes.

Y cita lo escrito por el lingüista Roman Jakobson:

El remitente envía un mensaje al destinatario. Para ser operante, el mensaje requiere, primeramente, un contexto al cual remite (es lo que se llama también, con terminología un tanto ambigua, el 'referente'), contexto aprehensible por el destinatario, y que o bien es verbal, o bien susceptible de ser verbalizado; a continuación el mensaje requiere un código, común, al menos en parte, al remitente y al destinatario (o en otras palabras, al codificador y al descodificador del mensaje); finalmente el mensaje requiere un contacto, un canal físico o una conexión psicológica entre el remitente y el destinatario, contacto que permite establecer y mantener la comunicación. El esquema que resulta entonces es:

²²⁰ Michel Pêcheux, *op. cit.* P. 25.

²²¹ Comunicación, sociedad y cultura. Perfil biográfico y pensamiento. Infoamerica. Dirección URL: <http://www.infoamerica.org/teoria/pecheux1.htm> [Consulta 8 de febrero de 2010 a las 19:20 horas]



Que se explica así:

A: el <<remitente>>.

B: el <<destinatario>>.

R: el <<referente>>.

(L): el código lingüístico común a A y a B.

→: el <<contacto establecido entre A y B.

D: La secuencia verbal emitida por A en dirección a B²²².

El planteamiento de Pêcheux es clásico y muy importante en la teoría de la comunicación, pues, le agrega al modelo de comunicación planteado por Jakobson que en lugar de tratarse de un mensaje ya está presente un discurso.

Señalemos que, a propósito de <<D>> la teoría de la información, subyacente en este esquema, conduce a hablar de mensaje como transmisión de información: lo que hemos dicho anteriormente nos hace preferir aquí el término de discurso que implica que no se trata necesariamente de una transmisión de información entre A y B, sino de un <<efecto de sentido>> entre los puntos A y B.

Se puede en adelante, enunciar los diferentes elementos estructurales de las condiciones de producción del discurso.

Está bien claro, en primer lugar, que los elementos A y B designan algo distinto de la presencia física de organismos humanos individuales. [...] resulta que A y B designan lugares determinados en la estructura de una formación social, lugares de los que la sociología puede describir el haz de rasgos objetivos característicos: así, por ejemplo, en el interior de la esfera de la producción económica, los lugares del <<patrón>> (director, jefe de empresa), del mando superior, de contraamaestre, del obrero, están marcados por propiedades diferenciales que se pueden observar.²²³

3.3.2 Formaciones imaginarias

Pêcheux dice que en un proceso discursivo funciona una serie de *formaciones imaginarias*, las cuales:

Designan el lugar que A y B atribuyen cada uno a sí mismo y al otro, la imagen que ellos hacen de su propio lugar y del lugar del otro. Si ello es así, existen en los mecanismos de toda formación social reglas de proyección que establecen las relaciones entre situaciones (objetivamente definibles) y las posiciones (representaciones de estas situaciones). Añadamos que es muy probable que esta correspondencia no sea biunívoca de manera que las diferencias de situación pueden corresponder a una misma posición y que una misma situación puede representarse de acuerdo con muchas posiciones, y no por azar, sino según leyes que sólo la investigación sociológica podrá demostrar.²²⁴

²²² Michel Pêcheux, *op. cit.* P. 47 y 48.

²²³ *Ibidem.* p.48.

²²⁴ *Ibidem.* p. 48- 49.

Pêcheux asegura que todo proceso discursivo supone la existencia de las formaciones imaginarias. Y agrega un cuadro:

<i>Expresión que designa las formaciones imaginarias</i>	<i>Significación de la expresión</i>	<i>Pregunta implícita cuya <<respuesta>> subyace a la formación imaginaria correspondiente</i>
$A \left. \vphantom{A} \right\} I_A(A)$	Imagen del lugar de A para el sujeto colocado en A .	¿Quién soy yo para hablarle así?
$A \left. \vphantom{A} \right\} I_A(B)$	Imagen del lugar de B para el sujeto colocado en A .	¿Quién es él para que yo le hable así?
$B \left. \vphantom{B} \right\} I_B(B)$	Imagen del lugar de B para el sujeto colocado en B .	¿Quién soy yo para que él me hable así?
$B \left. \vphantom{B} \right\} I_B(A)$	Imagen del lugar de A para el sujeto colocado en B .	¿Quién es él para que me hable así? ²²⁵

Y añade que:

Acabamos de esbozar la manera en que la posición de los protagonistas del discurso interviene a título de condiciones de producción del discurso. Conviene añadir que ahora el <<referente>> (R en el esquema siguiente, el <<contexto>>, la <<situación>> en la que aparece el discurso) pertenece igualmente a las condiciones de producción... se trata de un objeto imaginario (el punto de vista de un sujeto) y no de la realidad física. Presentaremos pues:

	<i>Expresión que designa las formaciones imaginarias</i>	<i>Significación de la expresión</i>	<i>Pregunta implícita cuya <<respuesta>> subyace a la formación imaginaria correspondiente</i>
A	$I_A(R)$	Punto de vista de A sobre R .	¿De qué le hablo así?
B	$I_B(R)$	Punto de vista de B sobre R .	¿De qué me habla así?

Todo proceso discursivo suponía, por parte del emisor, una anticipación de las representaciones del receptor, sobre la cual se funda la estrategia del discurso.
226

Con Pêcheux se inicia la práctica del análisis del discurso aplicado a un contexto socio-histórico y se pone atención en la ideología. Y es que, en las prácticas sociales que involucran una ideología ya no se puede decir que se trata de un mensaje, sino de un discurso.

²²⁵ *Ídem.*

²²⁶ *Ibidem*, p. 50.

Pêcheux retoma de la Gran enciclopedia Francesa de 1901, que Mauss y Fauconnet definían a la sociología como la ciencia de las instituciones.

<<Las instituciones son el conjunto de actos y de ideas completamente instituidas que los individuos encuentran ante sí y que les imponen más o menos>>. [...]

Pongamos por ejemplo el discurso de de un procurador en las Cortes. Desde el punto de vista de Saussure, el discurso cuanto tal pertenece al orden del *habla* donde se manifiesta la <<*libertad del hablante*>>, aunque, seguramente, se basa en el orden de la lengua en cuanto que secuencia sintácticamente correcta. Pero el mismo discurso es tomado por el sociólogo como parte de un mecanismo en funcionamiento, es decir, como perteneciente a un sistema de normas ni simplemente individuales, ni globalmente universales, sino procedentes de la estructura de una ideología política, y que corresponden, pues, a un cierto lugar en el interior de una formación social dada[...]

Un discurso se pronuncia siempre a partir de condiciones de producción dadas, por ejemplo, el diputado pertenece a un partido político que participa en el gobierno, o a un partido de oposición; es el portavoz de tal cual grupo, de tal o cual interés.²²⁷

Este es el aporte de Pêcheux, le introduce la noción de ideología al discurso que otros lingüistas no consideraron antes. Plantea a la ideología entendida como un sistema de ideas, como el conjunto estructurado de imágenes de representaciones que implican un conocimiento y las creencias que los sujetos, ambos interlocutores, tienen para entender el significado del discurso.

La ideología es algo que se adquiere, se aprende. Conforme una persona crece incorpora conocimientos a su vida, con los cuales se puede o no identificar.

La ideología permite ubicar las características de diversos grupos, ya sea de una institución, una empresa; o un movimiento político, religioso, cultural, entre otros. Esto se debe a que está compuesta por un conjunto de ideas, principios y valores que identifican a determinado grupo.

Entendamos pues que la ideología no es algo individual. Lo individual corresponde a una opinión, mientras la ideología surge y se sustenta de un grupo. Es así como se relaciona que todo discurso lleva implícito una

²²⁷ *Ibidem*. p. 39-41.

ideología. Y en la presente investigación se pretende indagar en la ideología, específicamente en la concepción de los productores de *TV nOTAS* y de los autores de los códigos deontológicos acerca de la ética periodística en general y de la ética del periodismo de espectáculos en particular.

3.3.3 Huellas discursivas o indicadores

Para el análisis se recurrirá al uso de *huellas discursivas* o lo que Pêcheux llama *indicadores*. Se trata de las palabras u oraciones que hacen sentido para, en este caso, encontrar lo establecido en los objetivos e hipótesis de la investigación.

Lo que se busca en el texto es sin duda una serie de *significaciones* que el codificador detecta mediante los *indicadores* que les están unidos; en otros términos, la relación funcional expresión de la significación/medios de esta expresión vuelve a adquirir aquí toda su importancia. Así el análisis se sitúa ahora en un nivel *supralingüístico*, puesto que se trata de acceder al *sentido* de un segmento del texto, penetrando en su estructura lingüística; codificar o caracterizar un segmento es colocarlo en una de las clases de equivalencia definidas sobre las significaciones por el cuadro de análisis, en función del juicio del codificador sobre la presencia o la ausencia, o sobre la intensidad de presentación de tal predicado considerado.

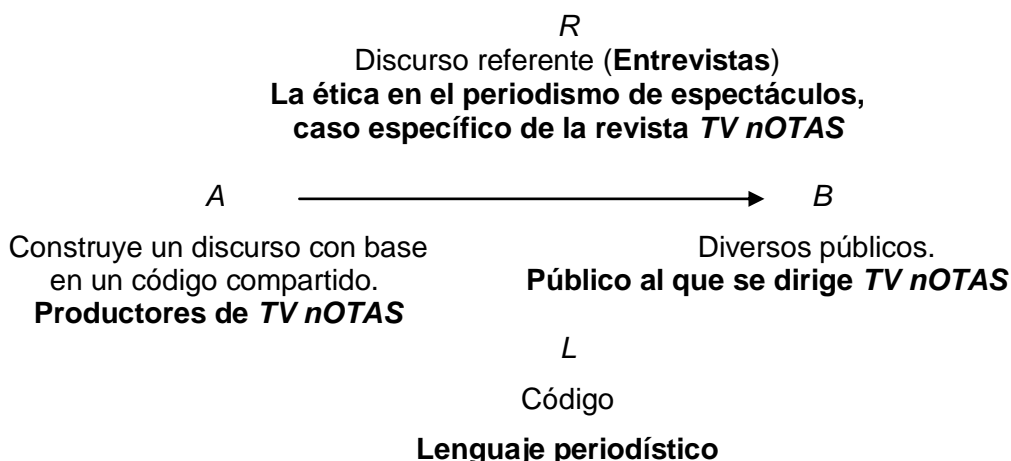
El juicio se apoya, pues, en *indicadores* cuya pertinencia lingüística no está fijada (palabra, frase, <<tema>>...) lo que exige complementariamente cualidades psicológicas tales como agudeza, sensibilidad y flexibilidad por parte del codificador para captar lo que importa, y solamente esto²²⁸.

Las huellas discursivas o indicadores permitirán realizar el análisis del discurso para buscar las formaciones imaginarias en el mismo y con ello que los receptores comprendan más fácilmente el discurso de los emisores, que en este caso son los productores de *TV nOTAS*.

Así, del planteamiento del modelo de comunicación y de las formaciones imaginarias propuestas por Pêcheux, aplicándolas a nuestros objetos de estudio, derivan dos esquemas que permiten referir a los distintos momentos:

²²⁸ *Ibidem*. p. 24 y 25.

Esquema 1: Para identificar las formaciones imaginarias de los productores de TV nOTAS



Formaciones imaginarias

- | | |
|-------------|-------------|
| a) Im (A/A) | d) Im (B/B) |
| b) Im (A/B) | e) Im (B/A) |
| c) Im (A/R) | f) Im (B/R) |

a) La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?

b) La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?

c) La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?

d) La imagen que el público al que se dirige TV nOTAS tiene de sí mismo.

e) La imagen que el público al que se dirige TV nOTAS tiene de los productores de TV nOTAS.

f) La imagen que el público al que se dirige TV nOTAS tiene de la ética en el periodismo de espectáculos.

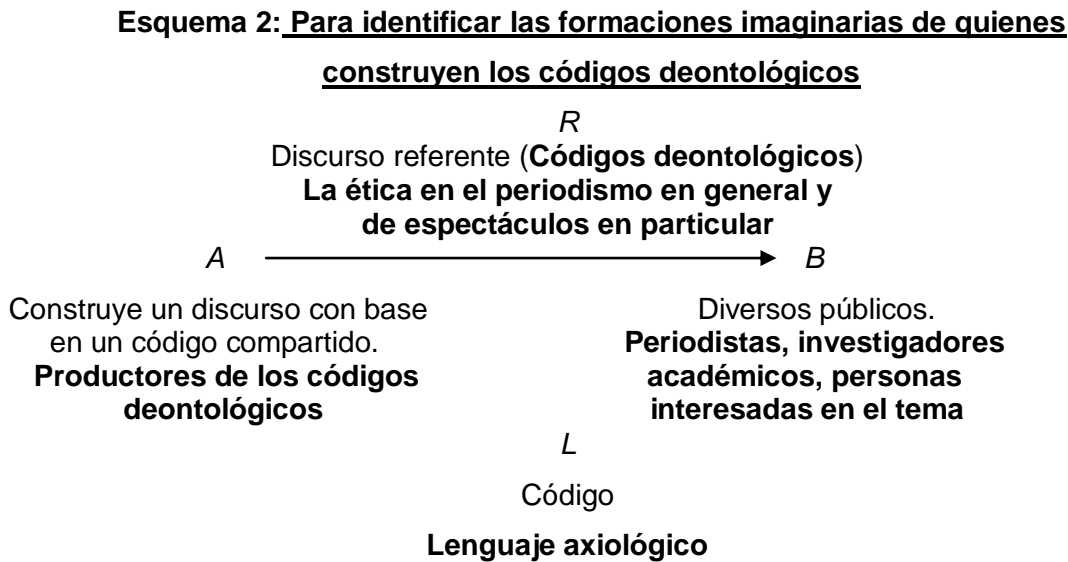
3.4 Delimitación

Con base en el propósito de la presente investigación antes mencionado; y de acuerdo con el planteamiento de las formaciones imaginarias, el estudio se limitará a "A". Lugar que, en este caso, ocupan los productores de las publicaciones de TV nOTAS (directora editorial, jefa de información, reportera, corrector y fotógrafo).

Es decir, se procederá a conocer la imagen que tienen los productores de *TV nOTAS*, de sí mismos, del público al cual se dirigen y de la ética en el periodismo de espectáculos, tema principal de este trabajo. Esto a la vez deja de lado investigar las formaciones imaginarias correspondientes a “B”, lugar que en este caso ocupan los consumidores de las publicaciones de *TV nOTAS*, para otra investigación.

Dichas acciones se llevarán a cabo debido a que, de acuerdo con la hipótesis planteada en la presente investigación, se pretende conocer si: Existe relación teórica y congruencia entre el discurso sobre la concepción de ética periodística que tienen los productores de *TV nOTAS* y el *deber ser* planteado en diferentes códigos deontológicos periodísticos. Con lo anterior, la investigación destacará, como se muestra en el esquema 1, aún más a la formación imaginaria **c) A/R**, es decir, **la imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos.**

En otro esquema:



La formación imaginaria más importante de las derivadas del esquema de comunicación anterior y, por ende, la única que se estudiará para encontrar la relación de la ética entre ambos objetos de estudio (productores de *TV nOTAS* y productores de códigos deontológicos), es la que corresponde a

A/R, es decir, la imagen que tienen los productores de los códigos deontológicos de la ética en el periodismo en general.

3.5 Aplicación de análisis del discurso a través de las formaciones imaginarias

Para llevar a cabo el análisis del discurso, derivado de la aplicación de las formaciones imaginarias a las entrevistas realizadas a los productores de *TV nOTAS*, se recurrió a la utilización de cuadros, los cuales están conformados por las siguientes categorías:

1. Datos generales: número de cuadro, nombre del entrevistado, puesto o cargo, formación académica, fecha de la entrevista y lugar de la entrevista.

2. Formaciones imaginarias (ya se definieron):

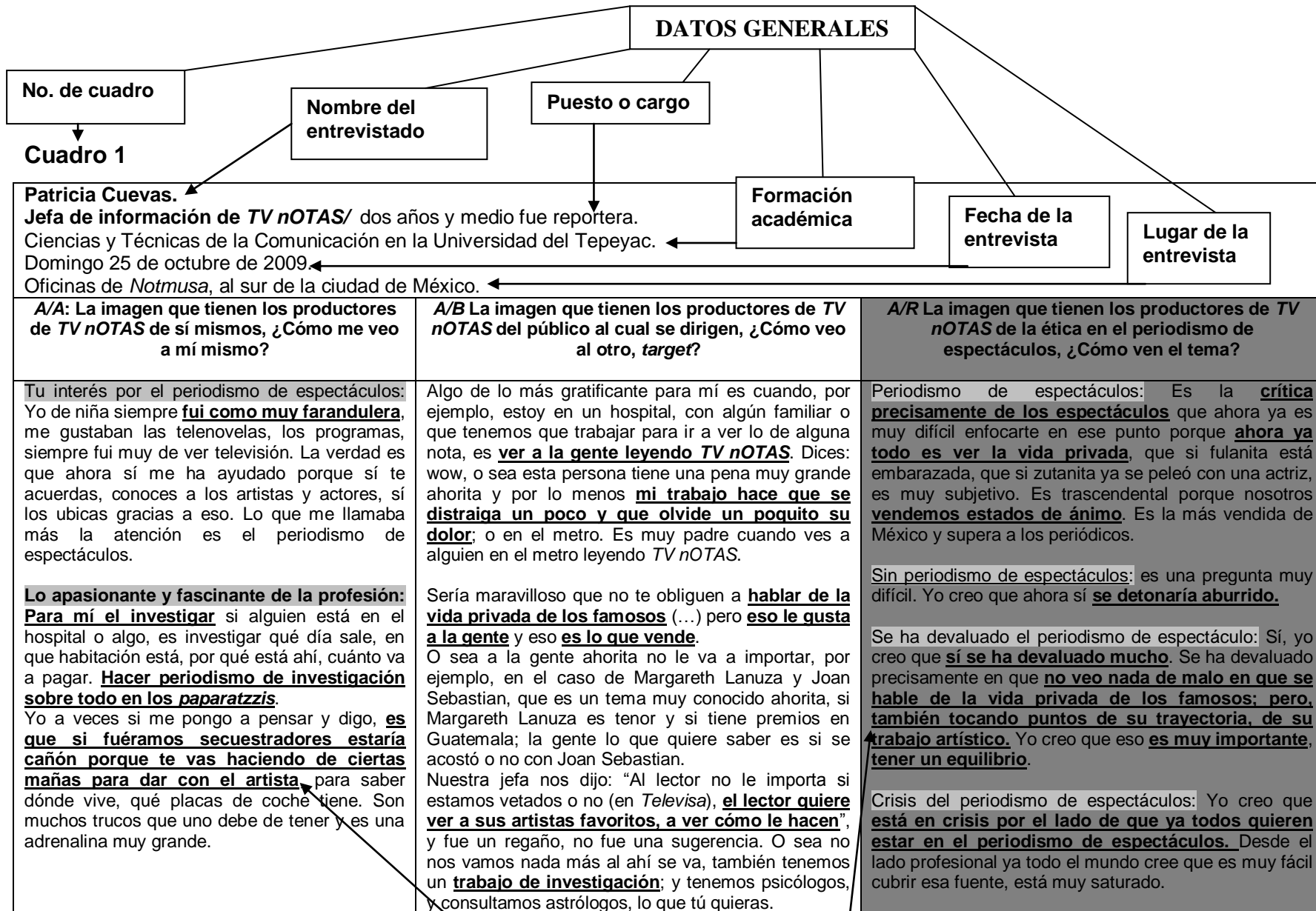
Primera columna: *A/A* la imagen que tienen los productores de *TV nOTAS* de sí mismos.

Segunda columna: *A/B* la imagen que tienen los productores de *TV nOTAS* del público al cual se dirigen.

Tercera columna: *A/R* la imagen que tienen los productores de *TV nOTAS* de la ética en el periodismo de espectáculos.

Aunque para mi investigación lo principal es identificar la formación imaginaria presente en la tercera columna *A/R* (por eso está resaltada) la indagación de las otras formaciones imaginarias (*A/A* y *A/B*) también aporta información interesante para comprender el uso que los entrevistados le dan a la ética periodística en el ámbito de los espectáculos.

Para identificar las huellas discursivas que evidencian en el discurso las formaciones imaginarias se decidió resaltarlas con negritas, subrayado y sombreado. A continuación se muestra uno de los cuadros que se utilizaron. El resto de los cuadros están en los anexos 6, 7, 8 y 9. Y las entrevistas completas realizadas a los productores de *TV nOTAS* están en el anexo 10.



FORMACIONES IMAGINARIAS
A/A; A/B; A/R

HUELLAS DISCURSIVAS

Patricia Cuevas /Jefa de información de TV NOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV NOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>El estar afuera de la casa de un famoso y esperando a que salga con el novio o la novia, o si le está poniendo en cuerno a alguien, o que ya está embarazada y tener las primeras imágenes de la persona embarazada o del bebé, eso es padre. Perseguir a los famosos es apasionante.</p> <p>También es apasionante no tener horario. A mí la verdad es que no me cansa. El horario es muy "x" en esta profesión. Si te gusta hacerlo puedes estar sin comer, sin dormir, mojándote, si quieres peleando con la gente, pero ya cuando ves plasmado tu trabajo, publicado, es cuando dices: valió la pena. <u>Y más cuando tus compañeros comentan tus notas. Sobretudo en este caso de TV NOTAS que todo mundo comenta las notas de la revista, programas de radio y de tele.</u></p> <p><u>Cuando estamos monitoreando los trabajos y vemos que hablan de una nota nuestra nos sentimos muy orgullosos porque quiere decir que proponemos</u> y que, aunque somos criticados, <u>todo mundo toma nuestro trabajo como base. Hacen la nota, de la nota, de la nota.</u></p> <p>Para mí TV NOTAS es <u>la mejor revista de espectáculos en México y en EU.</u> Es mi casa porque aquí desayuno, aquí como y aquí ceno. Aquí convivo con mis compañeros, nos peleamos a morir, nos odiamos y al otro día nos amamos. Es mi segunda casa.</p>	<p>Siempre vamos a <u>irnos más allá de la información</u>, siempre vamos a buscar <u>un plus para los lectores.</u></p> <p><u>Si se hablara únicamente del trabajo de los artistas:</u> Sí resultaría aburrido, sería lo ideal, y la verdad a mí me encantaría. De hecho yo tengo un proyecto de un programa de radio en el que yo quisiera enfocarme más en el trabajo de los artistas, de hablar de su trayectoria, como te digo ese <u>equilibrio y el chismecito</u> y todo, pero también ir a cubrir eventos y todo eso a mí me gusta mucho. Pero sí <u>resulta aburrido para la sociedad</u>, la verdad.</p> <p><u>Función social de TV NOTAS:</u> ¡Ay!, <u>vender un estado de ánimo</u>, que a la gente le llame la atención, que se ría, que lllore, que reflexione.</p> <p><u>A qué público se dirige TV NOTAS:</u> <u>Amas de casa</u>, pero las amas de casa siempre la van a llevar a casa y la van a leer el esposo, el hijo. Mi mamá la compraba o mi papá y en la casa era de entre mis hermanos y yo estárnosla peleando y, ay me toca, y dónde está la revista, dónde está la TV NOTAS. Yo <u>creo que es para toda la familia</u>, pero específicamente para las amas de casa. Y las amas de casa se encargan de moverla.</p> <p><u>Edad:</u> Yo creo que desde los 20, si no es que menos. Yo he visto niños leyendo TV NOTAS, pero yo creo que <u>de los 20 años en adelante</u>. Es que esto te lo podría responder me jefa, pero <u>yo percibo que es género femenino.</u></p>	<p>Hay muchos reporteros, hay muchos medios. Por ese lado sí hay crisis porque todo mundo cree que es muy fácil y que te la pasas en la pachanga, en la fiesta y que todo es diversión, lo cual es falso.</p> <p>El periodismo de espectáculos es especializado. Pues es que <u>ahora cualquiera lo hace, pero yo creo que sí te tienes que preparar</u> porque para eso uno va a la escuela y estudia, y es un empezar de cero. Aquí un periodista de espectáculos te puedo decir que empieza desde monitoreo, a monitorear todos los programas de radio, de tele, leerse todos los periódicos y dar un reporte de lo que está pasando en la farándula, bueno y malo, chismes, no chismes, eventos, lo que sea. Creo que sí te debes de preparar y empezar desde cero porque ahorita cualquiera ya se siente periodista de espectáculos y no.</p> <p>Yo creo que <u>TV NOTAS nunca va a cambiar</u>, al contrario, va a tratar de ser más propositivo y de seguir siendo <u>duro en sus críticas.</u></p> <p>Se puede hacer algo para <u>mejorar el periodismo de espectáculos:</u> Sí se puede mejorar. Es lo que yo te digo, y sí soy muy repetitiva en esta respuesta porque <u>siento que sí debe de haber un equilibrio en la información. Sí hablar mal, pero también hablar bien</u>, porque todos somos humanos. Y no nada más te agarres a un artista para estarle tirando. También habla de su trabajo, también habla de sus triunfos, de sus logros y si no también habla de eso, pero sí, también hablar del trabajo de las personas.</p>

Patricia Cuevas / Jefa de información de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Qué significa para ti formar parte de TV nOTAS: Un orgullo, como periodista, como profesional, como una chava que apenas está empezando a picar piedra, a forjar una trayectoria periodística, sobretodo en espectáculos.</p> <p>Para mí, ya estar en TV nOTAS es como estar en las grandes ligas. Porque yo sé que saliendo de aquí lo que venga es bueno. TV nOTAS es una gran escuela, sobretodo para el periodismo de espectáculos; porque aquí te enseñan a ser humano, te enseñan a ser canijo, o como se dice perro; aquí aprendes muchas cosas: a ser noble, a cubrir, a criticar, también a criticar el trabajo de los actores y de la farándula.</p> <p>Características de quien forma parte de TV nOTAS: Ser muy audaz, tener iniciativa de buscar la nota. De no estar sentado a que te den, de: '¡Ay! vete a cubrir este evento'. O sea, es proponer, tener iniciativa, estar picando, buscar en Internet y nunca decir que no, que no se puede. Yo prefiero decir: No se pudo', a decir: 'No se puede'. Mati sí se fija en eso, en que tengas pasión, pasión por tu trabajo.</p> <p>Creo que todo mundo odia, supuestamente, a TV nOTAS y "Ay no, es que esa revista, y no sé qué", pero la verdad es que les encanta salir en TV nOTAS, les fascina porque, a nivel impreso, yo creo que tienen toda la difusión y toda la publicidad inimaginable que puede existir.</p>	<p>En el precio, la revista subió dos pesos, entonces nos exigen más. La jefa nos dice: "Pues el ama de casa va a decidir si compra un kilo de huevo o compra la revista, ¿no?, entonces tienen que hacer lo mejor".</p>	<p>"Es que TV nOTAS miente", nunca mentimos. La verdad es que todo está grabado, todo tiene imagen. O sea muchos medios sí nos tiran mala onda pero nosotros sabemos que tenemos la verdad en las manos y pues nos hacen publicidad. Sería maravilloso que no te obliquen a hablar de la vida privada de los famosos. O sea a mí a veces sí me molesta que me digan: pero es que le tienes que sacar que se acostó 10 veces con Joan Sebastián, ¿no?, y yo: pero es que no me lo va a decir. Yo creo que habiendo un equilibrio puedes saber manejar bien la información. Porque yo puedo decir Margareth Lanuza que tiene presentaciones en Guatemala y es muy reconocida en su país tiene un romance con el señor Joan Sebastian y ahí ya estás hablando de su carrera y estás hablando del chisme del momento.</p> <p>A los eventos de Televisa no tienen acceso pero: Tenemos mañas, siembre va a haber mañas, siempre. Obviamente para nosotros es más difícil porque no tenemos el acceso como antes. Antes era de TV nOTAS pasen, ahora ya no, ahora es TV nOTAS y nos cierran las puertas.</p> <p>En el caso de TV nOTAS lo trascendental sigue siendo la investigación. Desde el simple hecho de averiguar la dirección de un famoso por lo que tú quieras, para un <i>paparazzi</i>, para lo que quieras, ya es investigar.</p>

Patricia Cuevas / Jefa de información de TV NOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV NOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Cómo lograron el gran impacto: Con trabajo, con mucho trabajo, tratar de no ser mediocres ni conformistas y no hacer las cosas al ahí se va, así de que cubrir tal no y ay sí, ay ya.</p> <p>No, aquí hay una calidad desde el reportero, fotógrafo, el editor, la directora, el jefe de la empresa, o sea las notas pasan por el jefe, no porque sea el jefe, el que sostiene todo esto, él también trabaja.</p> <p>Por sus manos pasan las notas y así nos vayamos de aquí a las dos, tres de la mañana, si él no autoriza una nota, no te vas hasta que la autorice o Matilde, o los editores, dependiendo. Aquí es trabajo, trabajo, trabajo, trabajo, eso es todo.</p> <p>Cómo preparan cada publicación: La revista es semanal, sale los martes. Generalmente el lunes es de flojera, entre comillas, porque ya muchos empezamos a trabajar, a proponer y todo. El martes es llegar hacer una junta, el jefe de información en turno, la jefa, las coordinadoras, los reporteros, los fotógrafos, todos nos reunimos en esta sala de juntas y Matilde va ojeando la revista. Y va diciendo: Cumpleaños Merle Uribe, Paty Cuevas, fotógrafo Alejandro; tal nota, ta, ta, ta y ta, ta, ta, Mati te dice si está buena, si está mala. Aquí son caqadizas y aplausos los martes.</p>		<p>Se hace uso de la superficialidad o siempre hay investigación. Te voy a ser bien sincera. Para mí, Pati Cuevas, no. Para la revista sí porque es lo que vende. A mí si me gusta hablarles y preguntarles, oye te vi, qué onda, porque si me puede decir que es su novio ya tienes la nota, pero si te dice es que es mi amigo, ¡ah! a poco besas a tus amigos, no. Y así lo pongo, yo cumplo con preguntarles.</p> <p>A mí me gusta mucho tener empatía con los artistas. Un secreto que yo tengo y que gracias a Dios me ha funcionado y que aparte yo soy así, muy sensible, muy humana, muy noble.</p> <p>Es ponerme los zapatos de la otra persona, porque entras en una empatía, la comunicación es más subida, compartes experiencia de vida y tu entrevista sale mejor.</p> <p>También me ha pasado que hay veces que me confiesan cosas terribles, que digo ¡wow! esta es la nota y que a los cinco minutos me hablan y me dicen oye por favor no vayas a publicar eso que te dije. Me he quedado con información muy, muy buena, porque me hablan hasta llorando. Y digo: ¡Ash!, tengo compañeros que sí lo hacen y eso tampoco se me hace lindo, pero yo no.</p> <p>Y yo creo que he ganado más siendo honesta y tratando de ser respetuosa, sobretodo. Porque yo sé que si yo respeto algo que me pidan voy a ganar más adelante, te ganas la confianza.</p>

Patricia Cuevas / Jefa de información de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Bono, <u>si publicaste portada te dan tu bono</u>, que tus mil, que tus dos mil, que tus tres mil, que tus cinco mil, que tus 10 mil pesos, depende del humor de la jefa y de la nota que hayas publicado. Y ya, el martes es empezar de cero, el martes si yo publiqué tres notas de portada a Matilde no le importa. Tú el martes empiezas de cero y el jueves hay otra junta que se llama confesionario (donde tiene que) entrar uno por uno y decir: yo tengo esta nota, tengo esto, estoy investigando esto, fíjate que tengo planeado irme aquí, me dejas irme de viaje a tal lado, y ella decide, sí, no, no, sí, ¡Ah! mejor búscale por aquí, ¡Ay, muy bien!, felicidades. Y empiezan a armar tus notas.</p> <p>Cómo detectas que algo no es factible que TV nOTAS lo publique: Depende del artista, porque <u>hay artistas que venden y artistas que no venden</u>.</p> <p><u>Un artista que no vende si te tiene un escándalo por supuesto que lo metes</u> ¿no?, como Beto el Boticario que anduvo con Adriana Lavat y con la mamá, ¿no?, esa fue una nota, una bomba, tú qué te ibas a imaginar que Beto el Boticario tenía eso ¿no?</p> <p>Uno a veces, como reportero o como periodista ya amañado, dice: ¡Ay no ese güey ya no me da nota!, ¡Ay no Pituca la India María, no qué flojera!, pero aguas, porque la India María, o los artistas, o la gente que ya está olvidada te puede dar la sorpresa y eso es lo que nosotros hacemos aquí.</p>		<p>Ay para mí <u>la ética periodística es el respeto</u>. Es lo que te estaba diciendo, es no atreverme a publicar o a mencionar, o a cantar una nota, cantar es decirle a mi jefa: Oye Mati fíjate que me enteré de que Alberto Vázquez va a ser papá. Mi jefa no va a decir ay sí, ya, ya, vamos a poner que ya va a ser papá. No, <u>yo ya tuve que haber investigado antes</u>. Decirle fíjate Mati que averigüé esto en Internet, me metí a la página de su novia y ella pone mensajitos. <u>Ya tener una investigación para poder cantar tu nota</u> y que tu jefa te dé todo el libre albedrío para seguirla o decirte sabes qué, que eso no me interesa.</p> <p>O si te dice ¿Sabes qué?, que esto está buenísimo, búscalo, háblale a la hija, háblale a la mamá, pregúntales, búscate fotos, vete a España o vete a Torreón y trata de ver si está o no embarazada la mujer.</p> <p>Esa es <u>la ética, tener las bases y siempre, siempre la pruebas en la mano, aunque digan que mentimos, no mentimos, siempre vamos a tener pruebas: una grabación, documentos, fotografías, lo que tú quieras, testimonios</u>. Para publicar una nota tenemos que tener las pruebas en la mano porque si no, no la puedes publicar, no te puedes atrever a publicar algo que no. Aunque nos desmientan y se cansen de desmentirnos, pero bueno.</p> <p><u>Código de ética en TV nOTAS o Notmusa</u>; No. Pero pues <u>el código de ética lo debes de tener tú</u>, ¿no? <u>¿Lo sientes más personal?</u> Sí, claro. <u>Es tu código personal, es tu código de valores. O sea es que así es, son las decisiones que tú tomes.</u></p>

Patricia Cuevas / Jefa de información de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Si tú te das cuenta hay actores olvidados que te dan excelentes notas y que rescatamos, que hasta nosotros llegamos a rescatar.</p> <p>Cambios más sobresalientes en TV nOTAS: ¡Uy! Ha habido muchos cambios internos, se ha ido mucha gente. Gente muy talentosa, se fue una jefa de información muy buena. Pero es que a veces la presión es mucha, mucha competencia. Ya a nivel interno hay mucha presión, mucha competencia, mucho chisme, mucha mala vibra, como en todo; y a veces la gente como que se cansa.</p> <p>El número más vendido de TV nOTAS: No (sé), pero si quieres te lo puedo averiguar. Yo creo que fue Niurka, vende muy bien.</p> <p>No pues, es que te digo somos odiados, amados, cada quien es libre de opinar lo que quiera, lo que sienta, lo que percibe, ¿no?, yo te puedo decir que TV nOTAS es al continuación de <i>Notitas Musicales</i>, por ejemplo, entonces imagínate, ha crecido. Y también nosotros hablamos del trabajo de los artistas, si tú te das cuenta hemos cubierto <i>Back Stage</i>, hemos cubierto obras de teatro, hemos hecho notas muy bonitas, unas notas de color muy padres, hemos cubierto conciertos, palenques, hacemos locaciones de telenovelas. O sea, hacen críticas de las telenovelas, de ciertos programas, o sea, es muy completa la revista, muy completa. Creo que si la revista fuera un programa de tele sería otro trancazo.</p>		<p>Cómo aplican la ética en la selección y redacción de la información: Como te digo, investigando. Mi ética es tener la convicción de que estoy diciéndole la verdad a mi jefa, que en este caso es Matilde Obregón.</p> <p>Ejemplo del trabajo que realiza Patricia Cuevas: Hubo una nota que salió de la hija del Temerario que vive en Fresnillo. La mujer me habló para insultarme, yo le pedí una entrevista.</p> <p>Primero fui a Fresnillo y entrevisté al abuelo, el abuelo me dijo todo lo que viste publicado, regresé a los 15 días y busqué a la mujer, porque Mati me dijo, no, pues búscala, y (la hija del Temerario) me dijo: sí, sí te voy a dar entrevista. Me hizo cambiar un vuelo y a la mera hora me mandó a una abogada a decirme: sabes qué, Adriana no se va a presentar porque fíjate que le ofrecen 150 mil pesos, que si quieres negociar para darte la entrevista.</p> <p>Yo me molesté mucho porque me hizo cambiar un vuelo de avión, o sea esas son pérdidas para la empresa y son regañones para mí. Yo ya lo tenía seguro, así de sí, sí, ya me va a dar la entrevista. Me cambió toda la jugada y dije <i>ok</i>. Obviamente le dije a esta fulana sabes qué, dile que no se le va a pagar ni un quinto y que muchas gracias, que no me interesa. Fui, busqué su dirección porque estaba escondida, averigüé dónde vivía, no moví el dedo del renglón y fui a paparatzgearla.</p>

Patricia Cuevas / Jefa de información de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>La <u>competencia</u>: TV nOTAS no tiene competencia. Supuestamente la competencia de TV nOTAS es Tv y Novelas y Mi Guía.</p> <p>Pero la verdad es que todos los martes cuando nos sentamos y vemos <i>Tv y Novelas y Mi Guía</i>, dices: ¡Ay hueva, qué flojera! Ya tenemos más de un año vetados (de <i>Televisa</i>), y no parece, pero le sufrimos y le sudamos la gota gorda para eso. Pero, pues, también hay que darle su crédito, luego sacan notas buenas que a nosotros se nos van. Pero de una nota que a nosotros se nos va a ellos se les va toda la revista, o sea, y la jefa luego nos dice: "Retomen esa nota". Pero cuando lo retomamos lo hacemos mil veces mejor.</p> <p><u>Diferencia</u> entre TV nOTAS y otras publicaciones: Si llegamos a retomar una nota de <i>Tv y Novelas</i> o de otra revista o de otro medio es porque TV nOTAS lo va a hacer mil veces mejor. Revistas como <i>TV nOTAS</i> desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos: Que no estoy de acuerdo. Es que no has desvirtuado, o sea es la información, y es la información que sale en todos los medios, nada más que TV nOTAS siempre lo va a hacer mejorado, tal vez por eso causa tanto morbo y tanto coraje en mucha gente. Y los mismos medios, tus propios colegas tratan de desprestigiarte porque no soportan que un medio sea capaz de superarlos. Es la misma competencia la que desvirtúa, trata de desvirtuar tu trabajo. Porque siempre te están desmintiendo. ¡Ah!, te desmienten pero hablan de tu nota, o sea, cómo.</p>		<p>Yo quería hacer bien las cosas, bien me refiero a una entrevista, a su versión, a todo. Yo me tuve que venir con la información que me dieron los vecinos, con la información que me dio el abuelo y con lo que yo vi, con las fotos que tomé con mi fotógrafo.</p> <p>Bueno, me habló para decirme... me insultó, me mentó la madre, me dijo que me iba a demandar, me amenazó, que no sabía con quién me metía, bueno, y sabes qué, a final de cuentas no me preocupó. Nunca me había pasado algo así, porque sí sentí feo, pero ya después, pensando no tengo de qué preocuparme porque yo no inventé nada, porque están las imágenes y porque el abuelo, o sea el papá de ella me dio la entrevista antes. Yo me tengo que quedar con el material que tenga.</p> <p>Entonces son experiencias que dices ¡ay!, pero ella me puso a la abogada a insultarme horriblemente, y la tengo grabada, porque yo todo grabo, porque me amenazó.</p> <p><u>Miedo a que te agredan</u>: No, esta ocasión sí. Ya después me reí porque dije, bueno, por qué me voy a preocupar si yo no estoy mintiendo, si yo tengo todas las pruebas. Por que me decía: "¡Es que!, ¡Mi papá no te dijo eso!", claro que me lo dijo y lo tengo grabado. Es que eres una mentirosa y una puerca, y tu jefa es una puerca y chingas a tu madre", así, horrible, y mi mamá escuchando porque me habló al Nextel. Mi mamá sí se preocupó, pero yo me preocupé más por mi mamá que por mí, porque nunca me había pasado algo así.</p>

Patricia Cuevas / Jefa de información de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p>Entonces a final de cuentas dije: Bueno, y por qué me voy a estar preocupando por una loca que primero quiere <u>vender la entrevista</u> en 150 mil pesos y después me sale con que ya no quería hablar. Esta vieja lo que quiere es dinero, quiere sacar provecho de su situación y es válido, pero no con nosotros porque <u>jugó sucio</u>.</p> <p>Presentar en cada publicación que en TV nOTAS pagan más por fotografías o videos no es ético: Si vale la pena por supuesto que se te paga.</p> <p>Eso es ético: Híjole, no sé. ¡Ay!, ¿eso es ético?, ¿el que tú <u>pagues por la información</u>? <u>Sí es ético siempre y cuando investigues si es verídico o no el material.</u></p> <p>Ustedes reciben un material e investigan: ¡Claro!, tenemos que <u>investigar si hay fotomontaje en las fotos</u>, si no, tenemos que hablarle al artista y preguntarle, si no te contesta el artista, ni modo lo sueltas, pero estás cumpliendo con avisarle al artista. Oye sabes qué me llegó este material, andas o no andas; estabas tomado o no estabas tomado; o "X".</p> <p>Y cuando las imágenes no son tan claras: Ahí ya no sé, eso ya depende de los editores, ahí sí yo no sé. Pero <u>sí se investiga, aparte eres un medio de comunicación, o sea, está en juego la credibilidad del medio.</u></p> <p>Yo creo que <u>todo lo que se publica</u>, de verdad te lo digo, esté borroso o no esté borroso, como tú quieras, <u>tiene bases sólidas para atreverte a sacarlo</u>. Nunca se sacan las cosas al ahí se va, nunca, nunca, nunca.</p>

Patricia Cuevas / Jefa de información de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p>El <u>límite entre lo público y lo privado</u> para TV nOTAS: No, <u>no hay límite, hasta donde el artista se deje y hasta donde tú logres.</u></p> <p><u>El sensacionalismo es hacer una nota "X" un súper notón</u>, es hacerlo muy grande, muy <u>escandaloso</u>. Sensacionalismo, ejemplo, Beto el Boticario con la Lavat y la mujer, a lo mejor y Beto el Boticario no andaba con la Lavat.</p> <p>A lo mejor se dieron un beso y nosotros pusimos: ¿Qué, qué? Que Beto el Boticario tenía romances con la mamá y la hija, eso es sensacionalismo.</p> <p><u>Chisme es dejarte guiar por lo de las famosas fuentes. Una fuente me dijo...</u> ¿no? y ponerlo. Pero pues tú ya lo tienes grabado y...en determinado momento demuestras quién fue la fuente... Exactamente. Chisme es dejarte guiar por lo que te dicen los demás, por creerle a los demás y tal vez no investigar, aunque <u>aquí sí se investiga.</u></p> <p>Entonces ¿TV nOTAS no publica chismes?, por ejemplo, te llega el chisme, investigan y lo publican, pero entonces dejaría de ser chisme, ¿no?: <u>Dejaría de ser chisme.</u></p> <p>A mí el propio esposo de una actriz me dijo: Nos estamos reconciliando, estamos yendo a terapia, pero por favor no quiero que se entere fulanita, tuve que <u>protegerlo y ponerle una fuente. Todo es verídico, pero tienes que proteger también a quien te da la información.</u></p>

Patricia Cuevas / Jefa de información de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p><u>El morbo es como meterte más, como desnudar la información, como que ser más detallista.</u> Un ejemplo que yo te puedo dar es la entrevista que le hice a Jorge Peralta cuando salió de la cárcel, al ex de Sabine. ¿A qué olía?, ¿Qué te hicieron?, ¿Te violaron?, ¿No te violaron?, ¿Qué comías?</p> <p>Problemas de que correctores o editores hayan cambiado la información: Sí se da, pero ya también depende de que tú exijas que no se ponga. Pero te dicen, no es que Matilde así lo quiere, ni modo.</p> <p>Pero a veces sí tú puedes decir: oye pero es que aquí yo no puse esto, yo no quiero y ya como que tratan de cambiarlo. <u>Tú tienes que firmar tu nota,</u> cuando ya está aceptada por Matilde, por todos, tú la tienes que firmar, leerla, volverla a corregir porque si se te va un error de dedo o algo también, los de corrección no son todo poderosos ¿no? se les van cosas, y tienes que corregir y pues volvérselas a dar.</p> <p>Tienes que firmar tu nota <u>y al firmar prácticamente también tu jefa se lava las manos.</u></p>

3.6 Aplicación del análisis del discurso para la identificación de la formación imaginaria de quienes construyeron los códigos deontológicos acerca de los elementos que componen la ética periodística en el periodismo de espectáculos

Ahora bien, para comparar las formaciones imaginarias de los productores de *TV nOTAS* con el deber ser obtenido, como ya se ha mencionado, de los valores universales contenidos en los diversos códigos deontológicos también se elaboraron 13 cuadros comparativos.

En los primeros tres cuadros se define al periodismo de espectáculos, a la ética y a la deontología periodísticas. En la primer columna se coloca la definición obtenida de la información presente en los capítulos 1 y 2 sobre los conceptos; y en la segunda columna se muestra lo dicho por los productores de *TV nOTAS* con respecto a los mismos.

Posteriormente, como se mencionó en el capítulo 1, se realizó un análisis de contenido para identificar los valores que se repetían en más códigos, así se establecieron como punto de referencia y comparación. De ahí se obtuvieron los que ya se han mencionado, pero que creo oportuno citar nuevamente para ubicarlos:

- Veracidad.
- Respeto a la vida privada.
- Sensacionalismo.
- Información comprobada y completa.
- Métodos lícitos y dignos para la obtención de información.
- Secreto profesional.
- Rectificar cuando se registre un equívoco; derecho de réplica.
- No aceptación del “chayo”, regalos, sobornos, etcétera.
- Funcionar acorde con la empresa.

Una vez aclarado lo anterior, procederé a explicar la manera en la que están conformados el resto de los cuadros.

En la parte superior se encuentra escrito el valor universal contenido en los códigos ya que es uno de los elementos que conforma el deber ser de la ética periodística.

Después hay dos columnas. La primera muestra lo que se dice de ese valor en los códigos deontológicos y por parte de investigadores expertos en el tema; y la segunda lo que los productores de *TV nOTAS* dijeron acerca de cada uno de los valores.

Esto permitirá construir la formación imaginaria de ambos para luego contrastar, analizar, interpretar, contextualizar y concluir.

Las huellas discursivas en estos cuadros se identifican subrayando, lo que permite hacer una construcción de la formación imaginaria. A continuación se muestran los 13 cuadros:

Periodismo de espectáculos	
Definición obtenida del capítulo 2	Definición de los productores de <i>TV nOTAS</i>
<p>*El <u>periodismo de espectáculos</u> se encarga básicamente de <u>informar y dar conocer lo que sucede en el ambiente artístico</u>, es decir, televisión, teatro, cine, música, entre otros.</p> <p>* Para Patricia Chapoy, directora de espectáculos en <i>TV Azteca</i>, la industria del espectáculo puede ser cuestionada por frívola, <u>constituye una verdadera válvula de escape para el público</u> sin importar su edad profesión o situación económica.</p> <p>*Los cambios en la forma de presentar la información referente a los espectáculos se dieron en los años 90. <u>Antes de esto había condescendencia y promoción, a diferencia de la crítica de hoy, predominaban el dar a conocer el trabajo de los artistas así como las felicitaciones al mismo.</u></p> <p>Según Patricia Chapoy, <u>el periodismo de espectáculos en México había estado marcado por la complacencia y la superficialidad. Los periodistas no iban más allá de tomar dictado a las celebridades sin cuestionar sus carencias profesionales, tropiezos o desplantes. Y en cuanto a la desordenada vida que algunos llevaban, la simulación era una práctica común. Nadie sabe, nadie supo.</u></p> <p>Álvaro Cueva considera que: En México confundimos lo que es periodismo de espectáculos con periodismo del corazón. <u>Tenemos muy poco periodismo de verdad enfocado al espectáculo, me refiero a un periodismo que hable sobre el trabajo de las estrellas, sobre la industria del espectáculo, y que sirva de plataforma para que el ciudadano común y corriente se entere de lo que pasa ahí.</u></p>	<p>*Jefa de información: <u>Ahora se le llama periodismo de espectáculos a involucrarte en la vida privada de los famosos, de los artistas de la farándula.</u> Pero en sí, el periodismo de espectáculos es <u>la crítica precisamente de los espectáculos que ahora ya es muy difícil enfocarte en ese punto porque ahora ya todo es ver la vida privada</u>, que si fulanita está embarazada, que si zutanita ya se peleó con una actriz, es muy subjetivo.</p> <p><u>Se ha devaluado</u> en que no veo nada de malo en que se hable de la vida privada de los famosos; pero, también tocando puntos de su trayectoria, de su trabajo artístico. <u>Es muy importante tener un equilibrio.</u></p> <p>Podría mejorar con un equilibrio en la información, <u>sí hablar mal, pero también hablar bien</u>, porque todos somos humanos. Y no nada más te agarres a un artista para estarle tirando. También habla de su trabajo, también habla de sus triunfos, de sus logros. Se trata de un <u>periodismo trascendental por vender estados de ánimo</u>; y que sin éste se detonaría aburrido.</p> <p>Ahora cualquiera ejerce en éste periodismo, pero yo creo que sí te tienes que preparar porque para eso uno va a la escuela y estudia, y es un empezar de cero.</p> <p>*Directora editorial: Los artistas de ahora han cambiado, ya no son como en la época de los 50, <u>ahora el que no enseña no vende y si ellos se han diversificado y han desvirtuado el canto y la actuación, también nosotros tenemos que ser más agresivos.</u> Además, <u>a la gente no le interesa cuántos discos venden o en qué novela está, sino que quieren saber con quién anda, qué hace y cómo es.</u></p> <p>*El fotógrafo de <i>TV nOTAS</i>, piensa que el periodismo de espectáculos <u>ha tenido otra vertiente más hacia cuestiones morbosas y superfluas de la vida de los artistas y de los famosos de la farándula</u>". Plantea que se trata de <u>manejar cuestiones muy personales, íntimas.</u></p>

Periodismo de espectáculos

Definición obtenida del capítulo 2	Definición de los productores de <i>TV NOTAS</i>
<p>Patricia Chapoy dice que el periodismo de espectáculos: <u>Dejó de ser complaciente con las estrellas</u>. Ya no se trata sólo de informar “sobre lanzamientos, estrenos o discografía reciente, <u>sino que comenzó a denunciar y a dar seguimiento a los escándalos—personales y judiciales—protagonizados por las celebridades</u>.</p>	<p>Sí, definitivamente sí (se ha devaluado). <u>Porque ha dejado de ser periodismo a mero chisme</u>, se ha denigrado.</p> <p>Para una mejora se tiene que encontrar un equilibrio <u>entre el periodismo verdadero de espectáculos y el chisme ¿no?, y el morbo</u>. O sea <i>ok</i>, de acuerdo, el chisme vende, el morbo vende, pero, realmente lo tienes que equilibrar con un contenido de <u>periodismo verdadero</u>. <u>No puedes estar atacando, atacando, atacando</u> a los artistas y balconeando su vida personal.</p> <p>Desgraciadamente <u>el chisme ya no lo puedes erradicar porque el periodista de espectáculos ha creado un monstruo con todo esto que es alimentar el morbo de la gente</u>, el chisme. Solamente podrías rescatarlo utilizando como medio de conducto el equilibrio.</p> <p>El periodismo de espectáculos <u>es más bien de entretenimiento</u>. Se me hace más importante y más trascendente, <u>por ejemplo, el periodismo de la política</u> porque tiene que ver con el rumbo del país, decisiones importantes que la gente tiene que tomar para que el país mejore culturalmente, económicamente y socialmente.</p> <p>Para ejercer este tipo de periodismo sí, <u>necesitas estar preparado</u>. No cualquiera, <u>sí tiene que ser un periodismo especializado, tienes que lograr una trayectoria para entonces saber cómo está el movimiento</u>. Tienes que conocer a los artistas, tienes que crear una base de datos, desde sus domicilios hasta sus coches, y sus hijos, quiénes son, todo.</p> <p>*El corrector anónimo dice: <u>El modo de presentar la información quizá haya cambiado</u>, a lo mejor <u>en los últimos años se ha concentrado más o se ha dirigido más hacia lo espectacular, hacia lo llamativo, lo chismoso de las notas</u>, esa es la tendencia de las revistas de espectáculos.</p> <p>Niega una devaluación y plantea: <u>más bien yo diría que a mayor crisis social</u>, que es la que estamos viviendo, <u>más importancia adquiere el ámbito</u>. Y yo creo que al contrario, no sé si decir que <u>ha tenido más bien un auge</u>.</p> <p>Este tipo de periodismo <u>mejoraría si los artistas, los famosos y las televisoras, abrieran sus puertas para que se pudiera tener más información</u>, tenerla de primera mano.</p> <p>Este periodismo <u>cumple una función social muy importante porque contiene información de distintos ámbitos que son de interés público</u>.</p> <p>Es más fácil que este periodismo lo realice alguien que ha tenido contacto, que ha estudiado materias relacionadas con periodismo, primordialmente.</p>

Periodismo de espectáculos	
Definición obtenida del capítulo 2	Definición de los productores de TV nOTAS
	<p>*<u>La reportera</u>, habla de <u>dos vertientes</u> en periodismo de espectáculos: <u>el que es muy informativo y el que es la nota rosa</u>, las revistas del corazón, del chisme y el escándalo.</p> <p>Este tipo de periodismo se ha devaluado. Esto tiene, yo le calculo unos 15 o 16 años... como que <u>poco a poco se ha ido degenerando</u>, como que ha perdido lo que debería de ser el periodismo de espectáculos de este país. Yo hoy día no sé quién va a estar en El Auditorio el viernes ¿no?, o yo no sé qué películas están ahorita en cartelera, creo que <u>eso debería de ser, información; más que chisme, más información.</u></p> <p>Le gustaría que dentro de la revista hubiera dos páginas dedicadas un poco más a la información ¿no?, dándole un poquito a la gente algo. <u>No informamos que fulanita acaba de sacar un disco, que zutanito está dirigiendo tal película o que menganito está en una obra de teatro, sino que informamos que zutanito está embarazado, que menganito se divorció y que zutanito es gay.</u></p> <p>Periodismo de espectáculos no es tan <u>importante</u> como el <u>político</u> o el <u>económico</u> porque <u>una nota de espectáculos no mueve a un país. Pero una nota política puede mover a un país, puede ocasionar una marcha.</u></p> <p><u>Es muy fácil trabajar el periodismo de espectáculos.</u> Porque <u>es más fácil</u>, en este país, <u>recordar</u> si Michelle Vieth se divorció de Héctor Soberón porque salió en un <u>videoscándalo</u>, <u>que recordar</u> en este país a Lucio Cabañas o recordar la Guerra Cristera, o recordar <u>algún evento social que haya marcado a este país.</u></p>

Ética periodística

Definición obtenida del capítulo 1	Definición de los productores de <i>TV NOTAS</i>
<p>*Es la <u>ciencia que se ocupa de la moral en todas sus formas. El valor supremo es el Bien: hacer el bien y evitar el mal.</u></p> <p>*La <u>ética contiene las normas de grupos determinados</u>; por eso hay normas para abogados, las hay para médicos o para contabilistas o para periodistas, que <u>no tienen el mismo grado de obligatoriedad para quienes no pertenecen a estos grupos profesionales.</u></p> <p>*La <u>ética no pregunta cómo se conducen los hombres</u>, ese juicio de valor se le deja a la moral. <u>Lo suyo es establecer cómo tienen que conducirse.</u></p> <p>*Es una <u>ciencia práctica</u>, porque <u>se refiere a las acciones de la persona que son controladas por la razón y por la voluntad del hombre cuando éstas actúan libremente</u>. No es un saber por el saber mismo, sino un saber para la práctica, que nace de la práctica misma.</p>	<p>* Jefa de información: La define como el <u>respeto</u>. Es <u>no atreverse a publicar, a mencionar o cantar una nota nada más porque sí, debe haber como antecedente una investigación. Esa es la ética, tener las bases y siempre, siempre la pruebas en la mano</u>; aunque digan que mentimos, no mentimos, siempre vamos a tener pruebas: una grabación, documentos, fotografías, lo que tú quieras, testimonios. <u>Si no cuentan con las pruebas no pueden publicar la nota.</u></p> <p>* Corrector anónimo: la ética <u>es un elemento fundamental</u> (que) no se practica todo el tiempo, no todos la practican, desgraciadamente. La ética es importante porque forma parte y <u>está estrechamente ligada con el compromiso que uno tiene en su trabajo</u>. Si uno aplicara la ética al 100% otra cosa sería, habría mucho mayor información y eso abriría muchos canales de comunicación con los propios artistas, (quienes) se quejan de que lo que se publica es mentira; y, bueno, habría que ver hasta dónde es ético o no lo que se publica. <u>Si fuera 100% ético no habría nada de qué quejarse, porque habría ética de una parte y habría ética de la otra.</u></p> <p>* Fotógrafo: <u>saber qué es lo bueno y qué es lo malo a tu juicio. Qué es lo que puede repercutir negativamente en la sociedad, qué puede ser un mal ejemplo o resultar una apología de algún delito o de alguna cuestión superflua o negativa.</u> Y pone como ejemplo a las <u>infidelidades</u>, dice que la gente lo puede tomar como: "¡Ah! si Gabriel Soto le fue infiel a Geraldine Bazán, pues yo también le voy a ser infiel a mi chava, hasta los famosos lo hacen. Esta cuestión es grave y ahí entra la ética profesional de los editores, finalmente son los que <u>dicen esto se publica, esto no se publica</u>. Los editores deben tener más ética que el reportero incluso.</p> <p>* Reportera: Primero, <u>no fallarme a mí misma</u> ante el juramento que hice alguna vez cuando hice mi examen profesional. <u>Y no fallarle a mi estilo</u> de hacer periodismo, a mi estilo de buscar a los artistas. <u>Intento no lastimar</u>, intento, hasta ahorita han sido contadas las veces que alguien me haya hecho algún <u>reclamin</u>, <u>esa es mi ética</u>. Y el <u>ganarme mi dinero honradamente, sin sobornos, sin amenazas, esa para mí es la ética profesional</u>. <u>El respeto que me merezco</u> yo también ante los artistas, no dejar que nadie me grite, ni que nadie me humille.</p>

Código deontológico	
Definición obtenida del capítulo 1	Definición de los productores de TV nOTAS
<p>*En un sentido etimológico, <u>deontología hace referencia a la ciencia del deber o de los deberes. Deon, deontos significa obligación, deber, y logía, conocimiento, estudio.</u></p> <p>*Los códigos deontológicos son las <u>reglas de conducta profesional.</u></p> <p>*Deontología periodística es el conjunto de <u>principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo, por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad social.</u></p> <p>* La existencia de un código deontológico en el gremio periodístico representa <u>la manifestación inequívoca de voluntad de cambio para ser mejor.</u></p>	<p>*La jefa de información y el fotógrafo, dicen que no existe un código deontológico en TV nOTAS.</p> <p>* Jefa de información: El código de ética <u>lo debes de tener tú y son las decisiones que tú tomes.</u></p> <p>*Fotógrafo: No se aplica ninguna ética aquí en el <u>periodismo de espectáculos, ninguna. Un chisme entre más fuerte, entre más grave, mejor. Va a vender más. Los dueños de esta compañía editorial y los grandes empresarios editoriales, solamente piensan en términos económicos, no les importan los términos periodísticos.</u></p> <p>*El corrector anónimo y la reportera, hablan de que, aunque no esté impreso, <u>sí existe un código de ética que conocen en la práctica de su trabajo y se refleja en el compromiso que adquieren con la empresa.</u></p> <p>*Corrector anónimo: <u>Se van marcando las pautas de cómo debe de ser la actuación y el trabajo de cada quien, por supuesto implica ética, profesionalismo, ser reflexivo, ser profundo, tener esa chispa, analítico, y tratar de adelantarse a lo que puede suceder. Es un compromiso formal ante la empresa de la cual formas parte.</u></p> <p>*Reportera: Obviamente hay códigos de ética internos. Existe el <u>respeto al artista; por supuesto el respeto al medio; el no vender notas que tú estás trabajando afuera.</u></p>

Veracidad

Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV de nOTAS
<p>*La <u>función principal del periodismo es la búsqueda de y difusión de la verdad</u> sobre asuntos de interés público.</p> <p>*La verdad del periodista es su <u>fidelidad en la descripción de los hechos</u> de que es testigo, o sobre los que ha reunido documentación.</p> <p>*La veracidad se relaciona estrechamente con el término de <u>objetividad</u>. Cuando <u>la información parte de un conocimiento exacto y cierto, de una reflexión consciente y de una rectitud intachable de intenciones</u>, en esto consiste la imparcialidad, o la absoluta objetividad.</p> <p>*La objetividad en el periodismo se refiere a la noticia que <u>presenta los hechos tal y como sucedieron</u>, es decir, se trata de evitar todo aquél comentario derivado de una interpretación por parte de los periodistas, aspecto que tiende a relacionarse con la subjetividad.</p> <p>* El <u>Código Internacional de Ética Periodística</u> de la UNESCO establece que el pueblo y las personas tienen el derecho de recibir <u>una imagen objetiva de la realidad</u> por medio de una <u>información precisa y completa</u>.</p> <p>*La declaración de <u>Principios de Conducta de los Periodistas</u> de la Federación Internacional de Periodistas destaca el <u>respeto a la verdad</u> y al derecho del público a la verdad es el <u>primer deber de todo periodista</u>.</p> <p>*Es un deber ético del periodista brindar información veraz. Un periodista cumple con este deber en la medida en que: a) <u>Contrasta fuentes de información</u>; b) Realiza un trabajo diligente en la búsqueda de hechos noticiosos; c) <u>Identifica claramente cuando se trata de rumores</u> o de informaciones no confirmadas y d) <u>Fundamenta las notas informativas que escribe y rechaza el uso de frases ambiguas</u> como “se dice”, “se comenta”, “parece ser” y otras similares que induzcan a confusión.</p>	<p>*Directora editorial: <i>TV nOTAS</i> marcó la pauta en cuanto a <u>decir la verdad</u>. <u>Si estuviera mintiendo no estaría aquí</u>.</p> <p>*Jefa de información: <u>Nunca mentimos</u>. Aplican la ética en la selección y redacción de la información investigando. Mi ética es tener la convicción de que <u>estoy diciéndole la verdad a mi jefa</u>.</p> <p>*Corrector anónimo: Uno de los aspectos relevantes éticos de <i>TV nOTAS</i> es <u>dar información verídica</u>. Lo que se publica, todo está grabado, todo lo dijo el artista. <u>No se inventan cosas</u>, si lo que dijo el artista es mentira eso ya no es nuestra culpa, ¿si me explico?, en ese sentido la información es fidedigna y así lo defendemos nosotros en la revista. Si está publicado es porque <u>así fue dicho, no le agregamos ni le inventamos nada</u>. Pueden llamar a <i>TV nOTAS</i> <u>amarillista y escandalosa</u>, por la naturaleza de la información, <u>pero eso no la hace ni mentira, ni falsa, ni nada. Es verdad</u> porque lo dijo el artista y lo tenemos grabado, tenemos cómo respaldarlo.</p> <p>*Reportera: Entre los aspectos más importantes del código de <i>TV nOTAS</i>, que no existe impreso, están: la <u>excelencia en tu trabajo</u>, obviamente la <u>objetividad, la veracidad</u>. <i>TV nOTAS</i> tiene una página de internet, cualquiera se puede meter y escucha los audios, que son reales. En <i>TV nOTAS</i> no pueden publicar algo que no sea verdad, o sea, hay una <u>calidad en la información</u> en muchos sentidos.</p>

Respeto a la vida privada	
Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV nOTAS
<p>*El código de la UNESCO plantea: <u>El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana</u>, en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a <u>la protección de los derechos y a la reputación de otro</u>, así como a las leyes de la difamación, la calumnia, la injuria, y la insinuación maliciosa, hacen parte integrante de las normas profesionales del periodista.</p> <p>*El ejercicio de la profesión de un PET (periodista especializado y técnico) debe tener como <u>límite el perjuicio gratuito a terceros y el respeto a la integridad de personas</u> y entidades, <u>evitando especialmente lesionar los derechos de personas</u> (libertad sexual, intimidación, menores de edad, raza, color, religión, origen social, sexo y minusvalías psíquicas y físicas).</p> <p>*Es tarea de los periodistas y de su conciencia ética <u>discernir cuándo se produce una invasión de la intimidad y qué aspectos de la vida privada tienen que ser conocidos</u> porque constituyen elementos imprescindibles de la información.</p> <p>*<u>La persona que se convierte en sujeto de fama o celebridad es particularmente vulnerable a la intromisión a su ámbito privado</u>. Por ello es prudente que el informador esté consiente de estos objetivos o propósitos generales indicados como principio de las normas deontológicas de la actividad informativa.</p> <p>*En los <u>programas que informan sobre los <<famosos>></u> lo que interesa es <u>diseccionar su vida hasta los más pequeños detalles</u>, porque <u>se considera que el interés general es conocer todo lo que hace, con quién se relaciona</u>, etc... con la excusa de que esos personajes se prestan a ello al especular con su vida privada.</p> <p>*El sujeto, aunque tenga <u>proyección pública, goza de un ámbito de intimidad que en último término administra él mismo</u>; la persona es la única capacitada para decidir qué parte de su vida se puede conocer y posee libertad absoluta para determinar cómo y cuándo se puede conocer lo que desea sea público.</p>	<p>*Fotógrafo: <u>No existe un límite entre lo público y lo privado, siempre se va a inclinar más. TV nOTAS, por lo privado</u>; por cuestiones sociales, cuestiones sexuales, cuestiones familiares de los artistas.</p> <p>*Jefa de información: <u>No, no hay límite, hasta donde el artista se deje y hasta donde tú logres</u>. Sería maravilloso que no te obliguen a hablar de la vida privada de los famosos. Me gusta tener empatía con los artistas, he ganado más siendo honesta y tratando de ser respetuosa, sobretodo. Porque yo sé que <u>si yo respeto algo que me pidan voy a ganar más adelante</u>, te ganas la confianza.</p> <p>*Corrector anónimo: <u>La frontera entre uno y otro aspecto es muy tenue</u>, porque los protagonistas de las notas, por tratarse de personajes eminentemente públicos, <u>están más expuestos al escrutinio público y prácticamente su privacidad queda reducida a cuatro paredes. Los famosos no tienen intimidad porque decidieron ser personajes públicos</u>. Entonces están expuestos ¿no?, lo que hagan ellos tiene mayor trascendencia que lo que haga un ciudadano común y corriente.</p> <p>* Directora editorial: Nosotros <u>no nos metemos a la intimidad de las recámaras ni nada de eso</u>, pero si los cachamos en <u>un hotel, en la alberca, o en una disco</u>, por supuesto que tomamos fotos porque <u>son lugares públicos. TV nOTAS publica la mitad de lo que consigue, por ética profesional se la guardan</u>. Además es meterte demasiado fuerte.</p> <p>*Reportera: Si se capta a un artista en un lugar público no se está invadiendo su privacidad, pues cuando los <i>paparazzis</i> hacen su trabajo los artistas ni cuenta se dan cuando les están tomando la foto, o sea no se les invade su privacidad. El límite ya sería poner fotografías que dañen la moral familiar ¿no?, me refiero ya a material como para adultos, por ejemplo, las fotos de sexo, material que pueda dañar las buenas costumbres y la moral de una familia.</p>

Sensacionalismo	
Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV nOTAS
<p>*El <u>Código de ética y responsabilidad del periodista</u> del El Círculo de Periodistas de Bogotá indica: El <u>sensacionalismo es una deformación interesada de la noticia, implica manipulación y engaño y por lo tanto burla</u> de la buena fe del público.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El <u>periodismo debe respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas</u> y sólo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público. 2. Debe <u>abstenerse de explotar la morbosidad del público y la curiosidad malsana</u>. 3. Especial <u>cuidado</u> ha de observar en las informaciones <u>sobre procesos judiciales</u> o en curso, ya que incluso sin incurrir en ilegales violaciones de la reserva del sumario, es posible influir en la condena o absolución de los inculcados. <p>*La Federación Latinoamericana de Periodistas en el séptimo artículo del <u>Código Latinoamericano de Ética Periodística</u> establece que <u>el sensacionalismo es una de las acciones violatorias a la ética profesional</u>.</p>	<p>* Jefa de información: <u>El sensacionalismo es hacer una nota "X" un súper notón, es hacerlo muy grande, muy escandaloso.</u> Un ejemplo, Beto el Boticario con la Lavat y la mujer, a lo mejor y Beto el Boticario no andaba con la Lavat. A lo mejor se dieron un beso y nosotros pusimos: ¿Qué, qué? ¡Qué Beto el Boticario tenía romances con la mamá y la hija!, eso es sensacionalismo.</p> <p>*Corrector anónimo: <u>Sensacionalismo, chisme y morbo van implícitos en la naturaleza misma de la información de espectáculos, pues el público lector está ávido de conocer la vida y obra de sus artistas favoritos y en realidad, es la gente quien le da esa connotación a los contenidos que lee.</u></p> <p>*Fotógrafo: <u>Sí claro TV nOTAS hace uso del sensacionalismo, del chisme y del morbo.</u> El morbo es todo aquello que tiene que ver con cuestiones sexuales de los artistas, si se operó el abdomen, que si se operó los glúteos, los senos, la cara. El chisme, ¡Ah! pues que si le puso el cuerno a su mujer, cuestiones siempre personales y cosas indebidas que hagan los artistas para nosotros es chisme. Y sensacionalismo, bueno pues que si en tal novela tuvieron una escena de cama, eso para nosotros es sensacionalismo.</p> <p>*Reportera: <u>TV nOTAS es sensacionalista, pero no es chismosa y no es morbosa.</u></p>

Información comprobada y completa, investigar	
Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV nOTAS
<p>*Es un deber ético del periodista <u>brindar información completa.</u></p> <p>*El doceavo punto del <i>Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa en España</i> señala: El compromiso con la verdad obliga a <u>informar solamente sobre aquellos hechos cuyo origen sea conocido. Las informaciones difundidas: a) deben ser fundamentadas y las fuentes han de ser contrastadas siempre,</u> ofreciendo a las personas afectadas la oportunidad de ofrecer su versión.</p> <p>*Como un complemento de la exigencia de la veracidad, los códigos contienen normas sobre la necesidad de <u>comprobar todas las informaciones que el periodista decide publicar</u> y sobre la obligación de entregarla esencialmente íntegra y sin recortes.</p> <p>* Por eso, la regla fundamental es sólo <u>presentar hechos debidamente comprobados</u> (Asociación Interamericana de Prensa).</p> <p>* El código de las Naciones Unidas es riguroso en este aspecto: <u>Deben comprobarse todas las informaciones que van a ser publicadas.</u></p> <p>El código de África del Sur es más elástico: <u>Se deben comprobar aquéllas informaciones de las que haya razón para dudar.</u></p>	<p>* Jefa de información: En el caso de TV nOTAS, <u>lo trascendental sigue siendo la investigación.</u> Desde el simple hecho de averiguar la dirección de un famoso por lo que tú quieras, para un <i>paparatzi</i>, para lo que quieras, ya es investigar.</p> <p>* Fotógrafo: Se requiere de un trabajo. Hasta para lograr, por ejemplo, unas fotos de <i>paparatzi</i> <u>tienes que investigar</u> dónde viven, qué coche tienen, con quiénes se relacionan, a qué lugares les gusta ir. <u>Sí implica un trabajo de investigación.</u></p> <p>* Reportera: <u>Se sigue investigando,</u> obviamente sí. <u>En la selección y redacción de la información la ética se aplica mucho con la investigación que tú hagas</u> y obviamente con la información extra que consigas. Es decir, aquí no se publica una nota mientras tú no tengas una grabación que ampare tu nota.</p> <p>Los productores reconocieron que la <u>superficialidad</u> de la información también está presente.</p> <p>* Fotógrafo: Definitivamente <u>sí hacemos uso de la superficialidad.</u> Es primordial satisfacer en la gente esa necesidad de saber, satisfacer su curiosidad en cuanto a la vida de los artistas.</p> <p>* Corrector anónimo: <u>La especulación juega un papel importante.</u> Puede haber hechos que sea difícil constatar, pero que hablen por sí mismos. Por eso está el dicho de: <u>“No hagas cosas buenas que parezcan malas”.</u> Si es un artista con una pareja estable y están en una situación sospechosa, pues dices: lo cachamos muy cerca de la otra persona, a lo mejor puede estar platicando, pero, bueno, ‘muy cerca’.</p> <p>* Jefa de información: No hago uso de la <u>superficialidad, pero la revista sí porque es lo que vende.</u> A mí sí me gusta hablarles y preguntarles, oye te vi, qué onda, porque me puede decir que es su novio, y ya tienes la nota, pero si te dice: es que es mi amigo, ¡ah!, ¿ah poco besas a tus amigos?, ¿no?, y así lo pongo, yo cumplo con preguntarles.</p> <p>* Reportera: <u>lo superficial representa un 30%; y el otro 70% es la investigación que se puede hacer de esa superficialidad.</u></p> <p>Con respecto a la información e imágenes que TV nOTAS compra, los entrevistados dicen que <u>nada se publica sin antes investigar y comprobar que la información sea verdadera y esté completa.</u></p>

Información comprobada y completa, investigar	
Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV <i>nOTAS</i>
	<p>*Corrector anónimo: saben si una fotografía es cierta porque definitivamente <u>se investiga</u>, hay modos de investigar, qué tan cierta puede ser, se cruza información. Han sido yo creo que mínimas las situaciones en las que una información resultó falsa, resultó inexacta, contadas ocasiones. <u>Cuando surge una situación de interés se investiga, se habla con diferentes personas, se constata si hay documentos, se piden documentos, se piden fotografías, se evalúan las imágenes, se produce información.</u> Es decir, no digo que es imposible, pero <u>es muy difícil que se publique algo si no se ha investigado</u> y si no se ha constatado.</p> <p>*Jefa de información: Cuando reciben un material, <u>siempre investigan</u>. ¡Claro!, tenemos que investigar si hay fotomontaje en las fotos, si no, tenemos que hablarle al artista y preguntarle, si no te contesta el artista, ni modo lo sueltas, pero estás cumpliendo con avisarle al artista. <u>Todo lo que se publica</u>, de verdad te lo digo, esté borroso o no esté borroso, como tú quieras, <u>tiene bases sólidas para atreverte a sacarlo</u>. Nunca se sacan las cosas al ahí se va.</p> <p>*Reportera: Las fotografías juegan un papel muy importante en la revista pues, una imagen habla más que mil palabras. <u>Antes de sacar un paparazzi también se investiga, y se trata de hablar con el artista primero</u> y decirle: oye mira, tenemos unas fotos tuyas y así, y así, y así. Bueno, algunos te cuelgan el teléfono y otros te dicen: cómo y te dan la nota. <u>Hay seguridad de que las fotografías son ciertas porque obviamente aquí hay personal dedicado a verificar que el material que tú estés trayendo sea verídico.</u> La ética en el contenido de las publicaciones de <i>TV nOTAS</i> se refleja en la investigación.</p>

Métodos lícitos y dignos para la obtención de información

Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV <i>nOTAS</i>
<p>*El cuarto punto de la <i>Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas</i> de la Federación Internacional de Periodistas indica: <u>Los periodistas deberán utilizar solamente métodos justos para obtener noticias, fotografías y documentos.</u></p> <p>*A diferencia de los planteamientos que algunos dentro de la profesión periodística tienen de "hacer todo por lograr obtener una buena nota", Herrán y Restrepo consideran que: <u>"el fin de obtener una noticia no justifica los medios"</u>.</p> <p>*El Congreso Iberoamericano de Periodistas Técnicos y Espaciales, a través de las <i>Normas de Ética y Deontología Profesional del Periodista Especializado y Técnico</i> dice que <u>el periodista especializado y técnico debe utilizar procedimientos dignos para la obtención de la información, respetando el <i>off the record</i>, actuando ética y moralmente con procedimiento intachable.</u></p>	<p>*Corrector anónimo: <u>La política de la revista es conseguir la nota y si para eso se tiene que pagar, para que tú me des una nota, pues yo te pago, digo eso no está peleado,</u> eso siempre se ha hecho. Pero la diferencia es que aquí se anuncia, aquí se ofrece, se ve, se puede leer. Antes se hacía pero no se decía nada. Lo ético no estriba en ofrecer o no dinero a cambio de información, siempre que ésta sea fidedigna. Lo que a mi juicio sí resultaría indebido es publicarla sin realizar su confirmación previamente.</p> <p>*Directora editorial: <u>No se niegan a comprar información porque en la guerra y en el amor todo se vale, siempre y cuando no afectes a terceros.</u> Hay ocasiones en que los reporteros no están en el lugar de los hechos, pero si hay gente que tiene fotos que a nosotros nos interesa, pues se las compramos, yo creo que eso es válido y no hay problema con ello. <u>Algunas exclusivas se pagan y otras son habilidad.</u> Si podemos llegar a una negociación pues encantada de la vida, pero <u>grandes cantidades jamás.</u> Es un toma y da, para hacer un trabajo mucho más profundo, mucho más cuidado, hemos llegado a un acuerdo con los famosos que se van a casar, no en todos los casos, algún bautizo o alguna fiesta importante, es cuando negociamos. Mi jefe me da carta ancha para hacerlo y es cuando lo negociamos para que las cosas las hagamos más con calma, no estemos en el <i>chacaleo</i> de la foto o de la entrevista.</p> <p>*Fotógrafo: De esa manera nosotros <u>establecemos contactos</u> que nos avisan en dónde están los artistas para mandar <i>paparatzis</i>.</p> <p>*Reportera: <u>No creo que no sea ético, está bien, que TV <i>nOTAS</i> anuncie que pagan por fotografías o información. Cuando tú haces periodismo pues te tienes que basar en todo ¿no?, para lograr las exclusivas.</u></p> <p>*Jefa de información: Híjole, no sé. ¡Ay!, ¿eso es ético?, <u>¿el que tú pagues por la información?... sí es ético siempre y cuando investigues si es verídico o no el material.</u></p>

Secreto profesional

Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV <i>nOTAS</i>
<p>*El secreto profesional <u>es una exigencia ética de los periodistas hacia sus fuentes de información. Se define como el derecho y deber moral del periodista de no revelar nada que es secreto en sí mismo o por la palabra empeñada por el periodista de no revelar la fuente.</u></p> <p>* La Federación Internacional de Periodistas, en el sexto punto de la <i>Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas</i> habla de que: Los periodistas <u>deberán observar el secreto profesional en consideración a las fuentes de información, cuando ésta se ha obtenido de forma confidencial.</u></p> <p>* En el Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa en España (FAPE) el quinceavo punto habla de que: El periodista <u>respetará siempre el <i>off the record</i>, cuando haya sido expresamente invocado.</u></p> <p>*La UNESCO realizó un estudio mundial de los códigos y consejos de prensa, y destacó que entre los principios comunes se encuentra: <u>Preservar la confidencialidad de las fuentes cuando esté justificado y se haya producido un acuerdo en tal sentido;</u> dar a conocer las fuentes cuando el receptor lo precise para juzgar personalmente la validez, etc., de la información.</p> <p>*En las <i>Normas de Ética y Deontología Profesional</i> del Congreso Iberoamericano de Periodistas Técnicos y Espaciales, establece: El periodista especializado y técnico <u>garantizará, especialmente ante terceros, la confidencialidad de sus fuentes informativas, cuando ello suponga un daño para éstas o la pérdida de estas fuentes para el medio,</u> excepto en supuestos de manifiesta falsedad o manipulación por parte de esas fuentes.</p> <p>* Trejo Delarbre establece en su propuesta de código que: El secreto profesional <u>es un derecho, al mismo tiempo que un deber de los informadores.</u> Los medios de comunicación, han de ser solidarios con el derecho de un informador a no revelar sus fuentes. Pero este derecho ha de ser considerado de ejercicio excepcional, <u>únicamente cuando decir cuál ha sido la fuente de una información pueda implicar riesgo para la integridad física, profesional o de cualquier índole, del o los informantes.</u></p>	<p>*Jefa de información: <u>Existen fuentes que no se dan a conocer explícitamente, inclusive se les oculta poniendo: “una fuente cercana”, “gente del foro”, entre otras. Existe el: “una fuente me dijo”. Al contar con estos testimonios la información se pone, pero para esto tú ya lo tienes grabado, pues, en determinado momento, de ser necesario, puedas demostrar quién fue la fuente.</u></p> <p>Pero, a pesar de que siempre tiene una base sólida para dar a conocer la información, Patricia dice que algunas veces ha protegido a sus fuentes.</p> <p>Da como ejemplo: el propio esposo de una actriz me dijo: Nos estamos reconciliando, estamos yendo a terapia, pero por favor no quiero que se entere fulanita, tuve que protegerlo y ponerle una fuente. <u>Todo es verídico, pero tienes que proteger también a quien te da la información.</u></p>

Rectificar cuando se registre un equívoco

Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV nOTAS
<p>*Teresa Herrán y Darío Restrepo hablan de de que en los códigos del mundo se demuestra que los periodistas tienen la conciencia sobre el deber de rectificar, ya que: <u>Rectificar es proclamar la primacía de la verdad sobre cualquier otro interés.</u> Informan que en los códigos se impone el deber de <u>rectificar las inexactitudes y datos incorrectos.</u> Hay una sana intransigencia con lo erróneo e inexacto, y una clara conciencia de que es un deber fundamental con los lectores ofrecer datos exactos y verdaderos.</p> <p>*En la declaración de <i>Principios de Conducta de los Periodistas</i> de la Federación Internacional de Periodistas se destaca en el punto cinco: Los periodistas deberán <u>hacer todo lo posible por rectificar cualquier información que se haya revelado perjudicialmente inexacta.</u></p> <p>*En el inciso “b” del doceavo punto del <i>Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa en España</i> (FAPE) se indica: <u>advertido cualquier error, debe subsanarse de inmediato, con el mismo tratamiento que la información que lo contenga.</u></p> <p>*En las <i>Normas de Ética y Deontología Profesional del Periodista Especializado y Técnico</i>, antes mencionadas, se considera como un punto importante a la rectificación. Cuando publique una información falsa o incorrecta, sea cual fuere la razón, <u>el periodista especializado y técnico deberá efectuar la corrección correspondiente, bien elaborando una nueva información en este sentido o dando cabida a la rectificación que remitan las partes interesadas.</u></p> <p>* Trejo Delarbre indica: <u>Cuando una noticia sea falsa, o contenga informaciones falsas, es responsabilidad del reportero que la recogió hacer la rectificación correspondiente y es responsabilidad del editor o directivo del medio informativo, procurar su publicación lo más pronto posible.</u></p>	<p>*Directora editorial: <u>Nos hemos equivocado enormidad de veces y lo hemos reconocido.</u></p> <p>A pesar de que los artistas no lo agradecen, <u>cuando se comete un error involuntario lo reconocen.</u> En la nota publicada en el periódico <i>El Universal</i> del 28 de diciembre del 2000 declara: alguien famoso jamás te va a hablar para felicitarte o decirte que lo hiciste bien, al contrario, se quedan callados, pero en cuanto publicas algo que no les parece te la mientan mil veces. Afortunadamente nunca nos hemos visto involucrados en demandas.</p> <p>*Corrector anónimo: <u>En caso de algún error o alguna equivocación de nuestra parte inmediatamente se reconoce.</u> Uno puede ir viendo semana con semana cómo reacciona quien generó la información, cómo puede rectificar o hacer caso omiso de lo que sucedió. Entonces puede cambiar, de un instante a otro, el aceptar o no que se generó esa información. <u>En los muy contados casos en los que se han licitado problemas, porque la información es de dudosa procedencia o de dudosa verificabilidad, obviamente ha habido correcciones, ha habido regaños y se han tomado decisiones cuando hay alguien que no actúa con esa ética.</u></p>

Derecho de réplica	
Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV nOTAS
<p>*En el inciso “c” del doceavo punto del Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Prensa en España (FAPE) se señala que: <u>la posibilidad de réplica debe ser ofrecida siempre de manera espontánea, sin que sea necesario recurrir a la vía judicial.</u></p> <p>*En el código del periódico <i>El Universal</i> plantean que es importante la oportunidad de réplica: <i>El Universal</i> reconoce <u>el derecho de las personas, grupos o instituciones a dar a conocer su postura respecto de noticias y artículos publicados en sus páginas en los que pudieran verse afectadas su reputación y fama pública.</u> Los periodistas de <i>El Universal</i>, de igual manera, tendrán el derecho de uso de réplica.</p>	<p>*Corrector anónimo: <u>El dar derecho de réplica, creo que habla de ética profesional, ética periodística.</u> La revista siempre concede derecho de réplica a quien pudiera verse afectado sin razón.</p> <p>Es padrísimo ver cómo en una nota, vamos a suponer que queda en evidencia algo, pero entonces <u>al siguiente número se da un derecho de réplica, entonces ves si lo que dijo o declaró fulano, o salió, es verdad o no, según lo dice el artista. A veces lo desmiente, a veces lo acepta, pero luego viene la siguiente semana y entonces si hay dos involucrados, o tres, o cuatro, se recogen las opiniones de todos y luego hay contradicciones y uno se opone al otro, uno dice que sí el otro dice que no.</u></p>

No aceptación de “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera

Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV <i>nOTAS</i>
<p>*Teresa Herrán y Darío Restrepo plantean que en los códigos deontológicos se muestra <u>el rechazo a las ventajas personales que se obtienen del ejercicio profesional.</u></p> <p>* Un código internacional como el de las Naciones Unidas da una de las razones claves de ese rechazo, porque <u>buscar ventajas personales contradice la dedicación del periodista al bien público.</u></p> <p>*Las amenazas a la independencia, imparcialidad y ecuanimidad del periodista revisten diversas formas: - La Federación Interamericana de Prensa (FIP) menciona las <u>gratificaciones, una forma disimulada de soborno cuando procede de fuentes de información.</u> -La AP enumera obsequios, viajes, agasajos, productos o alojamientos gratuitos, privilegios y tratamiento especial para los miembros de prensa, como otras tantas <u>formas que ponen en peligro la independencia del periodista.</u> -El código inglés va más allá y proscribire cualquier utilización de la información obtenida <u>por el periodista para su propio beneficio.</u></p> <p>* El código de conducta del diario <i>Washington Post</i> de Estados Unidos dos puntos plantean: -Costeamos nuestros propios gastos. -<u>No aceptamos regalos ni dádivas de parte de las fuentes de información. No aceptamos viajes gratis. No aceptamos ni aspiramos a tener un tratamiento preferencial que se nos podría conceder debido a la posición que ocupamos.</u> Las excepciones a la norma de no aceptar regalos ni dádivas son pocas y obvias –las invitaciones a comer, por ejemplo, pueden ser aceptadas cuando son infrecuentes y candorosas, pero no cuando se repiten y su propósito es deliberadamente especulador-.</p> <p>* El código deontológico del periódico <i>El Universal</i> se plantea: Los periodistas de <i>El Universal</i> <u>no aceptan favores o regalos de valor significativo, ayudas económicas, subsidios o viajes gratuitos, facilidades de hospedaje o cualquier otro beneficio personal</u> proveniente de fuentes informativas.</p>	<p>* Directora editorial: Explica que antes se trataba de exaltar lo positivo y bonito del trabajo de los artistas, por ejemplo: “qué bonito canta” o “qué padre disco”.</p> <p><u>La verdad estábamos como que los periodistas sentados en nuestra silla, atrás de un escritorio, esperando el regalito de diciembre del artista, esperando al conferencia de prensa para que nos dieran el disco, o nos lleváramos el centro de mesa, no todos los periodistas, aclaro, pero la mayoría eran de la vieja guarida, estaban acostumbrados a eso.</u></p> <p>Menciona que a ella no le gustaba esa situación y dada su formación académica comenzó a trabajar diferente.</p> <p>Venía de una súper universidad donde nos enseñaron a hacer muchas cosas y las empecé a aplicar con los reporteros. Fue un acierto traer gente nueva, cuando estuve con Lucía me di cuenta que la mayoría de reporteros y periodistas era gente mañosa, que nada más iban por el regalito de la presentación y <u>conmigo vino otra historia, aquí no hay mordidas ni ‘chayo’, aquí hay trabajo y mucha pasión.</u></p> <p>Además, argumenta que <u>no le gusta estar atrás de un escritorio esperando a ver quién me habla para comprarle una nota ¿no? A mí me gusta salir a la calle y a ver a quién voy a entrevistar o a ver qué foto puedo tomar.</u></p> <p>Ante la situación informa de la existencia de artistas de todo tipo, quienes hablan para recordarle el “10 de mayo”, y muy pocos para dar “las gracias”. Pero, a pesar de ello, afirma, <u>aquí la verdad no esperamos ningún regalo, es mi trabajo y me encanta.</u></p>

Funcionar acorde con la empresa	
Códigos deontológicos	Planteamientos de los productores de TV nOTAS
<p>*Para un periodista, <u>la solidaridad con su empresa en las buenas y en las malas son actitudes naturalmente derivadas de dos deberes éticos:</u></p> <p>A. El deber de disponibilidad: el periodista tiene la obligación ética de darle lo mejor de sí mismo <u>a su empresa... debe estar en constante disponibilidad</u>, como una exigencia no sólo ética sino también profesional.</p> <p>B. El deber de <u>lealtad</u>: así como se espera que el medio de comunicación, sus directivos y propietarios tengan respeto por la entidad intelectual y profesional del periodista, así también éste <u>debe ser leal con la empresa para la cual trabaja</u>. Ese deber incluye, por ejemplo, <u>la prohibición de vender material informativo a otros medios</u>.</p> <p><u>*Funcionar acorde con su empresa –quiere decirse con la línea editorial—ya que un diario ha de ser una unidad de conducta y de expresión y no una suma de parcialidades;</u> en el supuesto de que la coincidencia de criterios fuera insalvable, ha de buscar trabajo en otro lugar ya que ni la traición (a sí mismo, fingiendo, o a la empresa, mintiendo), ni la conspiración, ni la sublevación, ni el golpe de Estado son armas admisibles. En cualquier caso, recuérdese que para exponer toda baraja de posibles puntos de vista, ya están las columnas y los artículos firmados.</p>	<p>*Reportera: <u>Tener un respeto al medio y no vender notas que tú estás trabajando afuera.</u> Obviamente cuando entras a trabajar firmas un contrato ¿no?, <u>estás trabajando de manera exclusiva para Notmusa, no puedes firmar un contrato para trabajar en otra empresa.</u> No te permiten trabajar, yo no puedo hacer un programa de radio porque estoy trabajando aquí. Por qué, porque sin querer se me puede escapar una nota de las que hice aquí e imagínate.</p> <p>*Corrector anónimo: Quien forma parte del equipo de TV nOTAS debe ser una persona <u>comprometida, que crea en el trabajo que está haciendo y sea consciente del medio en el que está.</u> Debes tener puesta la camiseta y dar más de lo que tu propio trabajo te pide.</p> <p>*Jefa de información: Menciona aspectos que, por funcionar acorde con la empresa, aceptan. Por ejemplo, reconoce que puede darse el problema de que correctores o editores cambien la información, pero ya también depende de que tú exijas que no se ponga. Aunque si te dicen: <u>no, es que Matilde así lo quiere, ni modo, acatan las órdenes.</u></p> <p>Otro ejemplo de trabajar acorde con los lineamientos de la empresa es: <u>Tú tienes que firmar tu nota, cuando ya está aceptada por Matilde, por todos, tú la tienes que firmar, leerla, volverla a corregir porque si se te va un error de dedo o algo también, los de corrección no son todo poderosos ¿no? se les van cosas, y tienes que corregir y pues volvérselas a dar. Y al firmar prácticamente también <u>tu jefa se lava las manos.</u></u></p>

CAPÍTULO 4. PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados

En esta parte de la investigación se desarrolla en primera instancia el objetivo de: Analizar la concepción que tienen los productores de la revista *TV nOTAS* de la ética en el periodismo de espectáculos que practican para identificar la relación teórica entre *lo que dicen* y la construcción del discurso periodístico según el *deber ser ético*.

Para ello se presentarán esquemas referentes a lo que es el periodismo de espectáculos, lo que son la ética y la deontología periodística; y los 10 puntos deontológicos citados desde el capítulo 1.

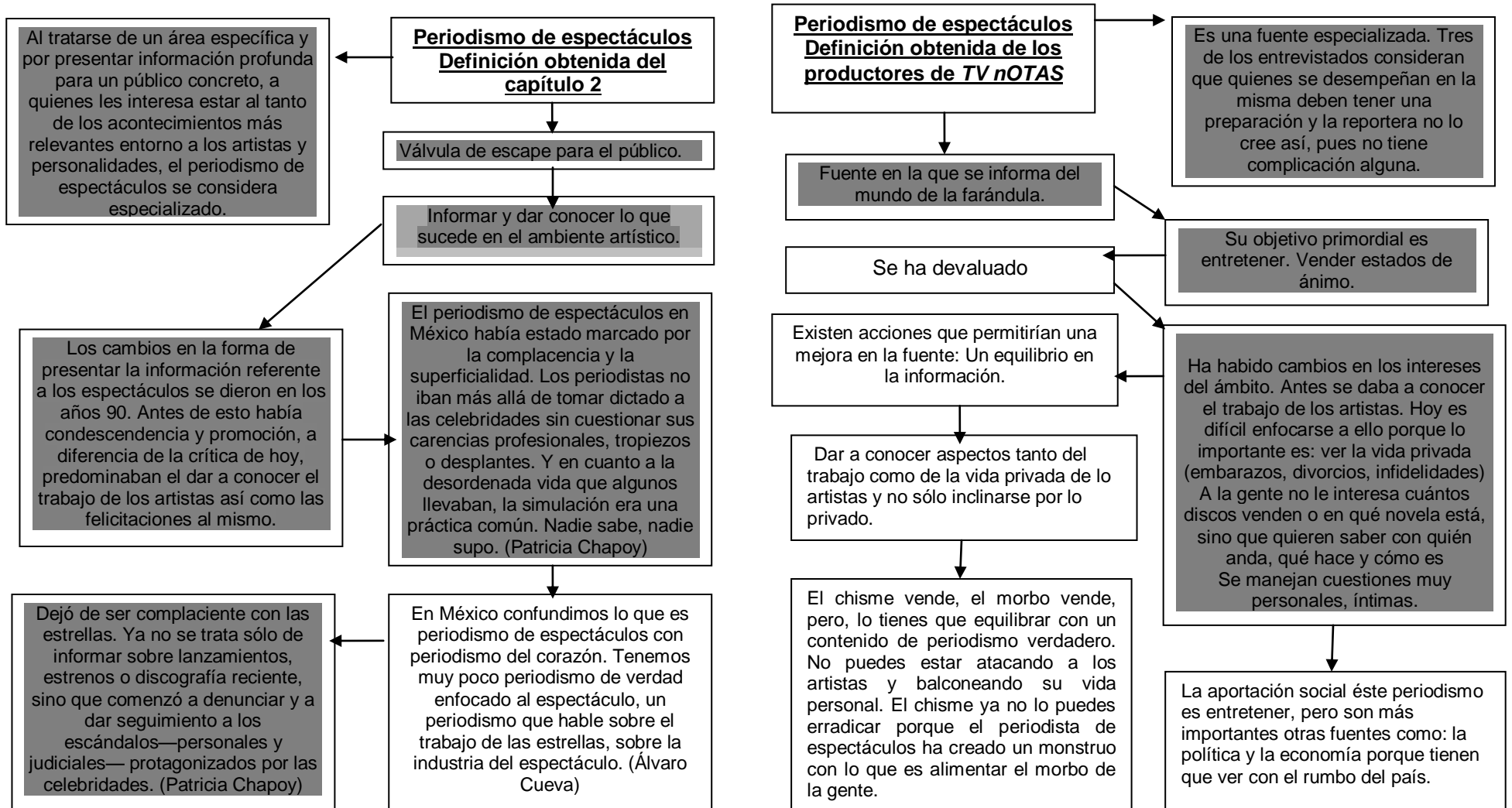
Los esquemas derivan de la información obtenida en el capítulo 3 cuando se llevó a cabo la identificación de las huellas discursivas que evidencian en el discurso las formaciones imaginarias de quienes construyeron los códigos deontológicos acerca de los elementos que componen la ética periodística y lo planteado por los productores de *TV nOTAS* sobre el tema.

Es importante mencionar que se pondrá en sombreado las coincidencias y que existan entre ambas perspectivas, para posteriormente interpretar los resultados.

Además, se agregarán dos esquemas con respecto a las formaciones imaginarias que corresponden a *A/A* y *A/B*, es decir, de cómo se ven a sí mismos los productores de *TV nOTAS* y de cómo ven al público al que se dirigen.

Aunque ambas formaciones imaginarias no son el objetivo primordial de la presente investigación, se trata de información adicional que permitirá comprender de una mejor manera los motivos por los cuales la ética periodística tiene cabida en el trabajo de los productores de *TV nOTAS*; y si no es así, cuáles son los factores que intervienen para ello.

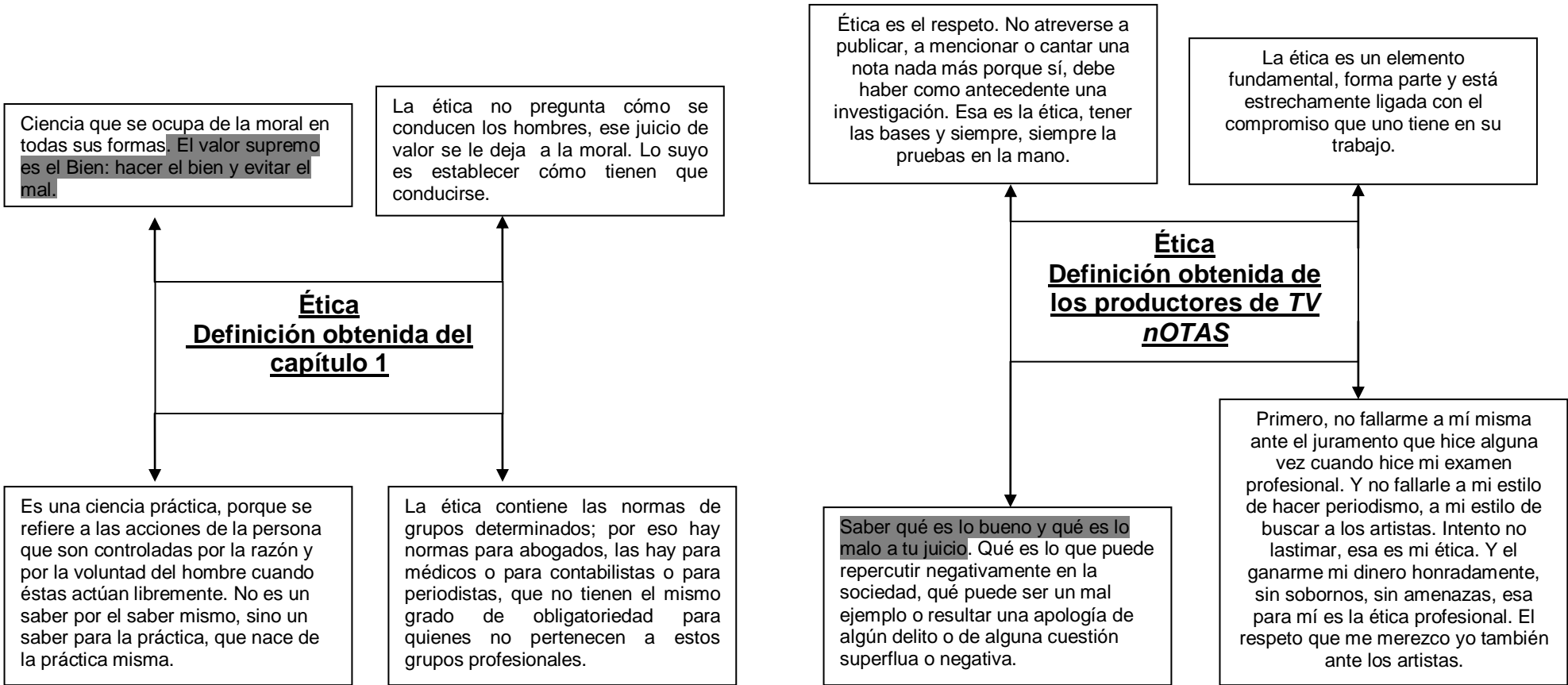
Esquema 1/ Formación imaginaria del objeto discursivo: Periodismo de espectáculos



Observaciones:

El periodismo de espectáculos cumple con dos de las funciones primordiales del periodismo: informar y entretener. Hoy lo importante no es informar del trabajo de los artistas, sino de la vida privada.

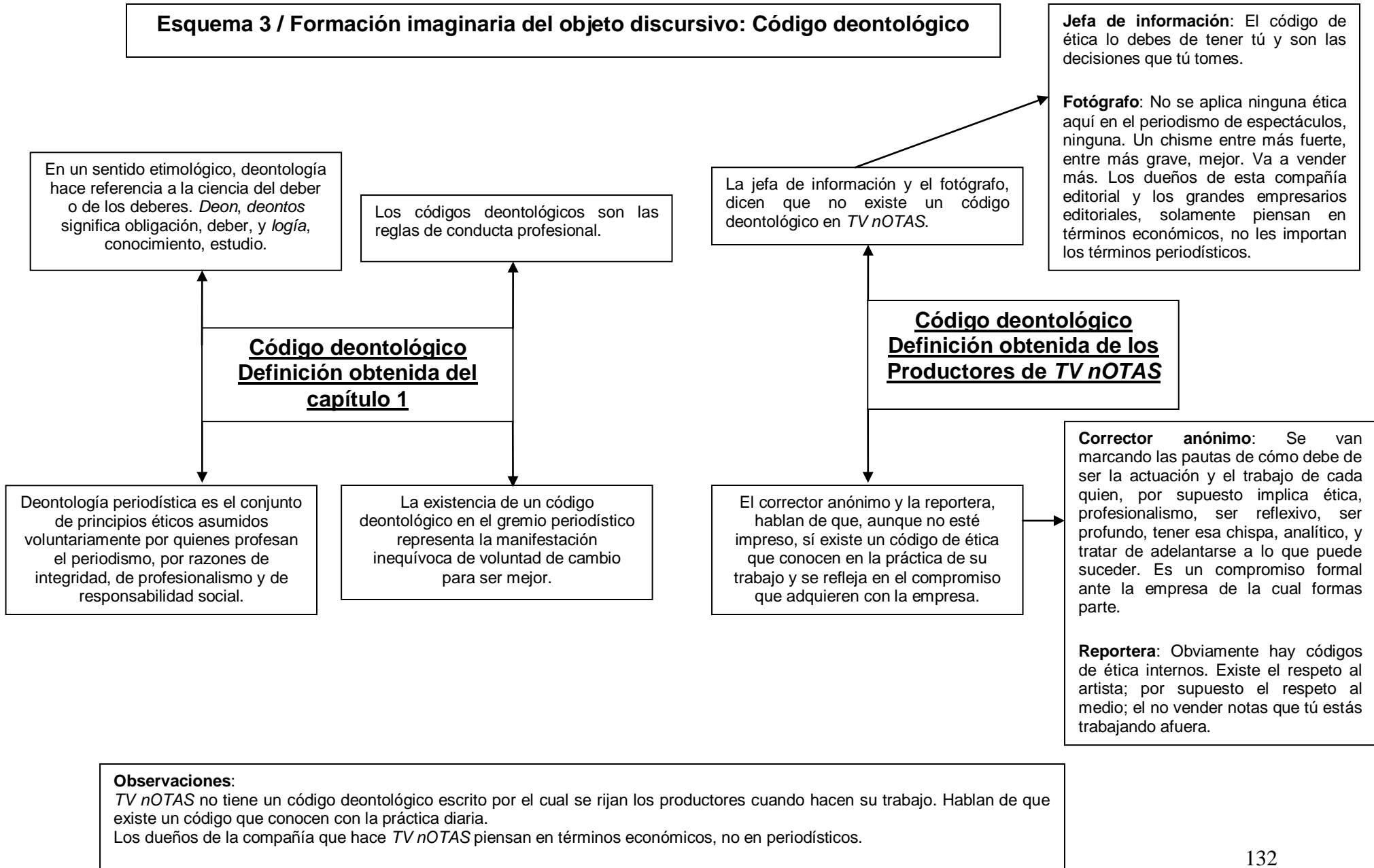
Esquema 2/ Formación imaginaria del objeto discursivo: Ética



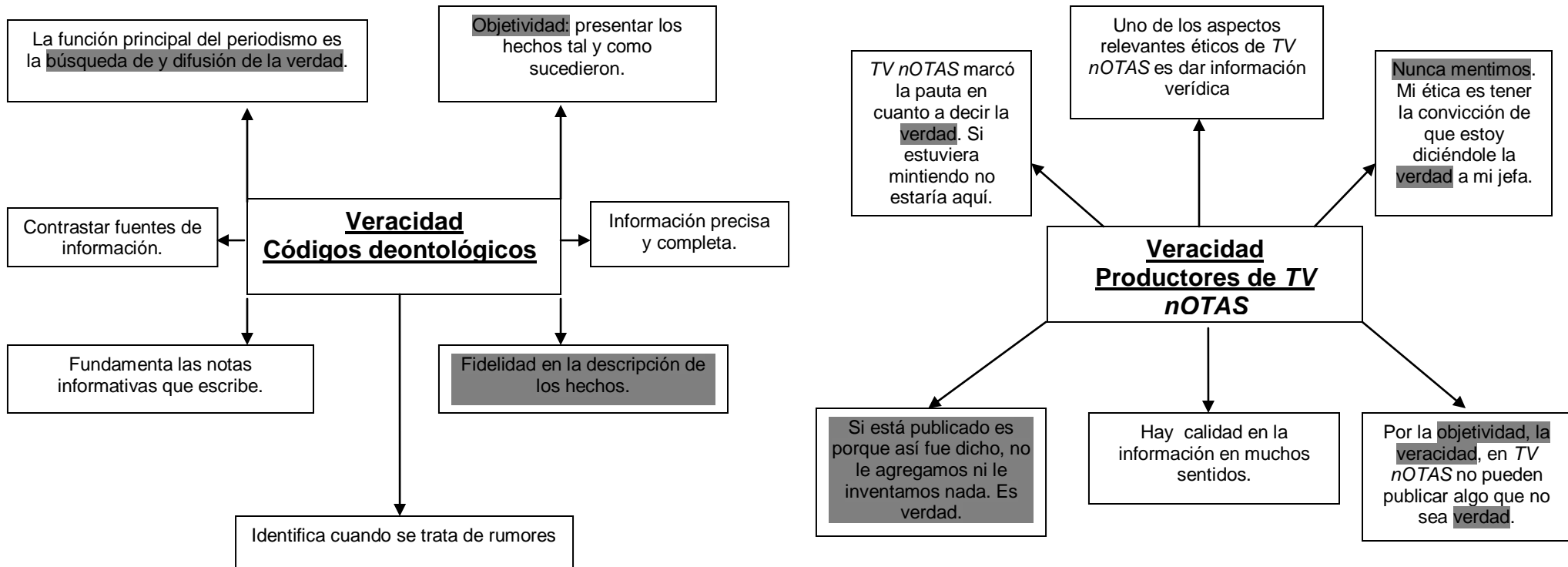
Observaciones:

La única relación similar entre la definición que dan los productores de TV nOTAS y el significado del concepto es la de que la ética consiste en saber qué es lo bueno y qué es lo malo. Los productores mencionaron diferentes aspectos sobre lo que ellos consideran es la ética periodística.

Esquema 3 / Formación imaginaria del objeto discursivo: Código deontológico



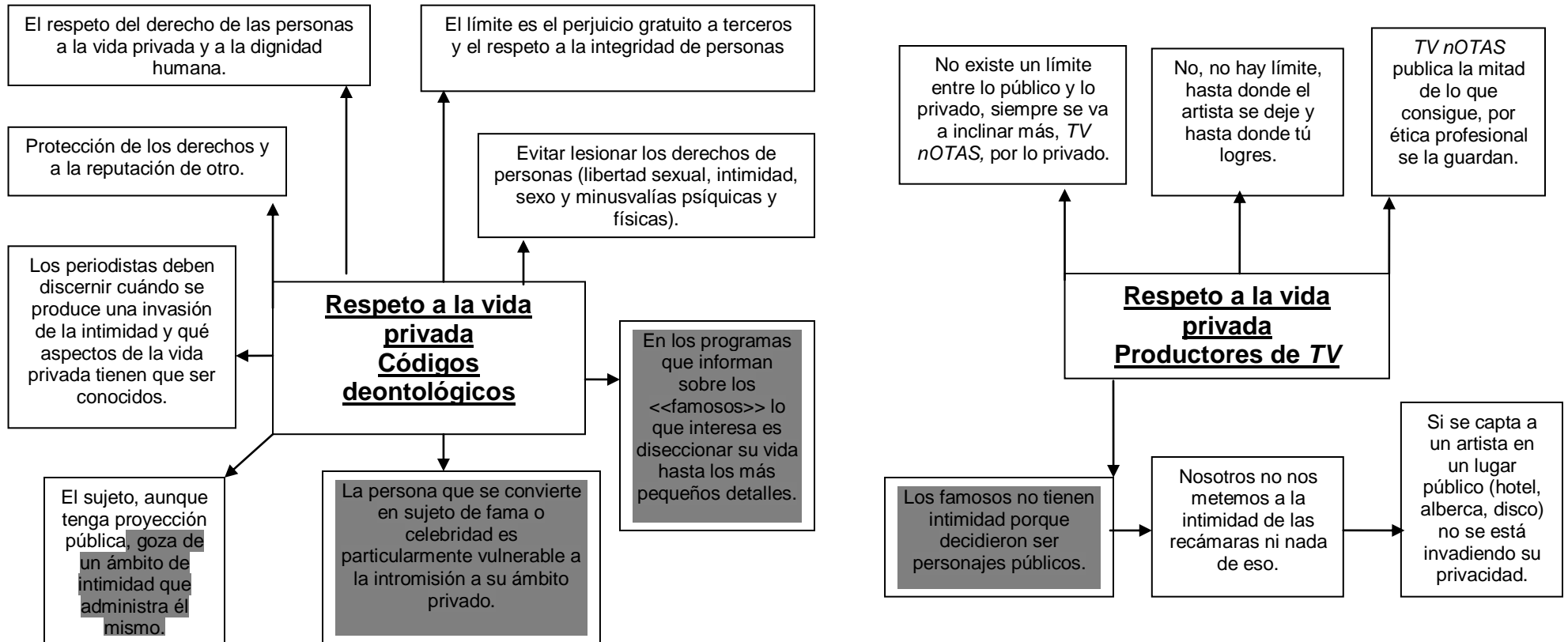
Esquema 4 / Formación imaginaria del objeto discursivo: Veracidad



Observaciones:

Los productores de TV nOTAS mencionan en su formación imaginaria de A/R que su trabajo se basa en la verdad. Presentar información verdadera es la función más importante del periodismo. Coinciden en mencionar tres cuestiones presentes en los códigos con relación a la veracidad: verdad, objetividad y fidelidad en la descripción de los hechos, aunque la última no es de forma textual ya que los productores lo describen como: así fue dicho, no le agregamos ni le inventamos nada.

Esquema 5 / Formación imaginaria del objeto discursivo: Respeto a la vida privada



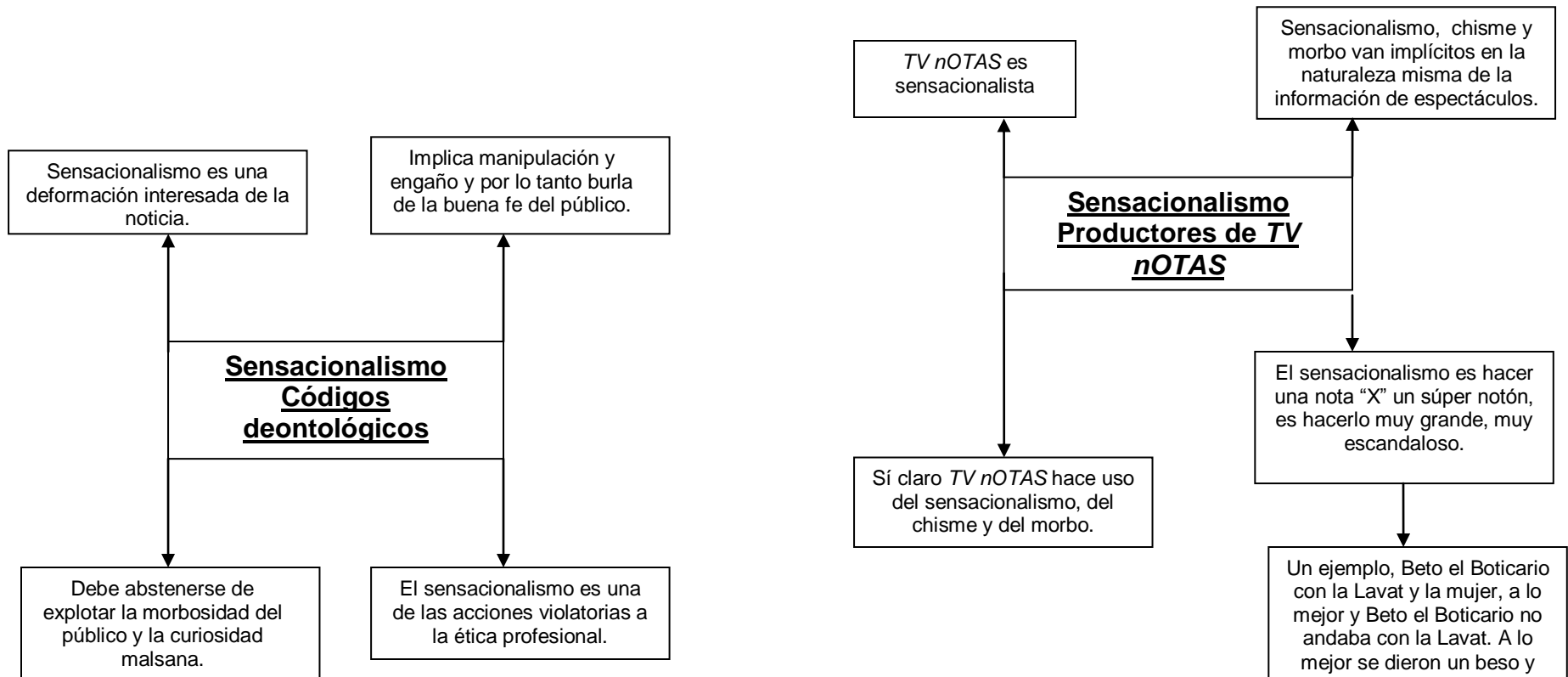
Observaciones:

No hay ninguna coincidencia entre lo que plantean los códigos deontológicos sobre el respeto a la vida privada y la presencia de este valor ético en la práctica de los productores de TV nOTAS.

En TV nOTAS no importa el perjuicio a terceros, el respeto a la integridad de las personas, ni lesionar sus derechos, pues, para ellos, no existe un límite entre lo público y lo privado. Dicen que no invaden la intimidad de los artistas porque los captan en lugares públicos.

Peró, de acuerdo con la opinión de expertos en el tema de la ética periodística como José Juan Videla, los famosos son vulnerables a que se entrometan en su privacidad porque hay medios a los que les interesa diseccionar su vida hasta los detalles más pequeños. Por lo anterior, los productores de TV nOTAS consideran que los famosos no tienen intimidad por ser personajes públicos, pero tampoco invaden la misma porque los captan en lugares públicos.

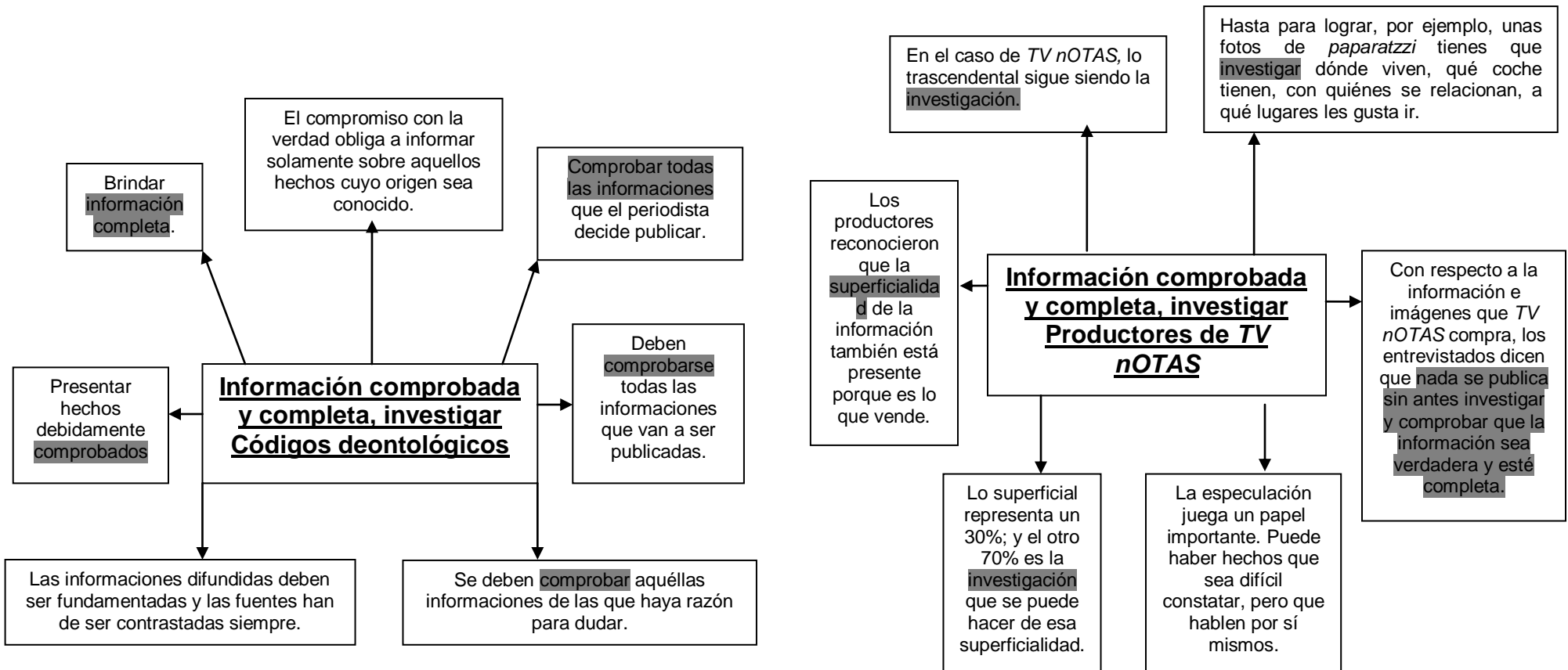
Esquema 6 / Formación imaginaria del objeto discursivo: Sensacionalismo



Observaciones:

Los productores de TV nOTAS definitivamente hacen caso omiso de practicar el periodismo sin sensacionalismo. Este valor deontológico no es importante en su actuar diario.

Esquema 7 / Formación imaginaria del objeto discursivo: Información comprobada y completa, investigar

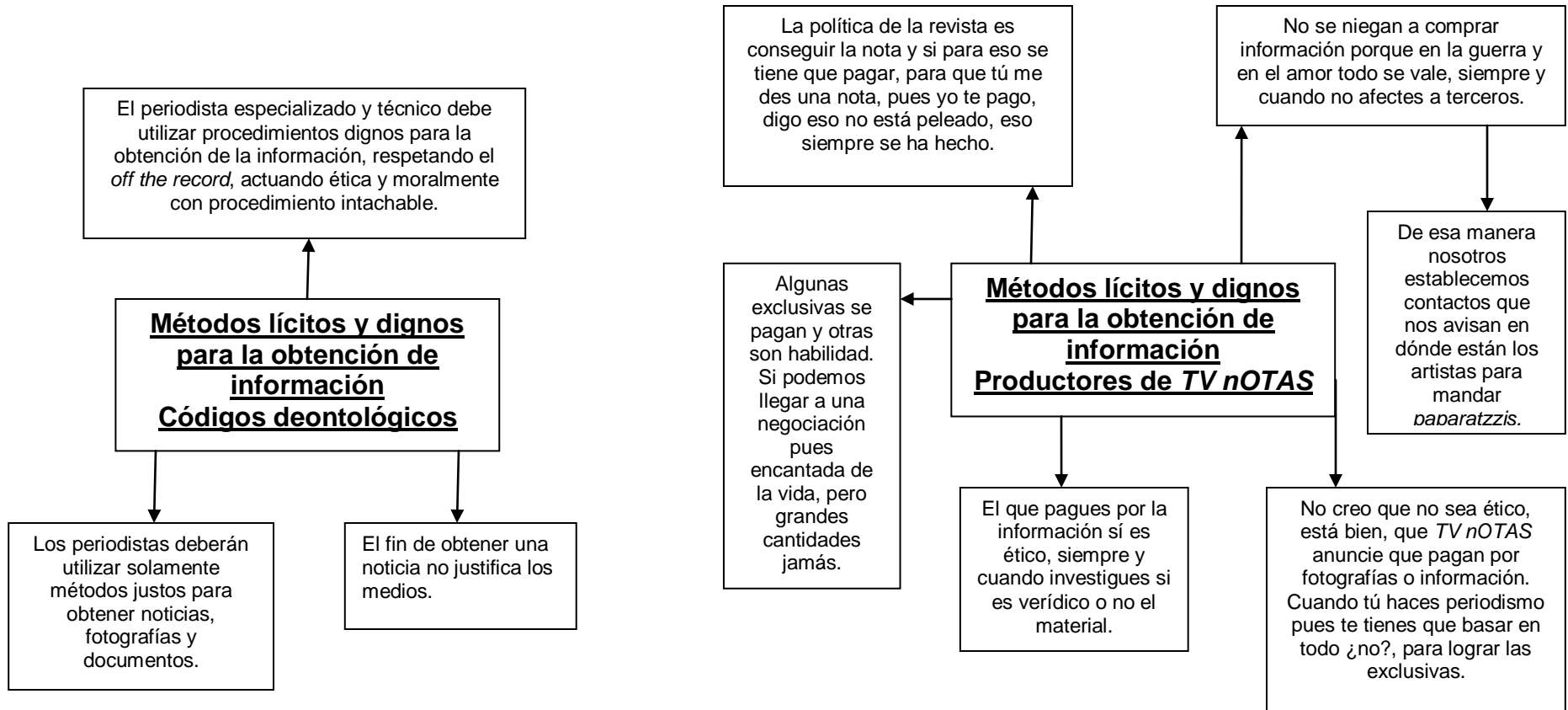


Observaciones:

Los productores de TV nOTAS coinciden con lo planteado en el *deber ser* ético de comprobar todas las informaciones y brindar información completa.

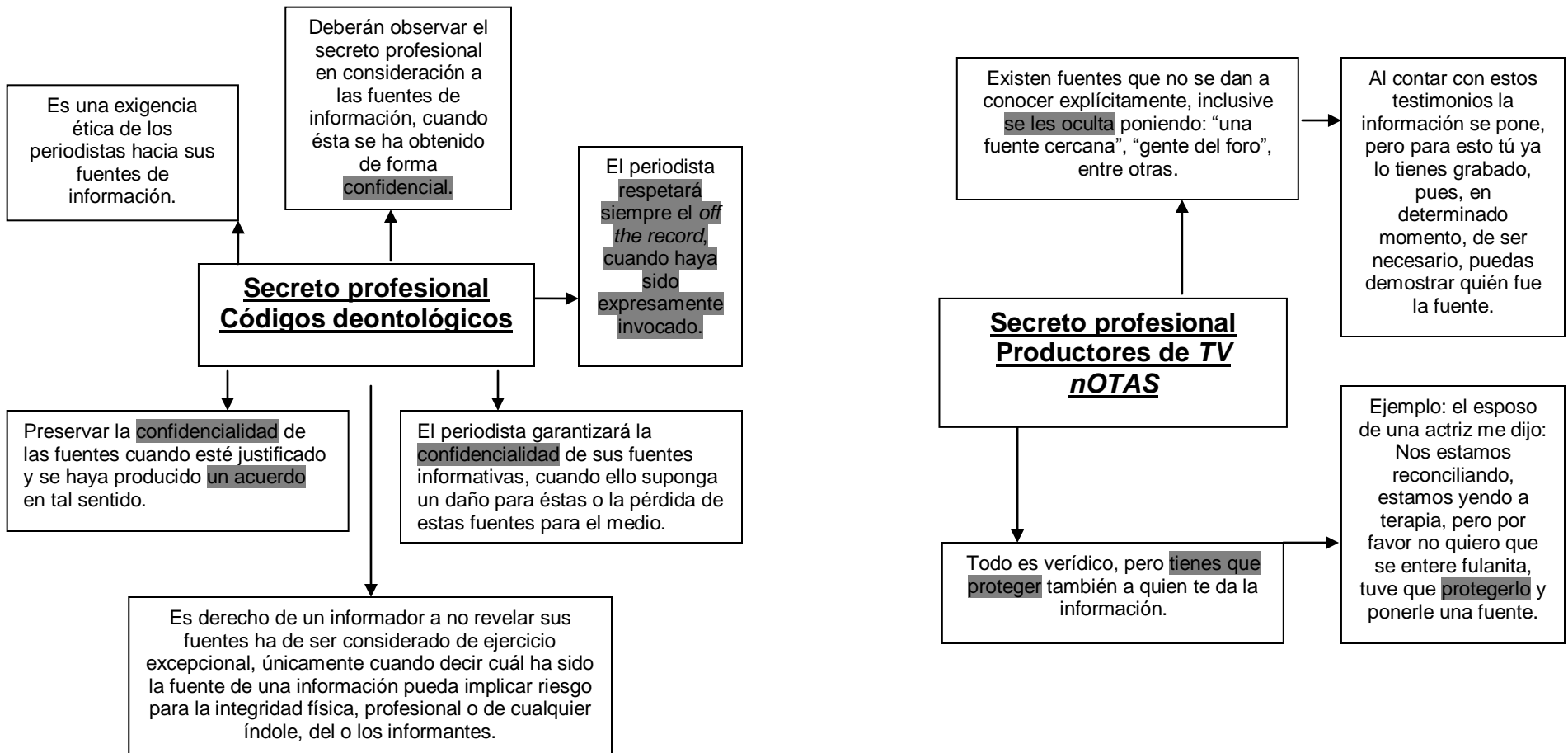
Éste es un valor deontológico que sí toman en cuenta dentro de su práctica diaria. También reconocieron hacer uso de la superficialidad.

Esquema 8 / Formación imaginaria del objeto discursivo: Métodos lícitos y dignos para la obtención de información



Observaciones:
No hay ninguna coincidencia con respecto al obtener la información a través de métodos lícitos y dignos. Los productores de TV nOTAS ven más importante conseguir la nota y lograr exclusivas que la forma en que van a obtener la información.

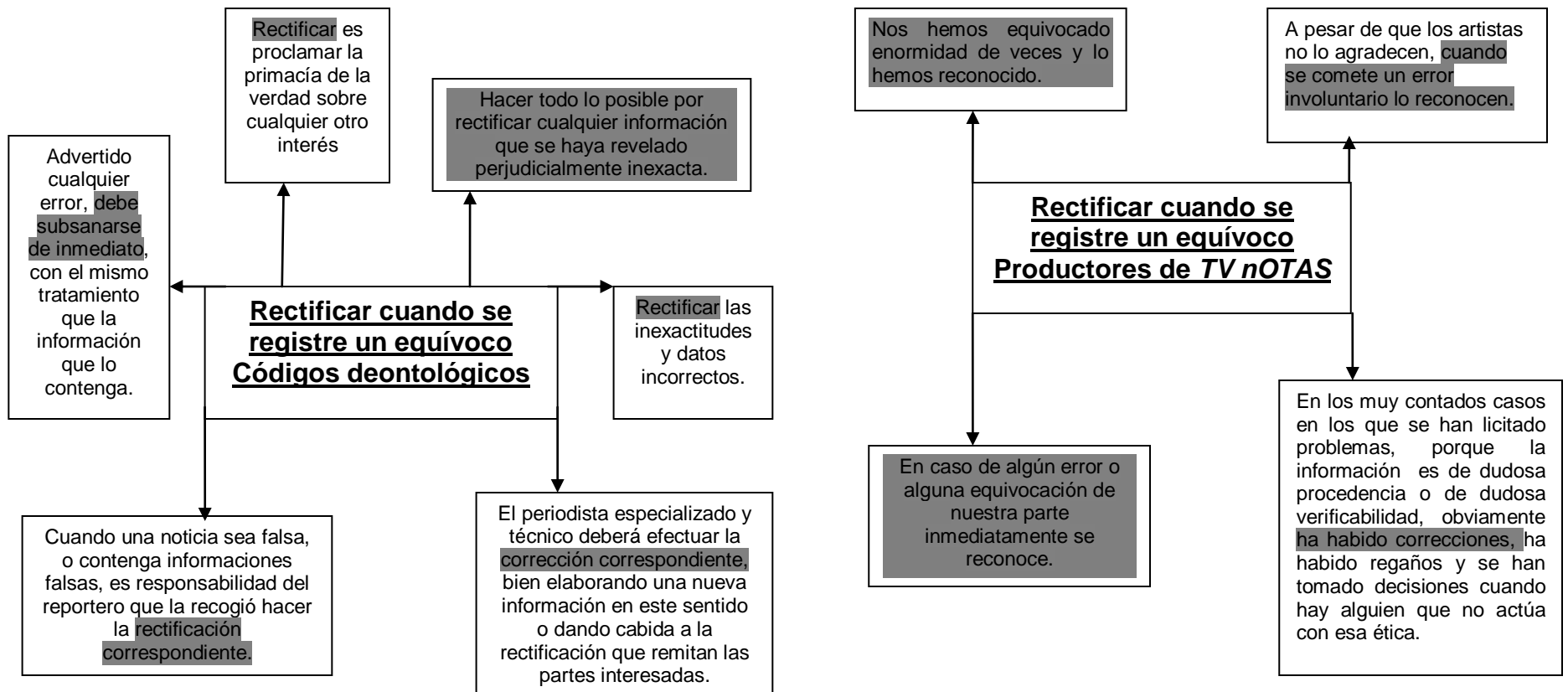
Esquema 9 / Formación imaginaria del objeto discursivo: Secreto profesional



Observaciones:

La única que mencionó este punto deontológico fue la jefa de información. Y no usa el término de respetar sus fuentes informativas, sino el de protegerlas.

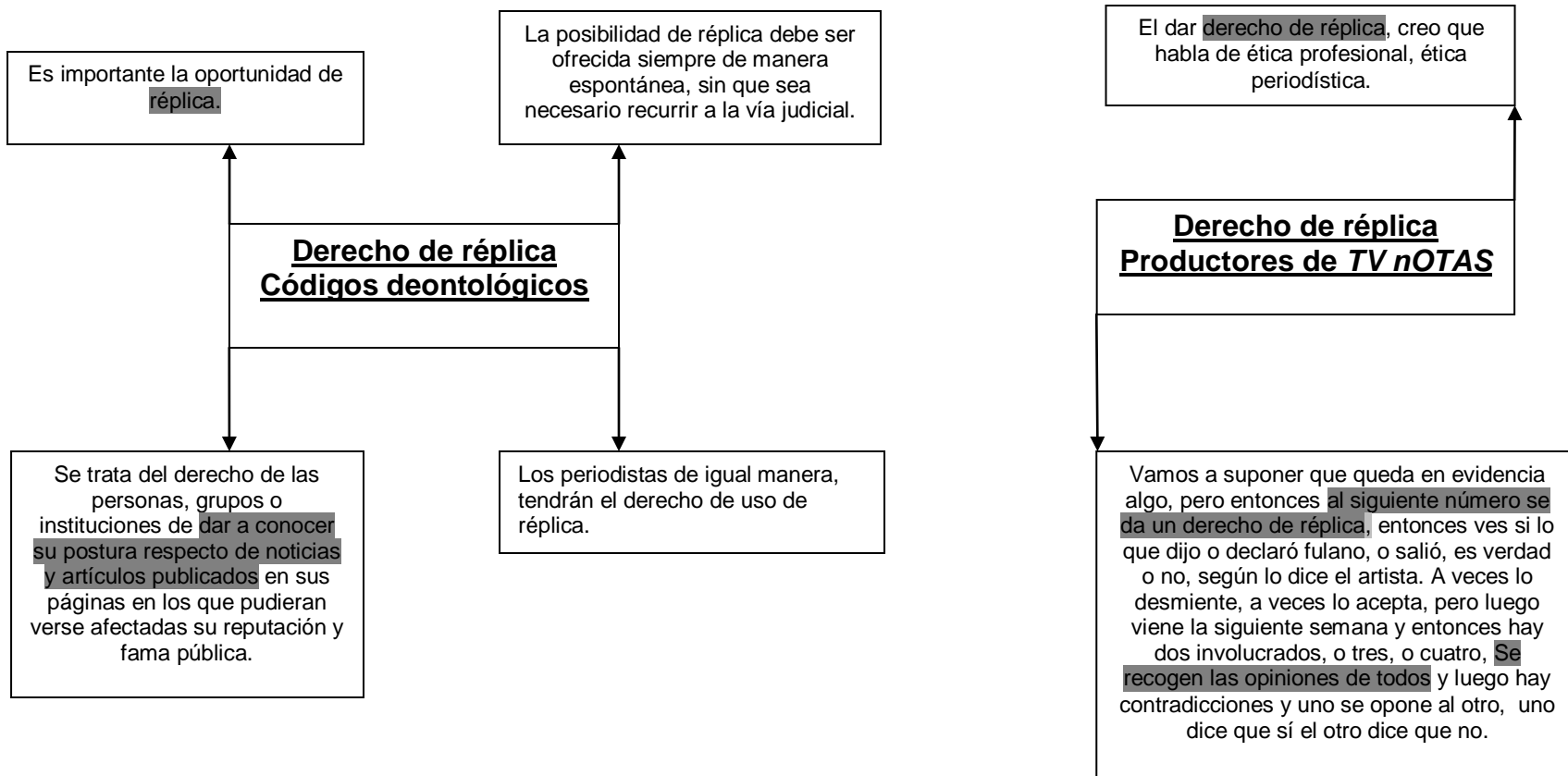
Esquema 10 / Formación imaginaria del objeto discursivo: Rectificar cuando se registre un equívoco



Observaciones:

Sólo dos de los productores de TV nOTAS hicieron referencia a este valor ético: la directora editorial y el corrector. Hablan de reconocer el sus errores.

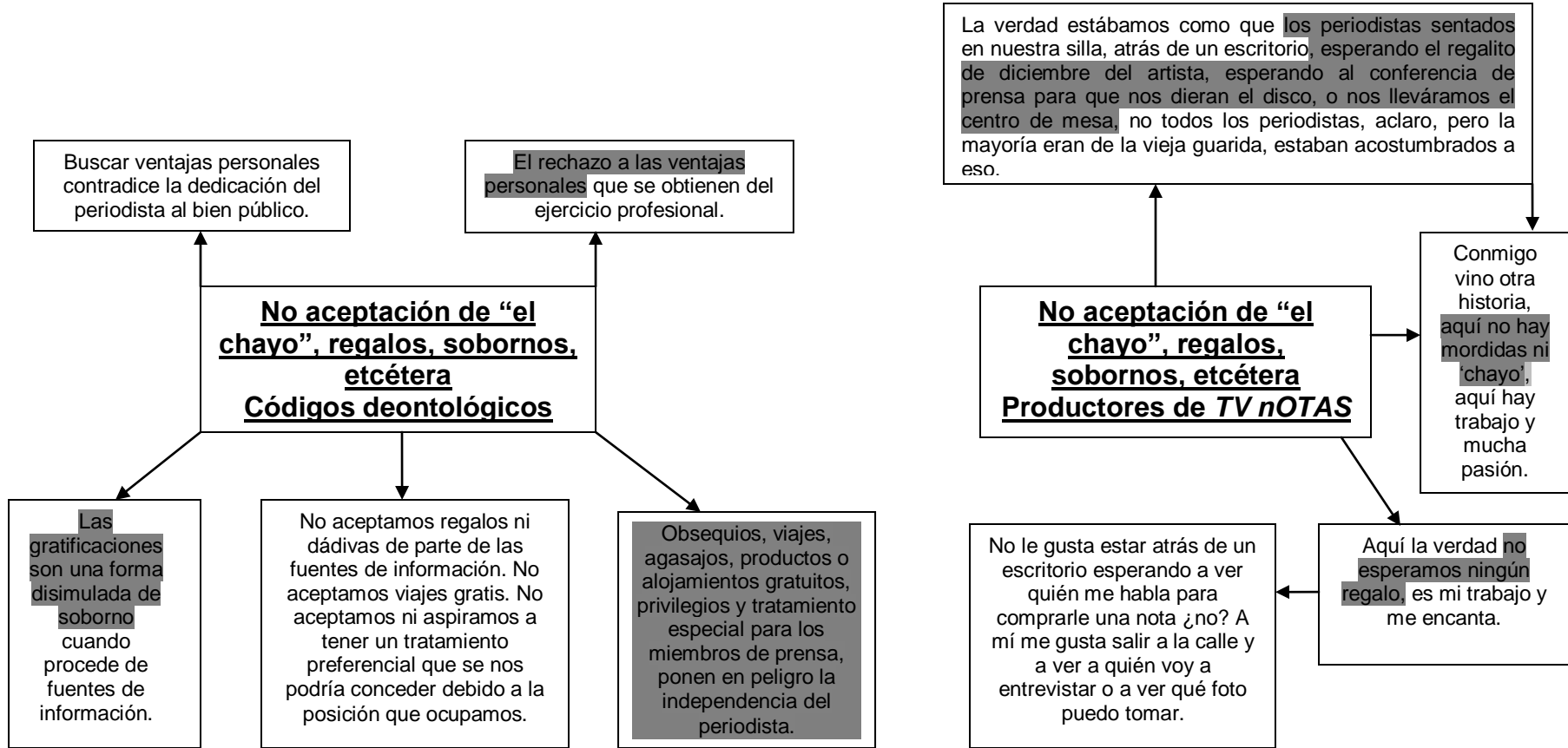
Esquema 11/ Formación imaginaria del objeto discursivo: Derecho de réplica



Observaciones:

Sólo uno de los productores de *TV nOTAS* mencionó este punto deontológico: el corrector. Y lo hizo de forma muy superficial.

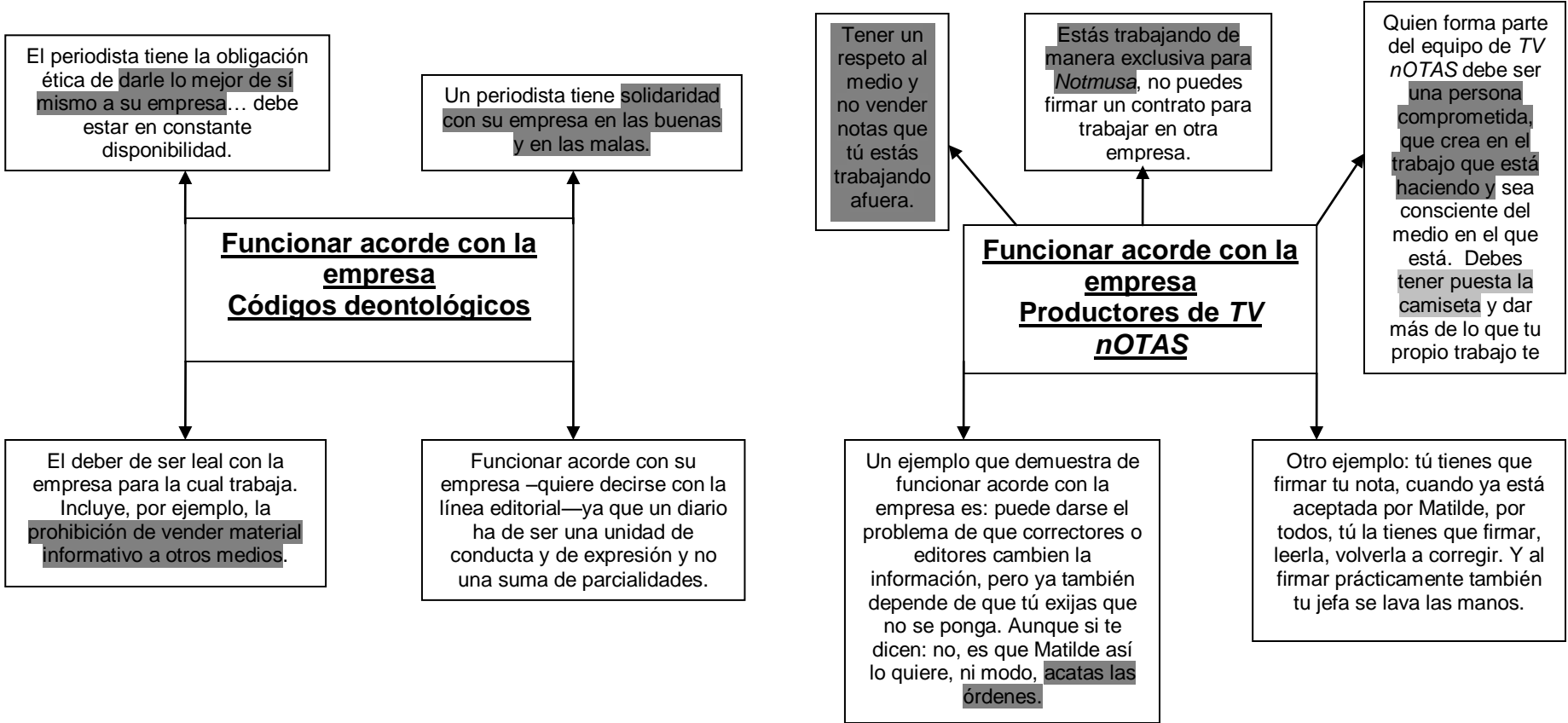
Esquema 12 / Formación imaginaria del objeto discursivo: No aceptación de “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera



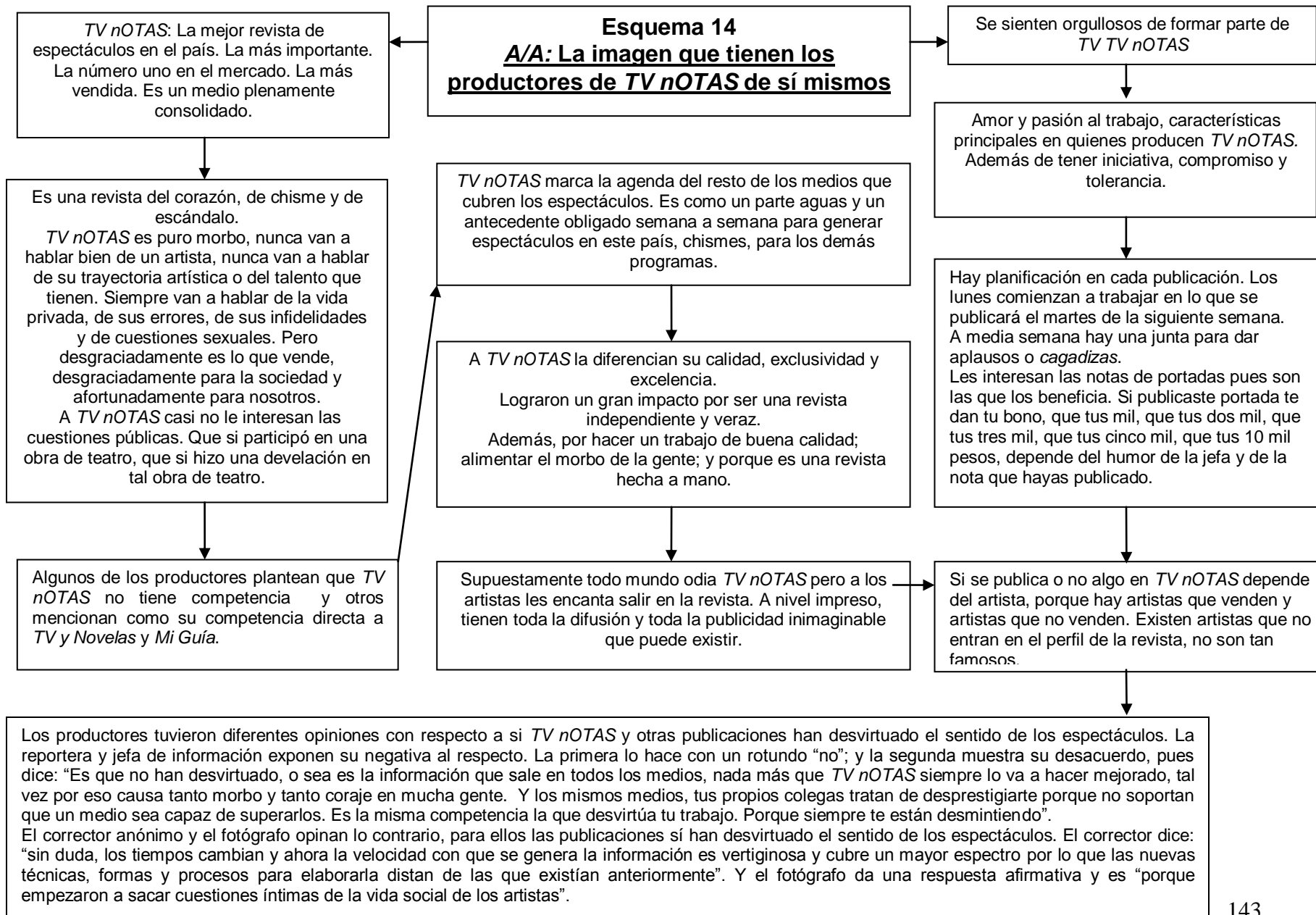
Observaciones:

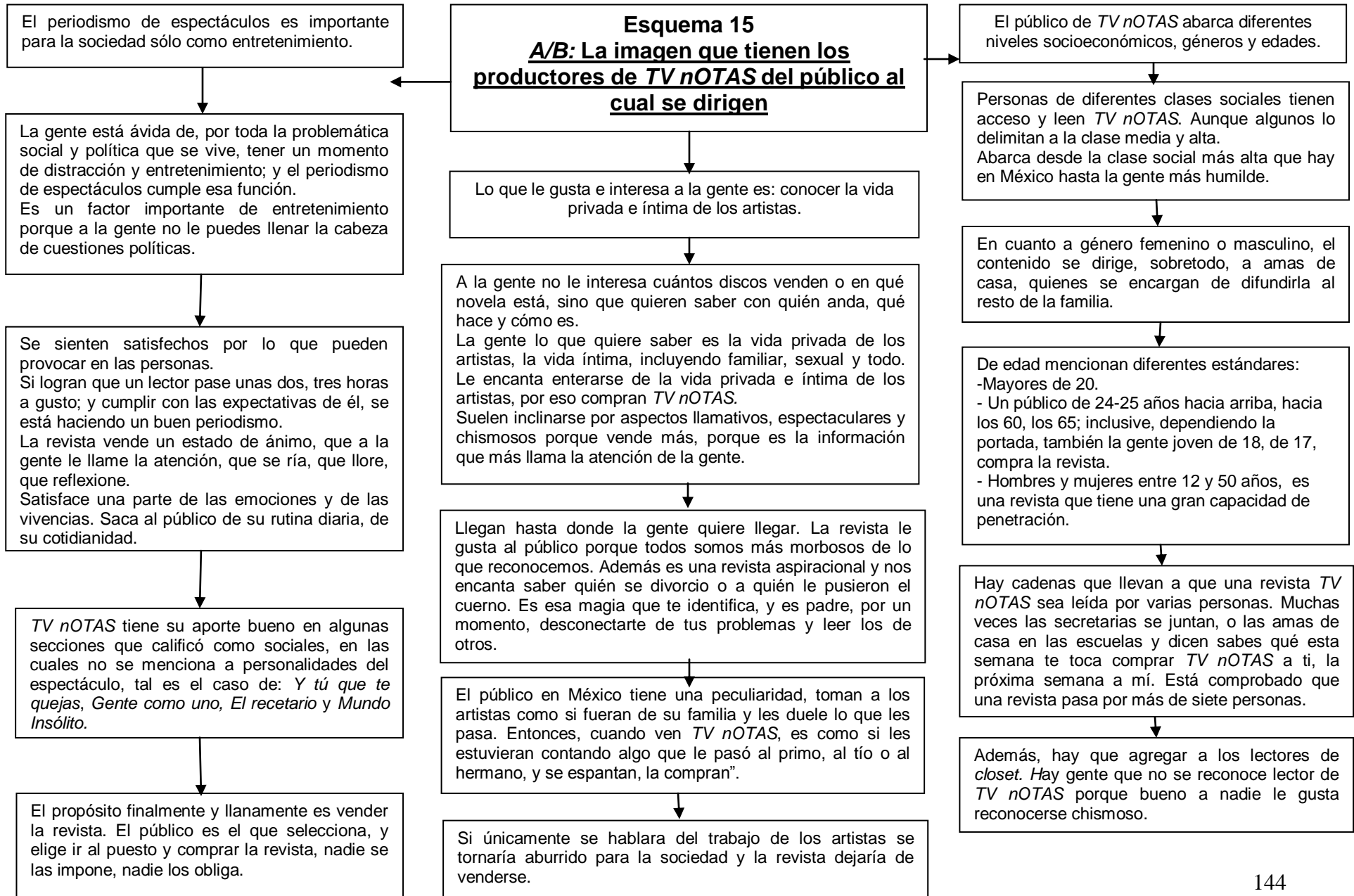
Sólo la directora editorial de TV nOTAS mencionó su rechazo a aceptar “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera. Coinciden en la no aceptación de regalos, mordidas ni “chayo”.

Esquema 13/ Formación imaginaria del objeto discursivo: Funcionar acorde con la empresa



Observaciones:
Es otro punto deontológico que sí toman en cuenta los productores de TV nOTAS. Y lo hacen desde el momento en que aceptan trabajar para la empresa Notmusa.





4.2 Interpretación de resultados

4.2.1 A/R: La imagen que tienen los productores de *TV nOTAS* de la ética en el periodismo de espectáculos

Periodismo de espectáculos

El periodismo de espectáculos informa sobre lo que sucede en el ambiente artístico, es decir, televisión, teatro, cine, música, entre otros; pero es evidente que los intereses en el ámbito han cambiado.

Antes se daba a conocer el trabajo de los artistas y hoy lo importante es informar de la vida privada de los mismos. Se atrae al público con cuestiones morbosas y chismes entorno a la vida de los artistas.

En este sentido, se descarta que los productores de *TV nOTAS* realicen su trabajo con base en el punto deontológico contenido en los códigos que se refiere a respetar la vida privada de las personas.

El periodismo de espectáculos se ha devaluado con el tiempo ya que lo importante es dar a conocer chisme y no el informar sobre cuestiones que atañen al trabajo de los artistas, ésta es otra muestra de que el respetar la vida privada está de más en el actuar de los productores de *TV nOTAS*.

Existen acciones que permitirían una mejora en el periodismo de espectáculos. Una propuesta de los productores de *TV nOTAS* es que hubiera un equilibrio en la información que presentan. Es decir, dar a conocer tanto aspectos del trabajo como de cuestiones de la vida privada de los artistas.

Los productores destacan que, de acuerdo con *Grupo Editorial Notmusa*, la misión de *TV nOTAS* es la de: *infoentretener* a sus lectores (cuestión por la cual comúnmente se le relaciona con acciones de tipo escandaloso, extraño, extravagante o inconveniente); aspecto que va totalmente en contra de dejar de presentar cuestiones personales e íntimas de los artistas.

Además, sería difícil, casi imposible, que una revista consolidada en el mercado, como lo es *TV nOTAS*, hiciera a un lado la información chismosa, escandalosa y morbosa, para presentar únicamente información sobre el trabajo de los artistas. Pues, el mostrar esta información provoca altas ventas

de las publicaciones, y con ello se logra lo más importante para los productores de *TV nOTAS*: vender.

El periodismo de espectáculos tiene como objetivo primordial informar y entretener, en estos aspectos radica la importancia de esta fuente periodística. Pues, ambas están entre las cuatro funciones principales del periodismo: informar, orientar, educar y entretener.

Tal vez una nota sobre espectáculos no provoque un movimiento social tan fuerte como lo podrían hacer una sobre política o economía. A pesar de ello, la información sobre espectáculos puede estar en el conocimiento común de toda la ciudadanía, aspecto que demuestra la importancia de la fuente.

El periodismo de espectáculos sí es especializado pues ofrece información sobre una fuente determinada. Y, quienes se desenvuelven en éste deben tener conocimientos de cómo se practica el periodismo y sobre el contexto del tema o la trayectoria del artista entorno a la cual realizará una nota, reportaje, entrevista o demás géneros periodísticos.

Ética periodística

Los productores de *TV nOTAS* plantearon diferentes aspectos sobre lo que ellos consideran es la ética periodística. Ninguno coincidió en sus declaraciones, lo cual demuestra que no tienen una definición común de lo que significa el término. Por lo tanto, la ética no es algo presente en su actuar diario.

La ética es una ciencia práctica, no sólo se trata de conocerla teóricamente. Y para los productores la ética periodística es:

-El respeto, ¿acaso hay respeto cuando muestran cuestiones privadas e íntimas de la vida de las personas?

-Investigar, este punto es uno de los más destacados en los códigos deontológicos, así es que, para ellos, sí hay cabida de la ética en algunos aspectos de su práctica profesional.

-Tener bases y pruebas en la mano, este es un buen respaldo para ellos, nadie les puede refutar que están diciendo la verdad.

-Compromiso con el trabajo, desde que aceptan trabajar para *TV nOTAS* adquieren tal compromiso.

- Saber qué es bueno y qué es malo a su juicio, como establece el fotógrafo, no es lo mismo que distinguir entre lo bueno y lo malo para la sociedad, lo dirige a un aspecto muy personal y subjetivo. Lo que es bueno para ellos podría no serlo para los demás, o lo que ven mal podría no serlo.

- No fallarse a sí mismo, este aspecto tiene que ver más con un sentido moral y personal. Recordemos que la ética no pregunta cómo se conducen los hombres, ese juicio de valor se le deja a la moral. Lo suyo es establecer cómo tienen que conducirse.

Código deontológico

TV nOTAS no tiene un código deontológico impreso que establezca las reglas de conducta profesional en las cuales deben regir su trabajo diario los productores.

Este aspecto demuestra que: el hecho de ejercer su profesión con base en la ética periodística no es algo primordial para los dueños de *Grupo Editorial Notmusa*, creador de la publicación, y, por lo tanto, tampoco lo es para quienes forman parte de su equipo de producción.

El que la ética no tiene cabida en el trabajo de los productores de *TV nOTAS* se puede argumentar con una declaración del fotógrafo Alejandro Isunza: “los dueños de esta compañía editorial y los grandes empresarios editoriales, solamente piensan en términos económicos, no les importan los términos periodísticos. Si para ellos una nota se vende, una nota que incida negativamente en la sociedad, pues ellos lo van a sacar. No les importa la ética, no les importa el periodismo real de espectáculos, no les importa nada más que vender. El dinero, vender, vender, vender, es todo lo que quieren, enriquecerse”.

A pesar de lo anterior, los productores plantean en sus discursos la aplicación de algunos puntos deontológicos que deben de tomar en cuenta en su trabajo, los cuales, afirman, conocen con el paso del tiempo.

Veracidad

La veracidad es uno de los puntos éticos más importantes y destacados en los códigos deontológicos. Y, los productores de *TV nOTAS* aseguran que ésta es una de sus banderas éticas en cuanto a la forma en que realizan su trabajo.

La mayoría de los entrevistados, cuatro de cinco, afirman que todo lo que se publica en *TV nOTAS* es verdad. El único que no da declaraciones sobre la veracidad de la información publicada en *TV nOTAS* es el fotógrafo Alejandro Isunza.

Lo anterior significa que la verdad es una de las bases de su trabajo y por lo tanto coinciden con que la función principal del periodismo es la búsqueda y presentación de información verdadera.

Es un punto que permite considerar que la ética periodística tiene cabida, aunque sea en algunos aspectos, en el trabajo que realizan los productores de *TV nOTAS*.

Respeto a la vida privada

En el ambiente de los espectáculos no se toma en cuenta otro de los valores deontológicos periodísticos más importantes: el respeto a la vida privada.

No hay ninguna coincidencia entre lo que plantean los códigos deontológicos sobre el respeto a la vida privada y la presencia de este valor ético en la práctica de los productores de *TV nOTAS*, quienes coinciden en la inexistencia de un límite entre lo público y lo privado para los que se desempeñan en el ámbito.

Entre los objetivos y propósitos de los productores está el presentar información de aspectos privados e íntimos de los artistas. Así, el respeto a dichas cuestiones queda totalmente rezagado. No es un punto ético en el que *TV nOTAS* base su trabajo.

Uno de los argumentos de los productores es que: los famosos no tienen intimidad porque decidieron ser personajes públicos. Pero también dicen que no se meten en la intimidad de las recámaras, ya que los captan en lugares públicos (hotel, alberca, disco), por lo tanto no invaden nada.

Lo anterior demuestra que el interés de quienes se desenvuelven en el ámbito siempre va a ser conocer lo más posible la privacidad y la intimidad de los artistas porque es lo que vende.

Sensacionalismo

A pesar de que el sensacionalismo es algo que, de acuerdo con el *deber ser* planteado en los códigos deontológicos, debe quedar totalmente fuera del quehacer y actuar periodístico, no es algo que los productores de *TV nOTAS* respeten a la hora de armar los contenidos de las revistas.

Los propios productores califican a la revista de sensacionalista. Este aspecto también demuestra que desempeñarse con ética en la producción de las revistas *TV nOTAS* no es una prioridad.

Información comprobada y completa, investigar

La investigación para los productores sí es importante y primordial. Dicen que es necesario presentar al público información comprobada y completa.

A pesar de que en el trabajo del periodista de espectáculos es trascendental ganar la noticia a como dé lugar, la investigación para los productores de *TV nOTAS* aún es una prioridad.

Reconocen que la superficialidad de la información también está presente, pero, de igual forma aseguran que nada de la información e imágenes compradas por *TV nOTAS* se publican sin haber investigado y comprobado su veracidad, así como que estén completas.

Entonces, éste es otro punto deontológico que los productores toman en cuenta dentro de su práctica profesional.

Métodos lícitos y dignos para la obtención de información

En cuanto a los métodos lícitos y dignos para la obtención de información, para los entrevistados en su trabajo sí aplica la frase: “El fin justifica los medios”.

Su fin es conseguir la nota “exclusiva” de cualquier forma, así es que si con pagar por la misma la obtienen, eso no les causa ningún conflicto.

Los productores tienen la idea de obtener la exclusiva a como dé lugar. Además, este proceder concuerda con que entre los objetivos de *Grupo Editorial Notmusa* están el “competir” y “ganar”. Les interesa ser los número uno en el mercado y hacen lo que sea para lograrlo.

Es por ello que en *TV nOTAS* se paga por información, fotografías o videos de los famosos; hacen tratos y llegan a acuerdos económicos con los artistas para tener las exclusivas de bodas, bautizos y otras reuniones destacables; y gratifican con dinero a quienes les informan cuando alguien reconocido está en algún lugar.

Con lo anterior se demuestra que éste es otro punto deontológico que les es indiferente en su actuar periodístico.

Secreto profesional

El secreto profesional es otro punto deontológico que pasa desapercibido para los productores de *TV nOTAS*. Sólo la jefa de información Patricia Cuevas hace referencia al mismo y no lo plantea de una forma profunda. No usa el término de respetar sus fuentes informativas, sino el de protegerlas.

Con lo anterior se evidencia más que algunos de los puntos deontológicos que existen en los códigos no son aspectos entorno a los cuales desarrollen completamente su labor diaria los entrevistados al participar en la producción semanal de la revista *TV nOTAS*.

Rectificar cuando se registre un equívoco

El planteamiento ético que se refiere a rectificar cuando se registre un equívoco tampoco es algo en lo que los productores de *TV nOTAS* pongan atención.

Seguramente piensan que, por asegurarse de que la información que presentan es verdadera y se haga una investigación entorno a la misma, está de más el creer que se puede dar algún equívoco.

Sólo se refieren a este planteamiento la directora editorial y el corrector, lo cual demuestra que es otro aspecto de los que no les preocupa tomar en cuenta cuando hacen su trabajo.

Derecho de réplica

El derecho de réplica es otro punto deontológico ausente en las formaciones imaginarias de A/R derivadas del discurso de los productores de *TV nOTAS*.

El único que lo menciona es el corrector anónimo y lo destaca como uno de los aspectos más importantes del código por el cual se rigen, esto a pesar de que nunca ha visto tal código por escrito.

Lo anterior hace notar que se trata de un deber ético más de los cuales no tienen el interés de practicar.

No aceptación de “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera

En cuanto a la no aceptación de “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera, quien menciona el punto es la directora editorial Matilde Obregón. Los demás productores no aluden al mismo.

Tal acción podría deberse a que no aceptan un beneficio de este tipo porque la misma revista les otorga premios económicos dependiendo de las notas de portada que publiquen.

Según la jefa de información Patricia Cuevas: “Si publicaste portada te dan tu bono, que tus mil, que tus dos mil, que tus tres mil, que tus cinco mil, que tus 10 mil pesos, depende del humor de la jefa y de la nota que hayas publicado”. He aquí otra muestra de que la ética no es algo fundamental en su desempeño.

Funcionar acorde con la empresa

El funcionar acorde con la empresa es un punto al que hicieron referencia tres de los productores de *TV nOTAS*.

La reportera Nuria Ariza y el corrector anónimo hablan del compromiso que tienen con su empresa y la jefa de información Patricia Cuevas da a conocer aspectos en los que se demuestra que está de acuerdo en trabajar acorde con la misma.

En este sentido sí respetan el *deber ser* ético de congeniar con la forma de trabajar de *Grupo Editorial Notmusa*, pero no es algo difícil de asegurar, pues, desde que comienzan a formar parte del equipo que produce *TV nOTAS*, están dispuestos a trabajar bajo la ideología de la empresa.

Este es otro punto ético por el cual sí rigen su proceder laboral los entrevistados.

Relación teórica entre la concepción de ética periodística de los productores de *TV nOTAS* y el *deber ser* de los códigos deontológicos

Entonces, dado lo anterior, el actuar ético que tienen los productores de *TV nOTAS* se da en función de los intereses y objetivos de la empresa para la cual trabajan.

Por lo que, a pesar de que los productores estuvieran de acuerdo con aplicar lo establecido en los códigos deontológicos, a final de cuentas los que deciden cómo obtener la información y cómo presentarla son las cabezas, jefes, del medio de comunicación para el que laboran, el cual, ante todo es una empresa, y es necesario decidir la rentabilidad y lo redituable que puede resultar el dar a conocer determinada información.

Así, encontramos que: la relación teórica entre la concepción de ética periodística de los productores y el *deber ser* de los códigos es parcial, ya que: basan su trabajo en algunos aspectos éticos, tal es el caso de la **veracidad**, pues todo lo que se publica en *TV nOTAS* es verdad; el **investigar** para dar a conocer **información comprobada y completa**; y el **funcionar acorde con la empresa**, desde que comienzan a formar parte del equipo aceptan la forma de proceder de la misma.

Pero van en contra y no rigen su trabajo por otros puntos destacados en los códigos deontológicos. Tal es el caso del **respeto a la vida privada** de las personas, esto porque en el medio lo que interesa es dar a conocer hasta los más mínimos detalles sobre las vidas de los famosos; no hacer uso del **sensacionalismo**, pues éste es un elemento importante en cada una de sus publicaciones para atraer al público; y **utilizar métodos lícitos y dignos para la obtención de información**, en este punto consideran que hacen lo que sea por lograr la nota, tal es el caso de pagar por la información.

Y, en algunos puntos deontológicos, como: el **secreto profesional**; **rectificar cuando se registre un equívoco**; el **derecho de réplica**; la **no aceptación de “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera**; sólo hubo menciones de los mismos por parte de uno o dos de los entrevistados, aspecto que permite concluir que la mayoría de los puntos deontológicos no son una prioridad en su desempeño como productores de *TV nOTAS*.

La deontología periodística ahí está, pero a los productores de *TV nOTAS* lo que les interesa es vender, es así como hacen de las noticias un negocio muy rentable.

Por lo tanto se le da mucha más importancia al hecho de obtener ganancias económicas que al de informar, lo que deja en segundo plano la función principal de la actividad periodística.

4.2.2 A/A: La imagen que tienen los productores de *TV nOTAS* de sí mismos

La mejor revista...

En los discursos de los productores se cataloga a *TV nOTAS* como la mejor revista del país en el ámbito de los espectáculos. Comparten esta idea con lo planteado por el *Grupo Editorial Notmusa*, empresa a la cual pertenece *TV nOTAS*, de que son la revista líder a nivel nacional.

Realmente se ven como los mejores en el ámbito y lo argumentan con que: es la revista más vendida; que el medio está consolidado; es independiente y

veraz; además destacan la generación de exclusivas y la alimentación del morbo.

En cuanto a que destaquen a la veracidad, un aspecto ético muy importante, como un punto que les permita verse como líderes, habla de que la ética está presente, al menos en este aspecto, en su trabajo.

También resaltan que *TV nOTAS* marca la agenda de los medios dedicados a presentar los espectáculos. Y es que, ciertamente, son varias las veces en las que otros programas televisivos y radiofónicos hacen referencia a notas publicadas en *TV nOTAS*.

A pesar de que se consideran los más odiados en el medio, piensan que a los artistas les encanta aparecer en *TV nOTAS* porque obtienen beneficios por lo mismo: publicidad y estar presente para la sociedad.

Claro que cuando hay un acuerdo económico ambas partes tienen un beneficio, tanto la revista como el artista. Pero hay ocasiones en las que es sólo la revista es la favorecida, pues, los artistas son mostrados en condiciones no gratas por lo cual la forma en que los muestran podría perjudicar su imagen ante la sociedad. Por ejemplo: dan a conocer sus infidelidades, que estuvieron alcoholizados, que dieron declaraciones no gratas sobre otras personas del medio artístico, que fueron agresivos, entre otros aspectos.

Sin competencia...

Algunos de los productores plantean que *TV nOTAS* no tiene competencia, y otros mencionan como su competencia directa a *TV y Novelas* y *Mi Guía*. Con esto reflejan, una vez más, la idea de *Grupo Editorial Notmusa* con respecto a que son los líderes en el ámbito del espectáculo.

Además, *Notmusa* también plantea el gusto que tienen por “competir” y “ganar”; al respecto, los productores de *TV nOTAS* consideran ser los mejores en su trabajo.

Diferencia entre *TV nOTAS* y las demás publicaciones...

Los productores indican que hay varios aspectos que marcan la diferencia entre *TV nOTAS* y otras publicaciones de espectáculos: no tiene restricción alguna, puede publicar lo que sea de cualquier artista y *Tv y Novelas* no; presenta lo último del espectáculo; destacan la calidad y las exclusivas; si retoman una nota lo van a hacer mil veces mejor.

Aquí los productores también demuestran concordar con la idea que tiene *Grupo Editorial Notmusa* con respecto a que son “innovadores” y “diferentes”.

Y que su trabajo, a diferencia del de las demás publicaciones en el medio del espectáculo, según el discurso de los productores, es “profesional” y “dedicado”.

Son selectivos...

En *TV nOTAS* son selectivos, se publica sólo lo vendible. La revista tiene un perfil de chismes, de escándalos, de notas amarillistas y hay artistas que no tienen nada que decir aquí, entonces, no son del perfil, sencillamente; o no es tan famosa como para estar.

En este punto se demuestra lo que el fotógrafo Isunza declara con respecto a que a los dueños de esta compañía editorial (*Grupo Editorial Notmusa*): “No les importa la ética, no les importa el periodismo real de espectáculos, no les importa nada más que vender. El dinero, vender, vender, vender, es todo lo que quieren, enriquecerse”.

Productores orgullosos...

De acuerdo con los discursos, para la mayoría de los entrevistados, ser parte del equipo que conforma a *TV nOTAS* los hace sentir orgullosos. Sólo el fotógrafo Alejandro Isunza no aterriza su sentir al decir que “le significa todo y nada a la vez”. Dicho orgullo se debe a que forman parte del equipo de una de las revistas más famosas y populares de espectáculos en México.

Los productores de *TV nOTAS* indican que entre las características principales de quienes forman parte del equipo están el que debe haber amor y pasión por

su trabajo, un compromiso, tener bien puesta la camiseta, así como tolerancia y un carácter tranquilo.

Cuando comienzas a laborar para una empresa es indispensable que aceptes la ideología de la misma, por esta aprobación los entrevistados fueron admitidos para colaborar con ellos. Adquieren un acuerdo mutuo en el cual hay beneficios para ambos, la revista destaca por el trabajo que hacen los productores y éstos reciben una buena remuneración económica por su labor.

Aquí se nota el cumplimiento de otro punto mencionado en los códigos deontológicos: funcionar acorde con la empresa.

Planificación en cada publicación...

La revista *TV nOTAS* es semanal, se publica cada martes. Pero desde el lunes ya se está trabajando para el número que se presentará la semana siguiente. También, cada semana hacen una junta para destacar el trabajo de algunos de los productores a quienes se les premia con bonos económicos por haber tenido notas en la portada de la publicación.

Entonces, los productores de *TV nOTAS* seguramente mientras trabajan ponen más interés en presentar notas de portada que en verificar si actúan de acuerdo con lo establecido en la ética periodística.

Periodismo de espectáculos desvirtuado...

Hubo un choque de opiniones sobre si *TV nOTAS* está entre las revistas que desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos. Dos de los productores exponen su negativa al respecto y otros dos consideran que sí ha sido así.

Obviamente las revistas de espectáculos sí han provocado que se desvirtúe a este tipo de periodismo, la muestra más clara de ello es el tipo de información que se presenta actualmente. Mientras más privada e íntima sea la indagación sobre la vida de algún artista es mucho mejor, porque se vende más, y el trabajo del mismo pasa a segundo término.

4.2.3 A/B: La imagen que tienen los productores de *TV nOTAS* del público al cual se dirigen

El aporte del periodismo de espectáculos para la sociedad, según los entrevistados, es sólo como: entretenimiento.

Con lo anterior demuestran que apoyan el planteamiento de *Grupo Editorial Notmusa* con respecto a que es una empresa que busca el *infoentretenimiento* de sus lectores.

Esto es algo que debe ser destacado, pues, el info-entretener contiene dos de las cuatro funciones principales del periodismo: informar, educar, orientar y entretener; lo cual significa que *TV nOTAS* sí cumple con funciones importantes de la profesión.

Los productores de la revista *TV nOTAS* se sienten satisfechos por lo que pueden provocar en las personas. La directora editorial considera que: “si logra que un lector pase unas dos, tres horas a gusto”; y “cumplir con las expectativas de él”, está “haciendo un buen periodismo”.

TV nOTAS permite distraer a los mexicanos de la problemática social, económica y política que enfrenta en el país actualmente. Las personas necesitan de un rato de ocio y esparcimiento que pueden cubrir con lo que ellas deseen y una opción, dependiendo de sus gustos, es esta revista.

La reportera Nuria Ariza argumenta que su función como periodista es: “entretener al público y a lo mejor sacarlo un poquito de su rutina diaria, de su cotidianidad y bueno, que pasen un ratito de esparcimiento enterándose si fulanita está embarazada o zutanita se divorció. Porque no hago otra función, no estoy educando, ni estoy aportando nada para que una persona sea mejor en la sociedad, la verdad no”.

De acuerdo con los productores de *TV nOTAS* a la gente no le interesa el trabajo de los artistas y las personalidades reconocidas en el medio del espectáculo, ya que le importan más aspectos de la vida privada e íntima de los mismos, tal es el caso de infidelidades, embarazos, bodas, entre otros.

Este es el argumento perfecto de los productores de *TV nOTAS* para dejar totalmente rezagado el punto deontológico que se refiere al respeto a la vida privada. No les interesa ni preocupa respetarlo pues va en contra de lo que le gusta a las personas conocer, además es lo que vende.

El público al que se dirige *TV nOTAS* es muy amplio. Abarca diferentes niveles socioeconómicos, aunque algunos lo delimitan a las clases media y alta; en edad no logran un acuerdo al mencionar diferentes estándares; y el contenido se dirige a las amas de casa, pero las mismas se encargan de que el resto de la familia lea las revistas.

CONCLUSIONES

Durante la realización de la presente investigación surgieron ciertas dudas entorno a la misma. Recuerdo que cuando le comentaba a mis amigos y familiares el título de ésta, “La ética en el periodismo de espectáculos: caso específico de la revista *TV nOTAS*”, las reacciones siempre fueron: claro que no hay ética, eso ni siquiera es periodismo, es evidente que en el contenido de las publicaciones no hay nada ético, por mencionar algunas de las cuestiones negativas al respecto.

Desde que planteé mi proyecto tenía bien establecido que la imagen sobre del periodismo de espectáculos no es la mejor, por lo mismo me interesé aún más en adentrarme en este mundo, y qué mejor que hacerlo a través de personas inmersas en el mismo, darles voz para poder indagar en las acciones éticas que han adoptado en sus actividades diarias.

Encontré que, pese a las opiniones negativas, como la del crítico de televisión Álvaro Cueva a una parte del periodismo de espectáculos que se da en nuestro país, refiriéndose al periodismo rosa lleno de escándalos y chismes; se trata de una fuente importante para la sociedad, pues cumple con dos de las funciones sociales primordiales del periodismo: informar y entretener.

Concuerdo con lo que establece en su discurso el productor anónimo de *TV nOTAS* con respecto a que: la información se puede tachar de amarillista, sensacionalista, basura y demás aspectos negativos, pero la realidad es que, fuera de los adjetivos descalificativos que la acompañan, se trata de información, la cual puede ser de interés para algunas personas y totalmente indiferente para otras, ello independientemente de los adjetivos calificativos que la acompañen.

Entretener es la función más destacable de este tipo de periodismo, pues es el objetivo del mismo. Y es que, el ser humano, además de estar inmerso en su vida laboral y familiar, necesita estar informado no sólo de política y economía, sino también de cuestiones que aporten algo a sus momentos de descanso y

distracción. Ya depende de cada persona si quiere o no dedicar su tiempo de ocio a leer una revista *TV nOTAS*.

Así, informar y entretener son las funciones que tiene y con las que cumple la revista *TV nOTAS*. La gente puede tener opiniones negativas con respecto a la existencia de la misma y a la manera en que presentan la información, pero también es cierto que se trata de una de las revistas de espectáculos más conocidas y consumidas en nuestro país.

En lo que refiere a la ética periodística, durante mi formación profesional fue un tema que llamó mucho mi atención, pues, se trata de un concepto muy mencionado en las clases y en la gran variedad de fuentes dentro los diferentes medios de comunicación, pero comprendí de una mejor manera la información entorno a la misma gracias a esta investigación.

Además, algo que siempre me ha interesado es cómo los periodistas, reporteros y demás productores de los medios de comunicación, hacen alarde de trabajar éticamente.

Hace unos meses, en febrero de 2011, se presentó un ejemplo al respecto cuando *MVS Comunicaciones* decidió despedir a la periodista Carmen Aristegui por haber violado el código de ética de la empresa al dar una nota sobre que el presidente de la República, Felipe Calderón, padece alcoholismo, y le pidió al mismo aclarar y comprobar si la acusación era falsa.

Pero Aristegui negó tal violación al código; muchos calificaron el acto de “censura”; y, pocos días después, la periodista regresó a formar parte del equipo, el argumento de la empresa en ese momento fue que: “se trató de un triunfo de la libertad de expresión”. Entonces, ¿para qué la ética periodística?, si se usa como estandarte se debe aplicar en la actividad diaria como tal ¿no?

Las preguntas que surgieron en mí, para tratar el tema desde su base, fueron: ¿qué es la ética periodística?, ¿para qué es la ética periodística?, ¿la

existencia de la ética periodística va más allá de normas establecidas en los códigos deontológicos para hacer alarde del *deber ser*?

Pensamos que ética periodística se traduce en las normas instituidas para que los profesionales, en este caso de la comunicación y los medios, se dirijan hacia el “bien común”. Pero, gracias a esta investigación, me pude percatar de que la ética en el ámbito va mucho más allá de que un medio de comunicación tenga o no un código deontológico, la ética es actuar.

Es decir, tener presente, en cada momento, que al desempeñarte como un profesional del periodismo es tu deber actuar con el fin de lograr las funciones sociales del oficio (informar, orientar, educar y entretener).

Con lo anterior no niego que definitivamente los códigos son un gran apoyo y guía para actuar según el *deber ser*, pero no se trata de decir: “sí tenemos un código”, sino de “aplicarlo”, que esté en una práctica constante.

También, me pude percatar de que la ética es un aspecto personal, fuera de que el medio para el cual trabaja un periodista cuente con un código periodístico, el cual indudablemente es su base, las decisiones se toman, en primera instancia, de manera individual.

Entonces, la formación profesional y las raíces educativas con las que cuente el profesional de comunicación son básicas. Por ello es importante que un periodista conozca el tema a profundidad y no sólo se quede con la noción de que la ética existe y punto.

El periodista y profesor Juan María Alponente lo plantea muy claro:

La ética significa que cada uno de nuestros actos debe ser interrogado y respondido. Es decir, cada acto del hombre tiene que ser explicado, inteligible y proyectarlo a la conciencia. No se trata de obedecer, sino de asumir responsabilidades²²⁹.

²²⁹ El lunes 26 de abril de 2010 se llevó a cabo la inauguración del *Primer seminario sobre ética periodística* en el auditorio Ricardo Flores Magón de la FCPyS, UNAM, con la conferencia titulada *Ética periodística el regreso a los ciudadanos*, y en la misma participó el profesor Alponente.

La ética periodística es un respaldo para cualquier profesional de la comunicación, el actuar correctamente, sin duda alguna, siempre beneficiará más que el no hacerlo. Además, las normas éticas deben establecerse con el fin de que la actividad periodística sea funcional y útil para los ciudadanos.

La importancia que tiene la ética en la actividad periodística debería provocar que quienes se desenvuelvan en el ambiente, sea la fuente de espectáculos, política, deportes, economía y demás, la consideren, asuman y apliquen como un elemento indispensable en su actividad diaria.

Así, gracias a las entrevistas realizadas a los productores de *TV nOTAS*, pude indagar, desde el punto de vista de los trabajadores de un medio de comunicación, en lo que es el periodismo de espectáculos y la ética periodística con la que se rigen en el mismo.

El objetivo general de la investigación de: Analizar la concepción que tienen los productores de la revista *TV nOTAS* de la ética en el periodismo de espectáculos que practican para identificar la relación entre *lo que dicen* y la construcción del discurso periodístico según el *deber ser* ético, se logró.

Lo anterior se dio mientras cumplió con los objetivos particulares, y es que:

Se pudo identificar cuáles son las bases éticas establecidas en la práctica del periodismo, en específico el de espectáculos de *TV nOTAS*.

Se analizó el discurso de los productores de *TV nOTAS* con respecto a la ética en el periodismo de espectáculos. Así, se estableció el formato actual del periodismo de espectáculos; además se indagó en la ética por la cual se rigen quienes hacen la revista.

También se comparó el análisis del discurso de los productores de *TV nOTAS* con el *deber ser* ético establecido en los códigos deontológicos.

Dado lo anterior, con respecto a la hipótesis de que: Existe relación teórica entre el discurso sobre la concepción de ética periodística que tienen los productores de *TV nOTAS* y el *deber ser* planteado en diferentes códigos deontológicos periodísticos; el resultado de la investigación arrojó que sí existe una relación pero ésta es parcial, no total.

Asimismo, se pudo evidenciar que el desempeñarse con ética en la elaboración de las revistas no es una prioridad en el desempeño profesional de los productores de *TV nOTAS*.

La relación teórica entre su concepción de ética y el *deber ser* es parcial ya que:

- Basan su trabajo en algunos aspectos éticos, tal es el caso de la veracidad; el investigar para dar a conocer información comprobada y completa; y el funcionar acorde con la empresa.
- Pero van en contra y no rigen su trabajo por otros puntos destacados en los códigos deontológicos como: el respeto a la vida privada de las personas; no hacer uso del sensacionalismo; y utilizar métodos lícitos y dignos para la obtención de información.
- Y, en algunos puntos deontológicos, como: el secreto profesional; rectificar cuando se registre un equívoco; el derecho de réplica; la no aceptación de “el chayo”, regalos, sobornos, etcétera; sólo hubo menciones de los mismos por parte de uno o dos de los entrevistados, aspecto que permite concluir que la mayoría de los puntos deontológicos no son una prioridad en su desempeño como productores de *TV nOTAS*.

Entre los obstáculos al realizar la investigación encontré que difícilmente los productores de *TV nOTAS* accedían a darme una entrevista. Simplemente, de la directora editorial Matilde Obregón nunca obtuve una respuesta, le hice mi petición a través de llamadas telefónicas, le mandé correos electrónicos, asistí a las oficinas de *Grupo Editorial Notmusa* buscándola directamente y la respuesta de siempre, por parte de su secretaria, fue que ella no daba ese tipo de entrevistas.

Traté de entrevistar a un reportero, Renato Huerta, al cual le hice varias llamadas y aunque no se negó a darme la entrevista, tampoco me confirmó que lo haría, pues, siempre tuvo mucho trabajo, o al menos ese fue su argumento.

El corrector desde el principio me pidió anonimato para evitarse cualquier problema que pudiera derivar de la misma.

La más accesible fue la jefa de información Patricia Cuevas, pero se tardó meses en darme la entrevista argumentando que tenía mucho trabajo. Al pedirle que me ayudara a entrevistar a más de sus compañeros me dijo que iba a ver qué podía hacer y, después de meses de insistir con llamadas a su celular, me puso en contacto con el fotógrafo Alejandro Isunza.

Finalmente, para entrevistar a la reportera Nuria Ariza tuve que llevar una carta en la que le solicité a *TV nOTAS* entrevistar a un reportero en las oficinas, dicha carta tuvo que estar firmada por mi asesora de tesis.

Mientras hacía la investigación, me sorprendió mucho que a pesar de que los entrevistados se dedican a contactar artistas y les solicitan tiempo para poder hacer algunas de sus entrevistas, reportajes y notas, a ellos les costara tanto trabajo darme algunos minutos de su tiempo. Dijeron estar muy ocupados, pero, seguramente en el fondo no deseaban tratar el tema por miedo a meterse en problemas.

Es claro que con la metodología aplicada en la investigación se alcanzaron los objetivos planteados en la misma, pero también es evidente que quedó abierta la posibilidad explorar las formaciones imaginarias de *B* que en este caso, como se mencionó anteriormente, corresponde al público al que se dirige *TV nOTAS*.

Es decir, se pueden explorar las formaciones imaginarias que el público que lee *TV nOTAS* tiene sobre la ética en el periodismo de espectáculos, de sí mismo, y de los productores de *TV nOTAS*. Las cuales se podrían examinar a través de encuestas que arrojen resultados cualitativos y cuantitativos.

Y al contar con los resultados de las formaciones imaginarias de *A* y las formaciones imaginarias de *B*, se podrían obtener las semejanzas y diferencias entre las mismas.

También está la posibilidad de realizar un análisis del discurso presente en algunas publicaciones de *TV nOTAS*; para verificar si en el contenido de las mismas se refleja la presencia de la ética periodística.

En definitiva, la ética en el periodismo de espectáculos es un tema muy amplio que podría investigarse desde otra propuesta metodológica para analizar discursos; así como dirigir el estudio a otros de los medios de comunicación ya sea televisivos, de radio, internet o impresos, que se especializan en los espectáculos.

La presente investigación permitió dejar de lado la especulación y las suposiciones con respecto a la presencia o ausencia de la ética en el periodismo de espectáculos, ello al darle voz a quienes se desempeñan en el ámbito. Fue posible conocer la reinterpretación que los productores de *TV nOTAS* tienen de la ética periodística en función de los intereses personales y de la empresa para la cual trabajan.

Es una investigación muy interesante que puede servir de apoyo a todo aquel profesional de la comunicación que esté interesado en conocer más sobre la ética periodística; del periodismo de espectáculos que se practica en México; y de la relación que existe entre ambos aspectos.

ANEXOS

Anexo 1 Investigaciones sobre el periodismo de espectáculos y la ética periodística

Jesús Martínez Patricio en el 2005 hizo una tesis titulada: *La sección de espectáculos de El Heraldo de México 1965-1970*, con la cual plantea demostrar la importancia de los espectáculos para la sociedad contemporánea. Dicha investigación se basa en los primeros cinco años de la sección de espectáculos de *El Heraldo de México*, al establecer que:

Durante la década de los 60 el mundo de los espectáculos a nivel nacional se veía envuelto en varios cambios. Alrededor de esta década se presentó una evolución tecnológica dentro de los medios de comunicación con la cual el medio del espectáculo tuvo una evolución que hasta la fecha no ha parado²³⁰.

Por su parte, Erika Michelle Ureña Pérez realizó, en el 2006, una investigación sobre: *La telebasura: análisis de los programas de periodismo de espectáculos Con Todo y La Oreja, su producción televisiva, informativa y conducción*. Como el título refiere, la autora realizó un análisis de dos programas de espectáculos que lograron una proyección, popularidad y reconocimiento en la sociedad mexicana. A pesar de que se perciben en un medio audiovisual, ambos programas son un claro ejemplo del periodismo de espectáculos que se presenta actualmente en México.

Los medios televisivos y los programas de espectáculos han creado figuras públicas y hechos públicos muchas veces de acuerdo a sus intereses, otros han surgido por sí solos, es decir son natos, pero el medio les ha construido una imagen propia que tal vez no va de acuerdo con su identidad.²³¹

La autora hace referencia al tipo de periodismo de espectáculos que ha logrado éxito entre la sociedad. En algunas partes de su investigación plantea que dicho periodismo más que tener el objetivo de informar se ocupa de entretener o divertir a las personas.

En la Escuela de Periodismo Carlos Septién García existen más tesis referentes al mundo de los espectáculos en nuestro país y en dos de éstas sí hacen referencia al periodismo de espectáculos que maneja *TV nOTAS*, revista entorno a la cual gira la presente investigación.

En un trabajo titulado: *El negocio detrás del periodismo de espectáculos en México*, que realizaron en el 2005 Paulina Alejandra Morón Díaz y Sandra Paulina Rojas Medina quienes, a pesar de que manifiestan que los

²³⁰ Jesús Martínez Patricio, *La sección de espectáculos de El Heraldo de México 1965-1970*, FCPyS, UNAM, 2005, p.4-5.

²³¹ Erika Michelle Ureña Pérez. "*La telebasura: análisis de los programas de periodismo de espectáculos Con Todo y La Oreja, su producción televisiva, informativa y conducción*". FES Acatlán, UNAM, 2006. p. 20.

espectáculos tienen un valor de esparcimiento y son un escape para las tensiones presentes en la sociedad, consideran que en este medio no hay información responsable, ni investigación periodística y se basan en chismes. Realizan un análisis de contenido de programas que dan a conocer el mundo de los espectáculos en radio, televisión, periódicos y revistas, entre las que se encuentra *TV nOTAS*.

Otra investigación titulada *Los paparazzi como fórmula del éxito en el periodismo de espectáculos*, realizada por Paola González Rivera en el 2003, la cual plantea que, a pesar de considerar al *paparazzi* una profesión denigrante violadora de reglas, el éxito de ésta no se puede remediar; y se trata de una nueva forma de obtener información en los espectáculos.

González Rivera plantea “con esta tesis no se busca reivindicar el periodismo de espectáculo, sino más bien se trata de aceptar una nueva corriente dentro del mismo género: los *paparazzi*”²³². Dicha investigación se centra en tres cadenas televisivas y el estudio de dos revistas de espectáculos entre las que se encuentra *TV nOTAS*. La autora no realiza un análisis como tal de la publicación, es decir, sólo hace referencia al trabajo que se realiza en las publicaciones de la revista para relacionarlo con su investigación sobre los *paparazzi*.

Hay investigaciones en las que el tema es el periodismo y las bases éticas las cuales utilizan o deben utilizar quienes ejercen dicha profesión.

Tal es el caso del trabajo que realizó en el 2004 Miguel Ángel Peláez García con el título de: *Ética Periodística*; y el de Edwin Alcántara que tituló: *La ética periodística en la prensa mexicana: hacia un código deontológico de la profesión*, en el año 2000.

En ambas tesis, como sus nombres lo indican, los autores se encargaron de realizar una investigación minuciosa acerca de lo que es la ética en el mundo del periodismo.

Peláez García realizó un análisis de códigos periodísticos, y plantea una propuesta de “Código deontológico mínimo para periodistas... En esta investigación se abordan temas relacionados con el contexto social, profesional y económico de los periodistas, pues son parte de los factores que influyen en el enfoque, selección y tratamiento del material noticioso.”²³³ Para Edwin Alcántara el objetivo no fue diferente, e inclusive plantea desde el título de su trabajo el deseo de crear un código deontológico de la profesión.

²³² Paola González Rivera, *Los paparazzi como fórmula del éxito en el periodismo de espectáculos* EPCS, 2003, p. 5.

²³³ Miguel Ángel Peláez, *Ética Periodística*, FCPyS, UNAM, 2004. Introducción, p. 6-7.

Anexo 2

A continuación se presenta el cuadro en el que la Dirección General de Medios Impresos de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación da a conocer su estudio sobre *TV NOTAS*.

MEDIOS IMPRESOS

Nombre de la publicación :	TV Notas
Estado :	Distrito Federal
Municipio :	Tlalpan
Tipo de publicación :	Revista
Periodicidad :	Semanal
Asociado a la agrupación :	CANIEM
Casa Editorial :	Notmusa, S.A. de C.V.
Promedio de circulación pagada :	624,770 ejemplares semanales. * Circulación certificada por Pricewaterhouse Coopers, S.C./ Norma CIM. Periodo certificado: ene.2008-mar.2008 Fecha certificado: 06/03/2009. * Registro en el PNMI: 17/09/2003. * Última fecha de actualización: 06/03/2009.
Promedio de circulación gratuita :	
Ámbito geográfico de cobertura :	Distrito Federal: 232,938 ejemplares. Aguascalientes: 4,499 ejemplares. Baja California: 28,617 ejemplares. Baja California Sur: 4,624 ejemplares. Campeche: 4,749 ejemplares. Chiapas: 6,061 ejemplares. Chihuahua: 12,684 ejemplares. Coahuila: 17,058 ejemplares. Colima: 3,749 ejemplares. Durango: 3,624 ejemplares. Estado de México: 21,057 ejemplares. Guanajuato: 16,496 ejemplares. Guerrero: 11,434 ejemplares. Hidalgo: 4,811 ejemplares. Jalisco: 35,553 ejemplares. Michoacán: 10,810 ejemplares. Morelos: 7,311 ejemplares. Nayarit: 3,687 ejemplares. Nuevo León: 33,678 ejemplares. Oaxaca: 6,248 ejemplares. Puebla: 14,121 ejemplares. Querétaro: 8,560 ejemplares. Quintana Roo: 10,122 ejemplares. San Luis Potosí: 12,684 ejemplares. Sinaloa: 11,559 ejemplares. Sonora: 13,996 ejemplares. Tabasco: 6,748 ejemplares. Tamaulipas: 32,616 ejemplares. Tlaxcala: 1,874 ejemplares. Veracruz: 27,805 ejemplares.

Yucatán: 12,372 ejemplares.
Zacatecas: 2,624 ejemplares.
* Cobertura geográfica certificada por
Pricewaterhouse Coopers, S.C./ Norma CIM.

Archivo de estudio de perfil de lector :

Perfil de lector :	Género: Mujeres 69% Hombres 31% Edad: 13 a 18 años 19% 19 a 24 años 18% 25 a 34 años 28% 35 a 44 años 19% 45 a 65 años 16% NSE: A/B/C+ 22% C 18% D+ 36% D/E 24% * Perfil del lector elaborado por Ipsos Media CT/ Norma CIM.
Perfil de lector (según AMAI):	A/B C+ C D+ D E
Tarifas :	mi_749_Notmusa.pdf
Fecha de fundación :	10 de junio de 1994
Presidente o Director :	Director de Ventas Corporativo: Javier Sañudo Villareal
Gerente Comercial :	Directora Comercial Revistas: María Yolanda Sadallah Pérez
Jefe de Redacción :	Directora Editorial: Lic. Matilde Obregón
Correo Electrónico :	m.sadallah@editorialnotmusa.com.mx
Página Web :	http://www.notmusa.com.mx
Teléfono :	55-91409500
Domicilio :	Periférico Sur No. 4293, Col. Jardines en la Montaña, C. P. 14210, Tlalpan, México, DF. ²³⁴

²³⁴ Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación, Dirección URL: http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/PNMP_resultadosmi.php?idr=749&medio=3 [Consulta 5 de enero de 2010 20:15 horas].

Anexo 3

La siguiente es una descripción más profunda de las características que diferencian los niveles socioeconómicos presentes en la sociedad mexicana según la AMAI.

Descripción de Niveles socioeconómicos AMAI

Nivel A/B

Este es el estrato que contiene a la población con el más alto nivel de vida e ingresos del país.

Perfil educativo y ocupacional del jefe de familia: En este segmento el jefe de familia tiene en promedio un nivel educativo de licenciatura o mayor. Los jefes de familia de nivel AB se desempeñan como grandes o medianos empresarios (en el ramo industrial, comercial y de servicios); como gerentes, directores o destacados profesionistas. Normalmente laboran en importantes empresas del país o bien ejercen independientemente su profesión.

Perfil del hogar: Los hogares de las personas que pertenecen al nivel AB son casas o departamentos propios de lujo que en su mayoría cuentan con seis habitaciones o más, dos o tres baños completos, el piso de los cuartos es de materiales especializados distintos al cemento y todos los hogares de este nivel, tienen boiler.

En este nivel las amas de casa cuentan con una o más personas a su servicio, ya sean de planta o de entrada por salida. Los hijos de estas familias asisten a los colegios privados más caros o renombrados del país, o bien a colegios del extranjero.

Artículos que posee: Todos los hogares de nivel AB cuentan con al menos un auto propio, regularmente es del año y algunas veces de lujo o importados, y tienden a cambiar sus autos con periodicidad de aproximadamente dos años. Los autos usualmente están asegurados contra siniestros.

Servicios: En lo que se refiere a servicios bancarios, estas personas poseen al menos una cuenta de cheques (usualmente el jefe de familia), y tiene más de dos tarjetas de crédito, así como seguros de vida y/o de gastos médicos particulares.

Diversión/Pasatiempos: Las personas de este nivel asisten normalmente a clubes privados. Suelen tener casa de campo o de tiempo compartido. Además, más de la mitad de la gente de nivel alto ha viajado en avión en los últimos 6 meses, y van de vacaciones a lugares turísticos de lujo, visitando al menos una vez al año el extranjero y varias veces el interior de la república. La televisión ocupa parte del tiempo dedicado a los pasatiempos, dedicándole menos de dos horas diarias.

Nivel C+

En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio.

Perfil educativo del jefe de familia: La mayoría de los jefes de familia de estos hogares tiene un nivel educativo de licenciatura y en algunas ocasiones cuentan solamente con educación preparatoria.

Destacan jefes de familia con algunas de las siguientes ocupaciones: empresarios de compañías pequeñas o medianas, gerentes o ejecutivos secundarios en empresas grandes o profesionistas independientes.

Perfil del hogar: Las viviendas de las personas que pertenecen al Nivel C+ son casas o departamentos propios que cuentan con cinco habitaciones o más, uno ó dos baños completos. Uno de cada cuatro hogares cuenta con servidumbre de planta o de entrada por salida²³⁵ ..

²³⁵ Blog de Julio Carreto, *Niveles socioeconómicos de México según AMAI*, 20 de agosto de 2009. Dirección URL: <http://profecarreto.blogspot.com/2009/08/niveles-socioeconomicos-de-mexico-segun.html> [Consulta 5 de enero de 2010 a las 20:50 horas].

Los hijos son educados en primarias y secundarias particulares, y con grandes esfuerzos terminan su educación en universidades privadas caras o de alto reconocimiento.

Artículos que posee: Casi todos los hogares poseen al menos un automóvil, aunque no tan lujoso como el de los adultos de nivel alto. Usualmente tiene un auto familiar y un compacto. Normalmente, sólo uno de los autos está asegurado contra siniestro

En su hogar tiene todas las comodidades y algunos lujos; al menos dos aparatos telefónicos, equipo modular, *compact disc*, dos televisores a color, videocassettera, horno de microondas, lavadora, la mitad de ellos cuenta con inscripción a televisión pagada y PC. Uno de cada tres tiene aspiradora. En este nivel las amas de casa suelen tener gran variedad de aparatos electrodomésticos.

Servicios: En cuanto a servicios bancarios, las personas de nivel C+ poseen un par de tarjetas de crédito, en su mayoría nacionales, aunque pueden tener una internacional.

Diversiones/pasatiempos: Las personas que pertenecen a este segmento asisten a clubes privados, siendo éstos un importante elemento de convivencia social. La televisión es también un pasatiempo y pasan en promedio poco menos de dos horas diarias viéndola. Vacacionan generalmente en el interior del país, y a lo más una vez al año salen al extranjero.

Nivel C

En este segmento se considera a las personas con ingresos o nivel de vida medio.

Perfil educativo del jefe de familia: El jefe de familia de estos hogares normalmente tiene un nivel educativo de preparatoria y algunas veces secundaria. Dentro de las ocupaciones del jefe de familia destacan pequeños comerciantes, empleados de gobierno, vendedores, maestros de escuela, técnico y obreros calificados.

Perfil de hogares: Los hogares de las personas que pertenecen al nivel C son casa o departamentos propios o rentados que cuentan en promedio con cuatro habitaciones y un baño completo.

Los hijos algunas veces llegan a realizar su educación básica (primaria/secundaria) en escuelas privadas, terminando la educación superior en escuelas públicas.

Artículos que posee: Dos de cada tres hogares de clase C sólo posee al menos un automóvil, regularmente es para uso de toda la familia, compacto o austero, y no de modelo reciente; casi nunca está asegurado contra siniestros.

Cuentan con algunas comodidades: Un aparato telefónico, equipo modular, dos televisores, y videocassettera. La mitad de los hogares tiene horno de microondas y uno de cada tres tiene televisión pagada y PC. Muy pocos cuentan con servidumbre de entrada por salida.

Servicios: En cuanto a instrumentos bancarios, algunos poseen tarjetas de crédito nacionales y es poco común que usen tarjeta internacional.

Diversión/Pasatiempos: Dentro de los principales pasatiempos destacan el cine, parques públicos y eventos musicales. Este segmento usa la televisión como pasatiempo y en promedio la ve diariamente por espacio de dos horas. Gustan de los géneros de telenovela, drama y programación cómica. Estas familias vacacionan en el interior del país, aproximadamente una vez por año van a lugares turísticos accesibles (poco lujosos)²³⁶.

²³⁶ *Ídem.*

Nivel D+

En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente por debajo del nivel medio, es decir es el nivel bajo que se encuentra en mejores condiciones (es por eso que se llama bajo/alto o D+).

Perfil educativo del jefe de familia: cuenta en promedio con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Dentro de las ocupaciones se encuentran taxistas (choferes propietarios del auto), comerciantes fijos o ambulantes (plomaría, carpintería), choferes de casas, mensajeros, cobradores, obreros, etcétera. Suelen existir dentro de esta categoría algunos jefes de familia que tienen mayor escolaridad pero que como resultado de varios años de crisis perdieron sus empleos y ahora se dedican a trabajar en la economía informal.

Perfil del hogar: Los hogares de las personas que pertenecen a este nivel son, en su mayoría, de su propiedad, aunque algunas personas rentan el inmueble. Cuentan en promedio con tres o más habitaciones en el hogar y un baño completo.

Algunas viviendas son de interés social.

Los hijos asisten a escuelas públicas.

Artículos que posee: En estos hogares uno de cada cuatro hogares posee automóvil propio, por lo que en su mayoría utilizan los medios de transporte público para desplazarse.

Cuentan con: un aparato telefónico, un televisor a color, y un equipo modular barato. La mitad de los hogares tiene videocassettera y línea telefónica. Estos hogares no tienen aspiradora y muy pocos llegan a contar con PC.

Servicios: Los servicios bancarios que poseen son escasos y remiten básicamente a cuentas de ahorros, cuentas o tarjetas de débito y pocas veces tienen tarjetas de crédito nacionales. Diversión/pasatiempos: Generalmente las personas de este nivel asisten a espectáculos organizados por la delegación y/o por el gobierno, también utilizan los servicios de poli-deportivos y los parques públicos.

La televisión también es parte importante de su diversión y atienden preferentemente a las telenovelas y a los programas de concurso. Este grupo tiende a ver televisión diariamente por un espacio algo superior a dos horas.

Nivel D

El nivel D está compuesto por personas con un nivel de vida austero y bajos ingresos.

Perfil educativo del jefe de familia: cuenta en promedio con un nivel educativo de primaria (completa en la mayoría de los casos). Los jefes de familia tienen actividades tales como obreros, empleados de mantenimiento, empleados de mostrador, choferes públicos, maquiladores, comerciantes, etc.

Perfil del Hogar: Los hogares de nivel D son inmuebles propios o rentados. Las casas o departamentos cuentan con al menos dos habitaciones y un baño que puede ser completo o medio baño. La mitad de los hogares cuenta con boiler (calentador de agua) y lavadora. En estas casas o departamentos son en su mayoría de interés social o de rentas congeladas (tipo vecindades).

Los hijos realizan sus estudios en escuelas del gobierno.

Artículos que posee: Las personas de este nivel suelen desplazarse por medio del transporte público, y si llegan a tener algún auto es de varios años de uso. La mayoría de los hogares cuenta con un televisor y/o equipo modular barato. Uno de cada cuatro hogares tienen videocassettera y línea telefónica.

Servicios: Se puede decir que las personas de nivel D prácticamente no poseen ningún tipo de instrumento bancario.

Diversión/Pasatiempos: Asisten a parques públicos y esporádicamente a parques de diversiones. Suelen organizar fiestas en sus vecindades. Toman vacaciones una vez al año en excursiones a su lugar de origen o al de sus familiares. Cuando ven televisión su tipo de programación más favorecida son las telenovelas y los programas dramáticos. En promedio ven televisión diariamente por espacio de dos y media horas²³⁷.

²³⁷ Ídem.

Nivel E

El nivel E se compone de la gente con menores ingresos y nivel de vida en todo el país.

Perfil educativo del jefe de familia: cursó, en promedio, estudios a nivel primaria sin completarla, y generalmente tiene subempleos o empleos eventuales.

Perfil del hogar: Estas personas usualmente no poseen un hogar propio (sobre todo en la ciudad de México), teniendo que rentar o utilizar otros recursos para conseguirlo (paracaidistas). En un solo hogar suele vivir más de una generación. Sus viviendas poseen uno ó dos cuartos en promedio, mismos que utilizan para todas las actividades (en ellos duermen, comen, etc.). La mayoría de los hogares no tienen baño completo propio (dentro de su casa). No poseen agua caliente (calentador de agua), ni drenaje. Los techos son de lámina y/o asbesto y el piso muchas veces es de tierra. Difícilmente sus hijos asisten a escuelas públicas y existe un alto nivel de deserción escolar.

Artículos que posee: Estos hogares son muy austeros, tienen un televisor y un radio y en pocos casos videocassettera. La mitad de los hogares de clase E poseen refrigerador.

Servicios: Este nivel no cuenta con ningún servicio bancario o de transporte propio.

Diversión/Pasatiempos: Su diversión es básicamente la radio y la televisión. Dentro de este último medio la programación de telenovelas, programas de drama y concursos son los que más atienden. En promedio ven televisión diariamente por espacio de casi tres horas.²³⁸

²³⁸ *Ídem.*

Anexo 4

La entrevista como técnica para recabar información y medio para explorar las formaciones imaginarias

Para efectos de la investigación se recurrirá a entrevistas realizadas a los productores de las publicaciones de *TV NOTAS*. Así es que procederemos a explicar: ¿Qué es la entrevista?

La entrevista (el término inglés “interview” también se utiliza en algunos países de habla hispana), es uno de los procedimientos más utilizados en la investigación social, aunque como técnica profesional se usa en otras tareas: el psiquiatra, el psicoterapeuta, el psicólogo, el trabajador social, el médico, el sacerdote, el periodista, etc. Hacen empleo de ella para sus diversos fines, procurando de ordinario algo más que la recopilación de datos (como en el caso del investigador social), puesto que se utiliza también para informar, educar, orientar, motivar, etc., conforme al propósito profesional que persigue²³⁹.

Así, en el ámbito periodístico, la entrevista es uno de los géneros de tipo informativo en el cual el periodista plantea una serie de preguntas que a la vez son respondidas por el entrevistado. Gracias a dicha acción se puede contar con más información.

De acuerdo con el periodista Carlos Marín se trata de:

Una conversación con propósitos de difusión que sostiene un periodista y un entrevistado, un periodista y varios entrevistados, o entre varios periodistas y uno o más entrevistados. A través del diálogo se recogen noticias, datos, opiniones, comentarios, interpretaciones y juicios de interés social

La información periodística de la entrevista se produce en las respuestas del entrevistado y sólo por excepción en las preguntas del periodista que, sin embargo, sirven para obtener lo periodístico²⁴⁰.

Así, Marcelo Pérez Cotten y Nerio Tello establecen:

La entrevista periodística permite la reconstrucción discursiva de un hecho o un acercamiento a determinado fenómeno (cotidiano, científico, político, etc.) y, por qué no, la aprehensión y evaluación de determinadas posiciones respecto de cualquier suceso en todos los ordenes de la vida.

Es decir, permite dar forma a una noticia, ampliar información sobre cualquier suceso o postura, y conocer las opiniones o pareceres de los protagonistas sobre cualquier tema²⁴¹.

G. Martín Vivaldi plantea que:

La misión de la entrevista es decir al lector quién es y cómo es tal o cual persona; lo que dice, piensa o hace con respecto a un problema determinado; o,

²³⁹ Ezequiel Ander Egg. *Introducción a las técnicas de la investigación social*. Humanitas, Buenos Aires, 1987. p. 109.

²⁴⁰ Carlos Marín. *op. cit.* p. 65.

²⁴¹ Marcelo Pérez Cotten y Nerio Tello. *La entrevista radial*, La crujía ediciones, Buenos Aires, 2004. p. 24.

simplemente lo que hace en su vida como tal persona. En este caso, una revista es un retrato²⁴².

Para Horacio Guajardo “La entrevista puede tener valor por el personaje, por el tema o por las circunstancias y puede referirse tanto a un asunto de actualidad como a uno de interés permanente”²⁴³.

Guillermina Baena Paz considera que: “Destacan dos *clases* de entrevista, la que sirve como técnica para obtener información y la que se emplea como *género* para exponer la información recabada”²⁴⁴.

El maestro Carlos Marín distingue tres tipos de entrevista:

A la entrevista que en lo fundamental recaba informaciones se le llama noticiosa o de información; a la que principalmente recoge opiniones y juicios se les conoce como entrevistas de opinión; y a la que sirve para que el periodista realice un perfil —profesional, psicológico y físico del entrevistado— se le llama de semblanza²⁴⁵.

De acuerdo con Judith Bell:

Una ventaja importante de la entrevista es su adaptabilidad. Un buen entrevistador debe seguir las ideas, sondear las respuestas e investigar motivos y sentimientos, algo que en un cuestionario nunca se puede hacer. La forma en que se da una respuesta (el tono de la voz, la expresión de la cara, la vacilación, etcétera) puede proporcionar una información que en una respuesta escrita no se manifiesta²⁴⁶.

Y agrega, entre aspectos que se podrían considerar los contras de recurrir a la técnica de la entrevista que:

Es una técnica muy subjetiva y, por consiguiente, siempre existe el peligro de la parcialidad. El análisis de las respuestas puede plantear problemas; y la formulación de las preguntas es casi tan difícil en las entrevistas como en los cuestionarios. Aun así, la entrevista puede proporcionar un rico material y dar más contenido a las respuestas de un cuestionario²⁴⁷.

²⁴² Martín Vivaldi, *Curso de redacción*, Paraninfo, Madrid, 1982. p. 356.

²⁴³ Horacio Guajardo, *Elementos de periodismo*, Ediciones Gernika, México 1982. p. 41

²⁴⁴ Guillermina Baena Paz, *op. cit.*, p. 53.

²⁴⁵ Carlos Marín. *op. cit.* p. 65.

²⁴⁶ Judith Bell, *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación*, Editorial Gedisa, España 2005. p.151.

²⁴⁷ *Ídem*.

Anexo 5

Técnicas de análisis de las formaciones imaginarias de los productores de *TV nOTAS*

Categorías e indicadores

A continuación se muestra la lista de preguntas que se le realizaron a cuatro de los productores de la revista *TV nOTAS*: a la jefa de información Patricia Cuevas; a un corrector que solicitó anonimato; a la reportera Nuria Ariza; y al fotógrafo Alejandro Isunza. Y se da una explicación del por qué se plantearon las mismas, es decir, cuál es el objetivo de las preguntas.

Es importante aclarar que las preguntas planteadas a la señora Matilde Obregón, directora editorial, no son las mismas porque no se tuvo la oportunidad de entrevistarla. Sus declaraciones se obtuvieron de entrevistas que ella concedió a algunos medios de comunicación. Pero dentro de éstas hay cuestionamientos similares o iguales a las preguntas realizadas al resto de los entrevistados.

Para Judith Bell: La preparación de las entrevistas sigue en gran medida los mismos procedimientos que la de cuestionarios. Hay que seleccionar los temas, diseñar las preguntas, pensar en los métodos de análisis y preparar y ensayar un plan²⁴⁸.

Así las preguntas para los entrevistados fueron las siguientes 36:

1. ¿Qué estudiaste y en dónde?

Objetivo de la pregunta: Conocer la preparación que el entrevistado tiene para desempeñarse en el ámbito del periodismo de espectáculos y dónde la obtuvo.

2. ¿Cómo defines al periodismo de espectáculos?

Objetivo de la pregunta: Obtener cuál es la concepción que los entrevistados tienen sobre el periodismo de espectáculos.

3. ¿Consideras que el periodismo de espectáculos es tan importante y trascendental como el político o el económico?

Objetivo de la pregunta: Saber cuál es la importancia que tiene el periodismo de espectáculos a nivel social.

4. ¿Cómo surgió tu interés por el periodismo de espectáculos?

Objetivo de la pregunta: Identificar si el periodismo de espectáculos es algo importante para ellos o si sólo se trata de su forma de subsistir.

5. ¿Qué es lo apasionante y fascinante de tu profesión?

Objetivo de la pregunta: Indagar en qué tan importante es para ellos desenvolverse en el periodismo de espectáculos.

²⁴⁸ *Ibidem.* p. 152.

6. ¿Qué es TV nOTAS?

Objetivo de la pregunta: Conocer cómo definen a la revista.

7. ¿Desde cuándo trabajas en TV nOTAS?

Objetivo de la pregunta: El saber la antigüedad que tienen de trabajar en la empresa permite indagar en qué tanto conocen de la organización del equipo de trabajadores a nivel interno y externo.

8. ¿Qué significa para ti formar parte de TV nOTAS?

Objetivo de la pregunta: Ubicar que tan identificados y a gusto se sienten por formar parte de los productores que crean las publicaciones semanales.

9. ¿Consideras que el periodismo de espectáculos es importante para la sociedad? ¿Por qué?

Objetivo de la pregunta: Descubrir si el periodismo de espectáculos es o no importante a nivel social.

10. ¿Se ha devaluado el periodismo de espectáculos con el tiempo?

Objetivo de la pregunta: Estar al tanto de los cambios más sobresalientes en la forma de hacer y presentar al periodismo de espectáculos.

11. ¿Crees que el periodismo de espectáculos está en crisis?

Objetivo de la pregunta: Explorar la situación actual del periodismo de espectáculos.

12. ¿Cuál es la función social del periodista de espectáculos?

Objetivo de la pregunta: Determinar el valor y la importancia que, como productores de las publicaciones, le dan a su trabajo. Y conocer qué le otorgan al público.

13. ¿El trabajo del periodista de espectáculos se ha desvirtuado, antes lo importante era investigar y ahora lo trascendental es ganar la noticia para venderla?

Objetivo de la pregunta: Consultar cuáles son los cambios más sobresalientes en la forma desempeñarse en el periodismo de espectáculos.

14. ¿El periodismo de espectáculos es un periodismo especializado?

Objetivo de la pregunta: Encontrar qué tan importante es que quienes se desenvuelven en el ámbito de los espectáculos tengan una preparación o si cualquiera puede desempeñar dicha profesión.

15. ¿En el ambiente de los espectáculos se hace uso de la superficialidad, o siempre hay investigación?

Objetivo de la pregunta: Indagar en la forma que se debe trabajar en el periodismo de espectáculos, éticamente en el periodismo siempre debe de haber investigación.

16. ¿Qué pasaría si el periodismo de espectáculos regresara a lo de antes, a hablar únicamente del trabajo de los artistas y dejar de lado los escándalos y aspectos de su vida privada?

Objetivo de la pregunta: Averiguar cuál sería la reacción del público si se cambiara la información y la forma de presentar la misma en las publicaciones de TV nOTAS.

17. ¿Es necesario que mejore el periodismo de espectáculos?, ¿Se puede hacer algo para mejorarlo? ¿Qué?

Objetivo de la pregunta: Ahondar en qué cambios serían buenos en el ámbito de los espectáculos, lo anterior con el fin de que éste mejore.

18. ¿Cómo se podría limpiar la imagen negativa que se tienen del periodismo de espectáculos?

Objetivo de la pregunta: Localizar las acciones que podrían cambiar la imagen negativa que se tiene de la forma en que se presenta la información en el periodismo de espectáculos.

19. ¿Qué características debe tener alguien que forma parte del equipo de TV nOTAS?

Objetivo de la pregunta: Investigar cuál es perfil personal y profesional de los productores de las publicaciones semanales.

20. ¿Cuál es la función social del periodismo que se hace en TV nOTAS?

Objetivo de la pregunta: Saber de cuál es la función principal que cumplen socialmente las publicaciones semanales.

21. ¿A qué público se dirige TV nOTAS ? (nivel socioeconómico, edad, género)

Objetivo de la pregunta: Establecer a qué tipo de público se dirigen los productores; y con ello, en qué aspectos se basan para determinar qué y cómo presentar la información.

22. ¿Cómo lograron el gran impacto que tienen en la sociedad al grado de ser una de las principales o más reconocidas revistas de espectáculos en el país?

Objetivo de la pregunta: Determinar los aspectos que han llevado a que TV nOTAS sea una de las publicaciones especializadas en el periodismo de espectáculos más exitosas del país. Buscar qué acciones les permiten sobresalir en el ámbito.

23. ¿Qué es para ti la ética periodística?

Objetivo de la pregunta: Esta pregunta es básica para la investigación, pues, con las respuestas de los entrevistados (productores de la revista TV nOTAS), se busca analizar la concepción que tienen de la ética en el periodismo.

24. ¿Existe un código de ética en TV nOTAS, Notmusa o bajo qué reglas éticas se rigen?

Objetivo de la pregunta: Indagar en qué aspectos éticos se basan los productores cuando realizan su trabajo.

25. Si existe, ¿Cuáles son los aspectos más importantes de este código?

Objetivo de la pregunta: Destacar qué elementos éticos son los más significativos para los productores de TV nOTAS.

26. ¿Cómo aplican la ética en la selección y redacción de la información?

Objetivo de la pregunta: Examinar cómo aplican la ética periodística en la presentación de la información.

27. Algunas personas podrían considerar que presentar en cada publicación que en TV nOTAS pagan más por fotografías o videos no es ético, ¿qué piensas al respecto?

Objetivo de la pregunta: Este cuestionamiento permite conocer si los productores de TV nOTAS consideran que uno de sus métodos para la obtención de información, los cuales deben de ser dignos y lícitos, es ético o no.

28. ¿Cuál es el límite entre lo público y lo privado para TV nOTAS?

Objetivo de la pregunta: Determinar si existe un límite entre lo público y lo privado para los productores de TV nOTAS.

29. ¿Cómo detectas que algo no es factible que TV nOTAS lo publique?

Objetivo de la pregunta: Encontrar qué aspectos, por la ética con la que realizan su trabajo, no son factibles que TV nOTAS los publique.

30. ¿Cómo defines sensacionalismo, chisme y del morbo? ¿TV nOTAS hace uso de estos aspectos?

Objetivo de la pregunta: Los tres conceptos que se plantean en la pregunta van en contra de lo planteado en los códigos deontológicos, por lo tanto se busca comprobar o refutar si en TV nOTAS se hace uso de los mismos.

31. ¿Cómo preparan cada publicación?

Objetivo de la pregunta: Conocer la forma en que los productores de TV nOTAS hacen cada publicación.

32. ¿Con base en qué establecen las prioridades para la estructura y el contenido de las publicaciones de TV nOTAS?

Objetivo de la pregunta: Estar al tanto de cuáles son los aspectos que determinan el contenido de las publicaciones.

33. ¿Cuáles son los cambios más sobresalientes en TV nOTAS desde que apareció?

Objetivo de la pregunta: Saber cuál es el desarrollo que ha tenido la publicación.

34. ¿Cuál es la el número más vendido de TV nOTAS, qué contenía, y a qué crees que se debió el éxito de éste?

Objetivo de la pregunta: Ver si en el contenido de la publicación más vendida se refleja la ética con la que los productores establecen realizar su trabajo.

35. ¿Cuál revista consideras que es la competencia directa de TV nOTAS?

Objetivo de la pregunta: Averiguar cómo se ven a sí mismos ante la competencia.

36. ¿Cuál es la diferencia entre TV nOTAS y las otras publicaciones de espectáculos?

Objetivo de la pregunta: Indagar en qué los diferencia de las otras publicaciones de espectáculos.

37. ¿Qué opinas de las críticas que establecen que revistas como TV nOTAS desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos?

Objetivo de la pregunta: Revelar cómo consideran que es el trabajo que realizan.

Sistematización de la información

Una vez realizada la entrevista, la sistematización de la información para el estudio de las respuestas como discurso que nos muestra las formaciones imaginarias se hará mediante la siguiente tabla:

Formación imaginaria	Preguntas que la exploran
A/A La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo me veo a mí mismo?	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 17, 18, 19, 20, 22, 31, 33, 34, 35, 36, 37
A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo veo al otro, <i>target</i> ?	3, 9, 12, 16, 20, 21, 22,
A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?	13, 15, 16, 17, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 36, 37.

* Algunas preguntas permitirán explorar a la vez dos de las formaciones imaginarias.

Las huellas discursivas o indicadores en el análisis

Las *huellas discursivas* o *indicadores* en los discursos de los productores de TV nOTAS aparecerán resaltadas con negritas y subrayadas, en los cuadros que permitirán realizar el análisis automático del discurso de los entrevistados.

Se trata de palabras y oraciones que expresan aspectos destacables de cómo los productores de TV nOTAS se ven a sí mismos, cómo ven el público al que se dirigen y cómo ven a la ética periodística en el ámbito de los espectáculos.

Anexo 6 /Cuadro 2

<p>Nombre: Matilde Obregón Puesto: Directora editorial de TV nOTAS desde que la publicación apareció en 1994. Formación académica: Periodista, egresada de Escuela de Periodismo Carlos Septién García (EPCSG). Información obtenida de: *Una entrevista realizada a la señora Obregón por Mario Campos, en el programa de radio <i>Todos los lunes: la agenda en los medios</i>, transmitida el 21 de abril de 2008. *Una entrevista realizada a la señora Obregón que se publicó en la revista <i>Líderes Mexicanos</i> el primero de octubre de 2007. *<i>El Universal</i> publicó en su página de internet una nota de Jessica Mendoza González titulada “Chismes de papel” publicada el 28 de diciembre de 2000.</p>		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Tiraje: Mira te voy a platicar, nosotros vendemos a la semana 700 mil ejemplares semanales. Una cosa es lo que tiras, lo que imprimes, y otra cosa es lo que se vende. <i>TV nOTAS</i> orgullosamente te puedo decir, y yo creo que hasta suena a <i>sangronada</i>, es la única revista auditada en México que tiene su tiraje y su venta dentro de la revista, en el directorio. Porque muchos te podrán decir que venden millones de copias o miles de copias, pero nosotros somos la única revista auditada por el Instituto Verificador de Medios que nos avala que si vendemos esa cantidad de revistas cada semana.</p> <p>Ventas en México y EU: No, no, no, no, esto se vende en México y en EU es otra historia. En EU: Fíjate que no tengo el dato, la verdad es que como me dedico al 100% en México no tengo el dato de EU, pero, bueno, allá también somos la única revista semanal de espectáculos.</p>	<p>Perfil del lector: Fíjate que es un fenómeno, aquí lo toman como un fenómeno, porque TV nOTAS abarca desde la clase social más alta que hay en México hasta la gente más humilde que puede comprar la revista. La experiencia que hemos tenido aquí durante, ya son 14 años, en junio primero Dios cumplimos 14 años dentro de <i>TV nOTAS</i>, nos hemos dado a la tarea de investigar quién es nuestro lector y nos hemos llevado gratas sorpresas porque hay gente de Las Lomas o del Pedregal, ya sabes gente muy <i>élite</i>, que nos compra; y también gente de muy bajos recursos que compran la revista, por decirte, en una oficina cada semana se van rolando, vale 18 pesos. Desembolsar 18 pesos semanalmente es muchas veces un sacrificio por cómo está la cosa en México. Entonces muchas veces las secretarías se juntan, o las amas de casa en las escuelas y dicen sabes qué esta semana te toca comprar <i>TV nOTAS</i> a ti, la próxima semana a mí con tal de no perderse la revista. Es leída por más de siete personas, está comprobado que una revista pasa por más de siete personas.</p>	<p>Periodismo de espectáculos: Bueno, lo he visto crecer enormemente. TV nOTAS como que viene a trabajar. TV nOTAS trae una pasión enorme por decir las cosas, por trabajar y bueno. Pero hacemos un periodismo interesante, no porque sea de entretenimiento deja de ser interesante. Nos hemos equivocado enormidad de veces y lo hemos reconocido.</p> <p>Pago por el material: No pago por todo el material que recibo, si no aquí las cien personas que tenemos de planta estarían de adorno y nos estaríamos viendo la cara. Generalmente ahora es un toma y da, lo hemos visto a lo largo ya de muchos años, pero no de los 14 que va a cumplir la revista, mucho ojo, hemos visto que para hacer un trabajo mucho más profundo, mucho más cuidado, pues hemos llegado a un acuerdo con los famosos que se van a casar, no en todos los casos, te repito, algún bautizo o alguna fiesta importante, es cuando nosotros negociamos.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV Notas		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV NOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, <i>target</i>?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Qué tanto del material que publican se lo ofrecen colaboradores externos: Te puedo decir que es un 50 y 50. Es labor del periodista, es la amistad que se hace con él, es el reconocimiento a la revista. Porque tú sabes que se habla de 700 mil ejemplares semanales, entonces un actor que se quiere hacer promoción y que quiere que se entere alguien rápido, pues acude a TV NOTAS ¿no?, entonces es por varios caminos.</p> <p>Los ejemplares más vendidos: Han sido muchos, afortunadamente es una revista muy sana, muy noble. Pero si me preguntas, bueno la boda de Niurka con Bobby Larios en donde la prensa se quiso meter porque nosotros la teníamos en exclusiva y decían que iba a llegar Juan Osorio. Entonces se armó una polémica tal, que, bueno, la semana en la que salimos con la revista creo que sobraron a lo mucho cien ejemplares, es de las más vendidas.</p> <p>La competencia: Yo la veo muy bien, la veo muy interesante, la veo muy aguerrida, con muchas ganas. Te repito Mario, es otra generación, donde, bueno, pues todos queremos ser el número uno.</p>	<p>Agregar a los lectores de <i>closet</i>: Sí, cantidad, hay gente que no se reconoce lector de TV NOTAS porque bueno a nadie le gusta reconocerse chismoso.</p> <p>Pero mira, el dueño de la editorial, Carlos Flores, el dueño de TV NOTAS, tiene un tema que se me ha grabado en tantos años: “Todos somos más morbosos de lo que reconocemos”. Y reconozcete chismoso y que te gusta el chisme, no cualquiera lo dice abiertamente.</p> <p>Mira, si yo logro que un lector pase unas dos, tres horas a gusto; y que yo cumpla con las expectativas de él, yo digo que estoy haciendo un buen periodismo.</p> <p>Qué viene para la revista TV NOTAS en los próximos años: Seguir al lector de la mano. Me jacto de conocer a mi lector a ojos cerrados y, bueno, lo que nos marquen ellos, nosotros vamos a hacer, porque gracias a ellos existe la revista.</p> <p>La revista funciona porque: tenemos sensibilidad de saber lo que le gusta a la gente, realmente conocemos al lector. Estoy hablando que, desde hace como diez años, hasta con el dueño de <i>Notmusa</i> vamos a un puesto de revistas a venderla y ahí conoces mucho a la gente.</p>	<p>Mi jefe, el dueño de esto, me da carta ancha para hacerlo y es cuando lo negociamos para que las cosas las hagamos más con calma, no estemos en el <i>chacaleo</i> de la foto o de la entrevista. Tus fotos son más cuidadas, tú te llevas un dinerito, porque, bueno, también le estás haciendo un favor a la revista.</p> <p>Se habla de que se pagan de millones de pesos: No, fíjate que esto lo han alzado muchísimo los que no saben. Y, a veces, inventan más de lo que es. Es una gratificación por lo que estás haciendo, vas a quedar contento. Eso sí, hay quienes piden las perlas de la Virgen, no te voy a engañar. Pero siempre llegamos a un acuerdo sensato donde yo quedo cómoda y obviamente el artista queda bien, pero jamás son millones de pesos. No, no, no, nada que ver.</p> <p>Periodismo que hace TV NOTAS: TV NOTAS marcó la pauta en cuanto a decir la verdad y, lo que he dicho en muchísimas entrevistas, siempre era qué bonito canta Lucero, qué padre disco el de Thalía.</p> <p>La verdad estábamos como que los periodistas sentados en nuestra silla, atrás de un escritorio, esperando el regalito de diciembre del artista, esperando al conferencia de prensa para que nos dieran el disco, o nos lleváramos el centro de mesa, no todos los periodistas, aclaro, pero la mayoría eran de la vieja guardia, estaban acostumbrados a eso.</p> <p>Pasa a un segundo plano el trabajo del artista y queda en un primer plano su vida privada: Depende de quién.</p>

Matilde Obregón / Directora editorial de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Las revistas lo hacen bien, los programas de espectáculos lo hacen bien, los programas de radio también lo hacen muy bien. Entonces es una competencia sana en donde, bueno, pues todos queremos ser el número uno ¿no?, entonces, como que hoy todos estamos en ese mismo <i>mode</i>, para nosotros es más padre porque a mí me gusta competir.</p> <p>Tienen una red: Pues mira, tenemos, como te digo, una red de paparazzis que anda por todas partes, ahora sí que es el trabajo de todos los días.</p> <p>Fórmula del éxito: Fíjate que al principio cuando a mí me preguntaban eso se reían aquí, inclusive Carlos, el dueño, porque TV nOTAS está hecha a mano.</p> <p>Cada página está bordada a mano, en verdad, cada foto, cada pie, cada cabeza de foto, está cuidada, está bordada. Aquí el periodista se tiene que enamorar de su trabajo para plasmarlo en la revista.</p> <p>Aseguró que la revista que dirige es la número uno en el mercado.</p> <p>Entonces, aquí hay como, de verdad eh, un gran equipo que está enamorado de su trabajo. Entonces, cuando tú haces las cosas con amor y con la pasión, con la que nosotros lo hacemos, yo creo que el lector lo ve reflejado.</p>	<p>La mayoría de nuestros lectores compran la revista sin ver si quiera la portada porque están seguros que traemos un buen número. Imagínense el compromiso que tenemos, por eso siempre digo que compito contra el número anterior de mi revista.</p> <p>Asegura que el lector de su revista se debe quedar con una sonrisa. Es una revista que infoentretiene. Ese es nuestro objetivo, entretener.</p> <p>A la gente no le interesa cuántos discos venden o en qué novela está, sino que quieren saber con quién anda, qué hace y cómo es.</p> <p>Cuando yo veo algo, porque obviamente se nos va, digo, somos seres humanos, qué falta de respeto para el lector, cómo le dices esto, pues que son tontos o miren la foto, o miren el color.</p> <p>Lo que sucede la mayoría de las veces es que los artistas son los que dan la nota y luego lo informas y se molestan, pero nosotros llegamos hasta donde la gente quiere llegar.</p> <p>Obregón afirma que su TV nOTAS gusta porque: Todos somos más morbosos de lo que reconocemos. Además de eso, ésta es una revista aspiracional y nos encanta saber quién se divorcio o a quién le pusieron el cuerno. Es esa magia que te identifica, y es padre, por un momento, desconectarte de tus problemas y leer los de otros.</p>	<p>Hay artistas que sí nos importa su trayectoria artística, pero por qué no, o sea es padrísimo saber si está casado, si tiene novia. Yo creo que con medida, los que se pueden dejar y los que se deben de dejar lo hacen muy bien, pero hay gente que sí abusa y bueno me ha tocado que se quitan la ropa para llamar la atención, se operan el busto con tal de que los voltees a ver. Y sabes qué, desafortunadamente, los medios caemos en eso y volteamos a ver esa gente que bueno, son de plástico, al año ya nadie se acuerda de ellos. Las pseudo figuras públicas: Ya lo dijiste tú, y bueno en nuestro México lindo y querido, hay cantidad de famosas que hacen cada tontería con tal de que las voltees a ver.</p> <p>Tratamiento que le dan a la información: Depende de la nota. Te puedo decir que aquí hay un consejo editorial enorme en donde nos juntamos a platicar las notas porque sabemos la repercusión que va a tener allá afuera. Entonces dependiendo de la nota es el tratamiento que se le va a dar; pero generalmente, te puedo decir, que una nota de las de a deveras, de las fuertes, de las de portada, es platicada y vista por no sabes cuántas personas. Yo venía de una súper universidad donde nos enseñaron a hacer muchas cosas y las empecé a aplicar con los reporteros. Fue un acierto traer gente nueva, cuando estuve con Lucía me di cuenta que la mayoría de reporteros y periodistas era gente mañosa, que nada más iban por el regalito de la presentación y conmigo vino otra historia, aquí no hay mordidas ni 'chayo', aquí hay trabajo y mucha pasión".</p>

Matilde Obregón / Directora editorial de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Cómo comenzó <i>TV nOTAS</i>: Un día llegó Carlos Flores y me dijo que quería hacer una revista de televisión, que se había peleado con la persona que la iba a hacer, me dio el número cero y me dijo: revísala y mañana me dices qué le harías tú. Así comenzó la revista, sin querer, porque ni Carlos ni yo lo pensamos así, empezamos a ver que cada vez era mejor, los artistas nos aceptaban más, les empezaba a gustar lo que estábamos haciendo.</p> <p>(Tenemos) <u>credibilidad</u> porque <u>nosotros ni somos Televisa ni somos TV Azteca, somos independientes</u> y eso no sabes cómo te ayuda para poder decir la <u>verdad</u>.</p> <p>Y señaló: <u>TV nOTAS compite contra su número anterior y no contra otra revista de espectáculos</u>, la gente se da cuenta, y los mismos artistas, que la edición mejora semanalmente, no sólo en su diseño sino también en la información y en las exclusivas que damos; que <u>de ahí toman los periódicos, programas de radio, y las demás revistas para darles seguimiento</u>.</p>		<p>A mí no me gusta estar atrás de un escritorio esperando <u>a ver quién me habla para comprarle una nota</u> ¿no? A mí <u>me gusta salir a la calle y a ver a quién voy a entrevistar</u> o a ver qué foto puedo tomar. Lo mismo pasa allá afuera con mis compañeros periodistas ¿no?</p> <p>Reacciones de artistas: Hay de todo, yo creo que es como en la política, en deportes o en sociales, hay quien te habla para recordarte el 10 de mayo y la verdad es que muy poquitos mi querido Mario hablan para dar las gracias ¡eh! Porque <u>aquí la verdad no esperamos ningún regalo</u>, es mi trabajo y me encanta. Pero sí, la mayoría de las veces, desafortunadamente, ni una palmadita. Lo toman ya como un trabajo, y eso sí cuando algo les cae mal, cuando los sacas feo, cuando los balconeas o les sacas un <i>paparazzi</i>, ¡Ay Dios mío! ¡eh! Dejan de ser amigos, pero hay algo muy chistoso, dejan de serlo por poco tiempo, porque al rato, digo, estamos en lo mismo ¿no?, o sea esto es una rueda de la fortuna, a veces yo estoy arriba, a veces estoy abajo; a veces tú necesitas de mí, a veces yo necesito de ti, entonces ya nos acostumbramos. Lo mismo que te pasa a ti, me imagino yo ¡eh! Destaca que cuando una nota tiene consecuencias reales no le afecta porque <u>todo está basado en la verdad: Me siento tranquila porque es verdad. Si estuviera mintiendo no estaría aquí</u>.</p> <p>Y comenta que tiene mucha información que no ha publicado: porque ya es meterte demasiado fuerte, pero si alguien le pone el cuerno a su esposa y no lo publico yo, lo publicará otra persona. Yo <u>no soy la mala, simplemente soy el medio que informa</u>.</p>

Matilde Obregón / Directora editorial de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Y la verdad que lejos de darnos coraje, <u>nos da orgullo que sea TV nOTAS la que genere la información de la semana.</u> Los artistas de ahora han cambiado, ya no son como en la época de los 50, ahora <u>el que no enseña no vende</u> y si ellos se han diversificado y han desvirtuado el canto y la actuación, también nosotros <u>tenemos que ser más agresivos.</u></p>		<p>En cuanto al logro de las exclusivas, Obregón asegura que hay de todo un poco: <u>Algunas notas se pagan, otras son habilidad. Se maneja que nosotros pagamos muchísimo dinero por las notas y eso es mentira.</u> Ojalá.</p> <p>Si podemos llegar a una negociación pues encantada de la vida, pero grandes cantidades jamás. Creo que es más importante la gente que lo que puedas pagar por una nota.</p> <p>Para Obregón no están negados a <u>comprar información:</u> En la guerra y en el amor todo se vale, <u>siempre y cuando no afectes a terceros;</u> hay ocasiones en que los reporteros no están en el lugar de los hechos, pero si hay gente que tiene fotos que a nosotros nos interesa, pues se las <u>compramos,</u> yo creo que eso es válido y <u>no hay problema</u> con ello.</p> <p>Mencionó que TV nOTAS publica la mitad de lo que consigue y se han quedado con cosas que a la gente le puede gustar. Sin embargo, por <u>ética profesional</u> se las guardan: <u>Nosotros no nos metemos a la intimidad de las recámaras ni nada de eso, pero si los cachamos en un hotel, en la alberca, o en una disco, por supuesto que tomamos fotos porque son lugares públicos.</u> Obregón señaló que cuando se comete un <u>error involuntario</u> lo <u>reconocen,</u> aunque los artistas jamás agradecen esos detalles. Alguien famoso jamás te va a hablar para felicitarte o decirte que lo hiciste bien, al contrario, se quedan callados, pero en cuanto publicas algo que no les parece te la mientan mil veces. Afortunadamente <u>nunca nos hemos visto involucrados en demandas.</u></p>

Anexo 7 /Cuadro 3

<p>Nombre: Anónimo Puesto: Corrector de TV nOTAS desde hace 5 años. Formación académica: Filosofía /UNAM. Fecha de la entrevista: miércoles 4 de noviembre de 2009. Lugar: Restaurante al sur de la ciudad de México.</p>		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p><u>El medio está plenamente consolidado</u> ya cumplimos 15 años, digo cumplimos porque yo me siento parte de la revista. Yo no llevo tanto tiempo ahí, llevo cinco años, pero he vivido muchas situaciones del medio.</p> <p>He ocupado diferentes puestos en la revista, por circunstancias se han dado cambios internos y yo he permanecido ahí, <u>siempre con la camiseta puesta</u> y muchas veces siendo crítico de la misma dinámica laboral que siento que en muchos casos se pueden corregir, se puede mejorar y optimizar.</p> <p>Cómo surgió tu interés por el periodismo de espectáculos: <u>Circunstancialmente</u>, hace muchos años decía que yo jamás trabajaría en un medio así porque no despertaba mi interés, no estaba dentro de mi panorama. Sin embargo, las circunstancias me llevan ahí y ahora que conozco el proceso de la naturaleza del medio simplemente no me arrepiento en lo absoluto. Me parece muy interesante, es otro mundo separado de los que yo conocía, todos muy interesantes también y, pues, bueno, es una actividad más, es un trabajo más.</p>	<p>En el caso particular de la sociedad mexicana, que yo creo que es extensivo a otras sociedades latinoamericanas principalmente, pero en este caso nos compete México, creo que <u>la gente está ávida</u> de, por toda la problemática social y política que se vive, de tener un momento de <u>distracción y entretenimiento</u>; y creo que cumple esa función.</p> <p><u>Si se hablara únicamente del trabajo de los artistas:</u> Yo creo que <u>dejaría de venderse</u> porque, en el caso específico de la revista, la revista maneja una línea de información que es la que se publica semana con semana. Si esa revista en particular dejara de ofrecer esa información <u>perderían el interés los lectores, los seguidores, los fans, y comprarían otra revista.</u></p> <p>De hecho esa otra información, probablemente a la que te refieres, de regresar a lo de antes, hay muchas revistas que tienen ese tipo de información y que están dirigidas a otro público. Entonces, <u>no creo que en este caso en particular, haya interés en cambiar o regresar.</u> O sea, difícilmente la revista regresaría a presentar otro tipo de información que la que presenta, si no dejaría de ser lo que es.</p>	<p>Periodismo de espectáculos: Yo creo que <u>cumple una función social muy importante</u> que presenta información, que en el caso particular me consta, yo lo sé, fidedigna porque todo está grabado. Y estoy seguro de que cumple una función social simplemente porque <u>contiene información de distintos ámbitos que son de interés público.</u></p> <p>De hecho hay una expresión en la editorial que habla de <u>infoentretenimiento, es información que entretiene</u> y, desde el punto de vista de lo que te comentaba, es información fidedigna, pues ahí está.</p> <p><u>El periodismo de espectáculos es tan importante y trascendental</u> como el político o el económico: Yo creo que <u>hay actividades, medios, ámbitos</u>, cuya función social es servir, no expresamente, pero creo que cumplen esa función, <u>como válvula de escape a las inquietudes de la sociedad.</u> Las inquietudes de la sociedad principalmente, y actualmente, son de orden económico. Creo que las preocupaciones mayores actualmente no son ni políticas, ni sociales, han quedado relegadas; no que no le interese a la sociedad los aspectos políticos y sociales, pero ahorita creo que están completamente relegados y <u>la preocupación principal de la gente es la situación económica</u> con las implicaciones de preocupación que desde esa índole tienen.</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, <i>target</i>?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Lo apasionante y fascinante de tu profesión: Bueno, en este caso, tener contacto de primera mano con la información que se maneja, eso es apasionante para mí, el tipo de información. La información de espectáculos es muy rica, es muy interesante, no es común, no es información que esté al alcance de la mano antes de estar publicada, digo, como mucha otra.</p> <p>Formar parte de TV nOTAS: particularmente me siento orgulloso de formar parte del equipo que hace la revista más vendida de México. Es para enorgullecer a quien sea.</p> <p>Aunque muchos de mis compañeros no lo entiendan ni lo asuman así, yo sí. Yo desde que supe, desde la primera vez que escuché del tiraje y la venta de la revista dije: "pues estoy en un medio importantísimo", no en balde nuestra directora ha salido, varias veces ya, en los últimos años, dentro de los 300 líderes más influyentes de México.</p> <p>Y digo, es por algo, por el impacto que tiene, obviamente, la revista en la sociedad, que se traduce en el número de lectores, y eso sí me agrada mucho. Me agrada mucho estar en un medio importante. Yo no tenía antecedentes antes de llegar a la revista de qué tan importante era el medio, te digo fue circunstancial, pero ya estando ahí, dices: ¡Ah caray! Llegué a un trabajo, a un lugar muy importante. Entonces parte de esa historia la he vivido ahí directamente.</p>	<p>Función de TV nOTAS: Entretener a la gente, distraerla, proporcionar información de espectáculos, de artistas, de gente famosa en el medio del espectáculo.</p> <p>Además uno elige, el público es el que selecciona, y elige ir al puesto y comprar la revista, nadie se las impone, nadie los obliga.</p> <p>Entonces, el propósito obviamente es que cuando llegue la persona al puesto de periódicos de cincuenta o cien opciones que tiene se decida por la nuestra. Obviamente el interés es publicar la mejor información para que a la hora de elegir en lugar de estirar la mano a la derecha la estire hacia la izquierda y tome nuestra revista. El propósito finalmente y llanamente es vender la revista.</p> <p>Satisfacer una parte de las emociones y de las vivencias; y creo, en este caso particular, que la revista de espectáculos cumple esa función social de estar ahí al alcance de la gente que le interese, contiene un tipo de información particular que satisfaga la curiosidad y el interés en otros temas. Todos los temas son válidos y todos pueden resultar interesantes.</p> <p>A qué público se dirige TV nOTAS: Yo me he hecho esa pregunta muchas veces. Yo no defino, probablemente hay estudios, lo ignoro, a qué público se dirige principalmente o qué público es el que principalmente lo consume, yo lo desconozco. Pero veo que todo el público la lee.</p>	<p>Es decir, en lo que puedan o podamos resolver esa situación que no está en nuestras manos, bueno, también hay otra u otras áreas de los seres humanos que tenemos que satisfacer y una es el ocio que forma parte del ser humano. Y dentro del ocio está la cultura en todos los sentidos, el teatro, el cine, la lectura, la televisión, las revistas, los periódicos, todo eso forma parte, creo yo, de ese gran ámbito, de ese gran aspecto, que complementa la riqueza de un ser humano en los diferentes planos.</p> <p>Se ha devaluado el periodismo de espectáculos con el tiempo: No, más bien yo diría que a mayor crisis social, que es la que estamos viviendo, más importancia adquiere el ámbito. Y yo creo que al contrario, no sé si decir que ha tenido más bien un auge. Aunque por supuesto en el aspecto económico no lo creo, yo creo que, como todo, ha resultado golpeado. Pero yo no le veo ningún fin cercano, ni mucho menos jeh!</p> <p>Periodismo de espectáculos en crisis: El modo de presentar la información quizá haya cambiado, a lo mejor en los últimos años se ha concentrado más o se ha dirigido más hacia lo espectacular, hacia lo llamativo, lo chismoso de las notas, esa es la tendencia de las revistas de espectáculos.</p> <p>El periodismo de espectáculos es especializado: Yo creo que es más fácil que lo realice alguien que ha tenido contacto, que ha estudiado materias relacionadas con periodismo, primordialmente.</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Características de quien que forma parte de TV nOTAS: Va a sonar muy crudo y a lo mejor muy feo que lo diga, pero si yo fuera el responsable de seleccionar el personal habría mucha gente que no estaría ahí, hay mucha gente que no está comprometida. Un perfil ideal es una persona que esté comprometida y que crea en el trabajo que está haciendo y que sea conciente del medio en el que está. Te repito, estar en un medio así, tan importante, debe ser motivo de orgullo, de ponerte la camiseta, de hacer tu trabajo lo mejor posible, de no estar buscando cumplir a secas, sino dar ese plus que muchos, desafortunadamente, no lo dan, no les interesa. Y bueno, digamos que la función que desarrollan es "suficiente" para que todo camine, entonces, pues no se les exige más. Un perfil ideal es eso, a lo mejor suena trillado y no sólo en la revista, en cualquier ámbito, pues debe haber un compromiso, pero principalmente debes tener puesta la camiseta y dar más de lo que tu propio trabajo te pide. Eso se puede hacer pero tienes que creer en eso. Ese sería mi punto de vista al respecto.</p> <p>Los programas de espectáculos que inundan la televisión en las tardes, si tú te fijas, si has hecho un seguimiento de eso, puedes ver claramente cómo TV nOTAS marca la agenda de los espectáculos y eso le da un realce y una relevancia que yo particularmente disfruto y de la que me siento orgulloso.</p>	<p>Es decir, yo he visto gente que se ve de buena posición económica que va y compra la revista; y gente que, puedo juzgar, es de escasos recursos o de menores recursos y va a un puesto y compra la revista.</p> <p>Veo revistas en todos los salones de belleza, veo revistas en todas las peluquerías, veo nuestras revistas en muchos lados, entonces eso me habla de diferentes estratos económicos que van y adquieren la revista. Y a eso súmale que cada revista la leen cuántas personas, porque si llega a la casa la revista está ahí se ponen a hojearla y luego la deja ahí llega el abuelito y se pone a leerla.</p> <p>En fin si eso lo multiplicas, porque no la lee una persona la revista nada más, la leen no sé cuántas personas leen cada revista. Multiplica 600 mil por cada revista, cuántos te gustaría, tres, cuatro, cinco, más, menos. Multiplícale 6 por cinco, digo, por decirte algo, ¿no?, tres millones nada más de entrada, si no es que más.</p> <p>Creo que cumplen esa función social de satisfacer otras áreas de inquietud del ser humano y en el caso específico de las revistas de espectáculos contienen información de muchos chismes, bueno se les llama chismes, es información simplemente, de artistas y a la gente le interesa. A la gente le llama mucho la atención estar enterados de los chismes y de esa información muy digerible.</p>	<p>Pero si hay una persona entusiasta, que tenga de alguna manera el <i>timing</i> de poder sacar información y poderse acercar o que tenga muchos contactos y pueda obtener información no necesita más que le den el trabajo.</p> <p>Se puede hacer algo para mejorar el periodismo de espectáculos: Sí, que los artistas, cosa que difícilmente va a suceder, los famosos y las televisoras, abrieran sus puertas para que se pudiera tener más información de sus artistas. Tener la información de primera mano, tener la fuente, porque las televisoras vetan, dicen: no, no, tú no puedes pasar, bueno, pues entonces voy a seguir investigando y a ver qué descubro ¿no?, de todas maneras, si así como están las cosas se investiga y se sacan estas cosas, si se abriera a todos los medios de espectáculos, lo que yo te digo, yo creo que se enriquecería la información y habría mucho más datos por conocer.</p> <p>En cuanto a la información: Lo que se publica, todo está grabado, todo lo dijo el artista. No se inventan cosas, si lo que dijo el artista es mentira eso ya no es nuestra culpa, ¿si me explico?, en ese sentido es fidedigna y así lo defendemos nosotros en la revista. Si está publicado es porque así fue dicho, no le agregamos ni le inventamos nada. En ese sentido, por lo menos de este medio, de los otros medios yo cuestionaría muchas notas, que realmente tengan sustento y respaldo. Pero en el caso de nosotros se tiene una política que sé que se aplica.</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, <i>target</i>?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Porque siempre digo, bueno, <u>mi jefa lleva el pulso, sabe perfectamente bien qué buenas notas se pueden publicar y es de lo que hablan toda la semana los programas de espectáculos</u> y luego obviamente sacan la revista y dicen: “No, TV nOTAS dice esto, pero esto es mentira” y no sé qué.</p> <p>Pero están hablando del medio, genera polémica y muchas veces: “pues una revista de espectáculos”, <u>porque además nunca nos dan crédito, muy pocas veces nos dan crédito. Pues es el celo profesional</u>, no dan el crédito constante.</p> <p><u>Hablan de las notas de la revista, entonces, creo que la responsabilidad en este caso es mayor todavía.</u> Por ser la revista más importante como que tiene esa <u>responsabilidad de seguir marcando la pauta</u> y en eso se empeña la directora y todo el equipo, de <u>publicar lo que pueda causar polémica</u> y lo que, afortunadamente los artistas así son, siempre darán de qué hablar, siempre, no aprenden a ser discretos, no pueden, no está en su naturaleza. Entonces, pues siempre habrá notas.</p> <p><u>Cómo lograron el gran impacto:</u> Yo lo atribuyo a dos cosas principalmente, es mi particular punto de vista, que <u>somos independientes, la revista es independiente, no pertenece a ninguna televisora</u>, por lo tanto puede hablar de cualquier artista sin ningún compromiso.</p>	<p>Se inclinan más por los llamativo, espectacular y chismoso...Y si es así, <u>yo lo entiendo que es simplemente porque vende más. Porque es la información que más llama la atención de la gente.</u> O sea yo entendería el giro, en lugar de hablar de una obra de teatro o de una película o de la trayectoria de un artista, probablemente ahora pues sea el <i>paparazzi</i>, que si le puso el cuerno a uno, que si no, <u>pues porque es la información que le interesa a más gente. Y además yo creo que es dinámico.</u> Es decir, no creo que vaya a perdurar por siempre este modo de presentar la información, si antes había un estilo, ahorita hay otro y seguramente más adelante va a cambiar.</p> <p><u>No creo que el periodismo de espectáculos actual desvirtúe nada, simplemente aborda con mayor nitidez, proximidad y cercanía la vida de los artistas;</u> es decir, que ésta no escapa del escrutinio general y por tanto, debe darse a conocer, <u>en virtud de qué es del interés del público a quien nos debemos.</u></p>	<p><u>Y en caso de algún error o alguna equivocación de nuestra parte inmediatamente se reconoce el error y se da derecho de réplica,</u> eso es importante.</p> <p><u>Muchos la llaman amarillista escandalosa y puede serlo, por la naturaleza de la información, pero eso no la hace ni mentira ni falsa ni nada. Simplemente es información que existe, que es real,</u> y hay un medio, en este caso TV nOTAS, que la recoge y que a eso se dedica ¿no?, a recoger declaraciones de artistas. <u>Si es amarillista y si es escandalosa es porque así son los artistas. Porque esa información se genera por ellos, porque ellos hicieron, porque ellos dejaron de hacer, porque ellos dijeron, porque a ellos los descubrieron, porque el paparazzi los tomó en infidelidades o no infidelidades, ahí está, es real,</u> eso sucede. Nosotros estamos pendientes de capturarles toda esa información.</p> <p>A mí se me hace padrísimo ver cómo <u>en una nota, vamos a suponer que queda en evidencia algo, pero entonces a siguiente número se da un derecho de réplica, entonces ves si lo que dijo o declaro fulano, o salió, es verdad o no, según lo dice el artista.</u></p> <p>Uno puede ir viendo semana con semana <u>cómo reacciona quien generó la información, cómo puede rectificar o hacer caso omiso de lo que sucedió.</u> Entonces puede cambiar, de un instante a otro, el aceptar o no que se generó esa información.</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Y eso a la gente le puede resultar más interesante porque sabe que no es una revista tendenciosa que va a favorecer a una o a otra televisora, que siempre es el problema, cosa que sucede con el resto de los medios de espectáculos. Y otra, que la información que publicamos es verdad. Eso, información verdadera e independencia. Esos dos factores han sido el pilar del éxito de TV nOTAS en la sociedad mexicana, principalmente.</p> <p>Cómo preparan cada publicación: La revista sale a la venta al público los martes de cada semana. Los dos días de cierre son los viernes y los domingos, los reporteros y <i>paparazzi</i> están toda la semana a la caza de información.</p> <p>Cómo detectas que algo no es factible que TV nOTAS lo publique: Como se señala anteriormente, la determinación sobre qué notas se publican o no cada semana corresponde a la dirección editorial; y sus criterios particulares o valoraciones no trascienden ese ámbito. Sin embargo, las jefas de información son las que presentan el menú informativo a la consideración de la directora para definir cuál será considerada para su procesamiento y análisis.</p>		<p>A veces lo desmiente, a veces lo acepta, pero luego viene la siguiente semana y entonces si hay dos involucrados, o tres, o cuatro, se recogen las opiniones de todos y luego hay contradicciones y uno se opone al otro, uno dice que sí el otro dice que no. Todo eso es muy interesante porque la publicación es semanal y así se va, o sea rapidísimo, y no te hablo de un diario, es semanalmente y también se me hace que se va así, rapidísimo, ¿no?</p> <p>Eso es apasionante ver cómo de una semana a otra una versión puede tener ramificaciones o puede simplemente ser ignorada, o puede ser rectificad, o corregida, o aumentada, etcétera. Eso sería lo apasionante de la información de espectáculos.</p> <p>El trabajo del periodista de espectáculos se ha desvirtuado: Yo creo que, acorde con la política de la revista, hasta donde yo la entiendo, es conseguir la nota y si para eso se tiene que pagar, para que tú me des una nota, pues yo te pago, digo eso no está peleado, eso siempre se ha hecho.</p> <p>Pero la diferencia es que aquí se anuncia, aquí se ofrece, se ve, se puede leer. Antes se hacía pero no se decía nada, ahora lo puedes ofrecer. Y si efectivamente tú llevas una nota o información valiosa para la revista, que considere importante, te van a pagar o una fotografía.</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, <i>target</i>?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Cambios en TV nOTAS: La <u>innovación</u>, la constante preocupación por estar al día con las necesidades de <u>infoentretenimiento</u> que demandan los lectores; capacidad de adaptación al medio; que <u>toda la información publicada tiene sustento</u>; que no reduce, aun en tiempos de crisis, el número de sus páginas.</p> <p>El número más vendido de TV nOTAS: Si mal no recuerdo, fue la edición 381 (en febrero de 2004) y la nota que acaparó <u>la portada fue la boda de Niurka y Bobby Larrios</u>. Se dedicaron ¡24 páginas de la revista a esta nota! Además fue una semana polémica porque TV nOTAS compró la exclusiva y por ello hizo un gran despliegue logístico de organización para que ningún otro medio tuviera acceso a esta boda.</p> <p>La competencia directa de TV nOTAS: <u>La que se ostenta como tal es TV y Novelas</u> (de editorial Televisa), sin embargo, los números indican que esta publicación se mantiene en alrededor de 60 por ciento atrás de TV nOTAS en ventas.</p> <p>En realidad tiene competencia: Por supuesto, <u>existen varias publicaciones dedicadas a informar sobre el mundo del espectáculo, aunque no todas logran mantenerse por mucho tiempo en el gusto del público</u>, pero constantemente nacen nuevas revistas, cuyo único objetivo es alcanzar y superar a TV nOTAS.</p>		<p>Cómo saben que esa fotografía es <u>cierta...</u> <u>Definitivamente se investiga, hay modos de investigar, qué tan cierta puede ser, se cruza información. Han sido yo creo que mínimas las situaciones en las que una información resultó falsa, resultó inexacta</u>, contadas ocasiones. Porque siempre se cruza información y además se lleva el pulso. O sea, llevar el pulso de la revista es saber qué situaciones son probables y que situaciones son improbables. Entonces, cuando surge una situación de interés se <u>investiga</u>, se habla con diferentes personas, se constata si hay documentos, se piden documentos, se piden fotografías, se evalúan las imágenes, <u>se produce información</u>.</p> <p>Es decir, no digo que es imposible, pero <u>es muy difícil que se publique algo si no se ha investigado</u> y si no se ha constatado. Por lo menos en TV nOTAS y al menos en este sentido sé que son muy estrictos en ese aspecto. Contadas ocasiones, contadísimas que yo haya escuchado, por ahí se ha publicado algo que no resultó tan exacto como se decía.</p> <p>Los precios que pagan dependen de: Los criterios, que yo conozca no existe una tarifa.</p> <p><u>Se negocia, no directamente la titular para eso tiene jefas de información, pero hay ciertos estándares, pero la jefa tiene conocimiento, por supuesto, de todo y ella juzga si la información vale lo que se pide o no</u>, y saber cuánto se ofrece.</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p><u>Diferencia entre TV nOTAS y otras publicaciones:</u> Una ventaja que tiene la revista sobre la competencia, es que consigna notas que se generan en domingo, lo que se traduce en presentar lo “último” del espectáculo.</p> <p>La continuidad; TV nOTAS ya cumplió 15 años tendiendo una sola cabeza al frente y eso le ha dado mayor valor y congruencia.</p> <p>Revistas como TV nOTAS desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos: Sin duda, los tiempos cambian y ahora la velocidad con que se genera la información es vertiginosa y cubre un mayor espectro por lo que las nuevas técnicas, formas y procesos para elaborarla distan de las que existían anteriormente.</p>		<p>Y lo que hace mucha gente es que si no le gusta la cantidad la ofrecen a otro medio, a otra revista y la otra revista lo publica, muchas veces sucede así, lo mismo con las fotografías, con los <i>paparazzis</i> famosos. Cuando se ofrece una información se valora, si resulta para interés de la publicación o definitivamente no, se negocia, claro obviamente en el cuerpo de fotógrafos de la revista también se hacen <i>paparazzis</i> y esos no se pagan por afuera ni nada, es parte del trabajo de los fotógrafos.</p> <p>Se hace uso de la superficialidad, o siempre hay investigación: Yo creo que un papel importante lo juega también la especulación. Puede haber hechos que sea difícil constatar, pero que hablen por sí mismos.</p> <p>Es decir, si por ejemplo ves a alguien, por eso está el dicho este de: “No hagas cosas buenas que parezcan malas”; ves a un artista haciendo cosas buenas que parecen malas, pues tú especulas.</p> <p>Y dices, bueno, si es un artista con una pareja estable y están en una situación sospechosa o que no tendría por qué, pues lanzas un punto de vista ¿no? Tú dices: mira lo cachamos muy cerca de la otra persona, a lo mejor puede estar muy cerca platicando, pero bueno “muy cerca de la persona”. Por qué está cerca de la persona, o en actitud romántica, o tomándole la mano o qué sé yo.</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p>Eso es en lo que nos empeñamos todos, aunque mi trabajo no es obtener esa información, es un empeño de los reporteros y de los fotógrafos, tratar de encontrar todas esas situaciones que además los artistas son los que las hacen. <u>Nada más hay que estar en el momento indicado para tomarle la fotografía o para verlo, tomarle la evidencia.</u> No hay nada fuera de eso ¿no?</p> <p>Qué es para ti la <u>ética periodística</u>: Para mí <u>es fundamental</u>, no se practica todo el tiempo, no todos la practican desgraciadamente, pero para mí <u>es importante porque forma parte y está estrechamente ligada con el compromiso que uno tiene en su trabajo.</u></p> <p>Si además del compromiso uno aplicara la <u>ética al 100%</u> otra cosa sería, <u>habría mucho mayor información</u> y eso abriría muchos canales de comunicación con los propios artistas, se quejan de que lo que se publica es <u>mentira</u> y bueno habría que ver hasta dónde es ético o no lo que se publica. Si fuera 100% ético no habría nada de qué quejarse, porque habría ética de una parte y habría ética de la otra.</p> <p>Entonces todo fluiría, pero no es así, <u>mucha gente yo creo que ni siquiera entiende los que es la ética</u>, no sabe, no la ha practicado, entonces no la conoce. <u>Mucha gente creo que sí se comporta profesionalmente</u> pero otros yo creo que ni siquiera han valorado la importancia de ser profesionales en lo que hacen.</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p>Y no te hablo exclusivamente de TV nOTAS, o sea es de todos los medios y no solo del espectáculo, te hablo de los periódicos y de otras publicaciones de corte político, por ejemplo, son puntos de vista de cada articulista, en fin ¿no?, y obviamente los programas de espectáculos que corresponde a los intereses de las televisoras, el enfoque que le dan, las críticas que hacen, se aprecia muchas veces y uno sabe que no son éticas. Difícil es alguien que puede decir “yo soy la persona más ética de la televisión”, yo quiero ver quién puede sostener eso, o en una revista y demostrarlo.</p> <p>Código de ética en TV nOTAS o Notmusa: Bueno, evidentemente hay un código de ética y políticas establecidas. Yo no conozco un documento específico, nunca lo he visto circular, pero verbalmente, constantemente se van marcando las pautas de cómo debe de ser la actuación y el trabajo de cada quien que por supuesto implica ética, profesionalismo, ser reflexivo, ser profundo, tener esa chispa, analítico, y tratar de adelantarse a lo que puede suceder, tener esa condición que no todo el mundo la tiene, colmillo, haz de cuenta, ir más allá de lo que estás viendo, pero que además te va a conducir a algo que es real. Y siempre son llamados a eso, a hacer las cosas de la mejor forma, etcétera. Yo no conozco un documento donde esté plasmado, probablemente exista, pero yo nunca lo he visto circular. Más bien es como un compromiso formal ante la empresa de la cual formas parte ¿no?</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p>Cuáles son los aspectos más importantes de este código: Un aspecto sería <u>el dar derecho de réplica, eso yo creo que habla de ética profesional</u>, ética periodística.</p> <p>Otro aspecto es <u>dar información verídica. Y en los muy contados casos en los que se han licitado problemas porque la información es de dudosa procedencia o de dudosa verificabilidad obviamente ha habido correcciones, ha habido regaños y se han tomado decisiones cuando hay alguien que no actúa con esa ética.</u></p> <p><u>La información que publicamos es verdad.</u> Y vuelvo a lo que te decía al principio, <u>puede ser chismosa, puede ser escandalosa, puede ser amarillista, lo que tú quieras, pero es verdad porque lo dijo el artista y lo tenemos grabado, tenemos cómo respaldarlo.</u> Si lo que dijo lo inventó, es mentira, o lo que sea, ese ya no es nuestro problema.</p> <p>Y otro aspecto, puede ser...pues principalmente yo destacaría esos dos.</p> <p>En cuanto a lo que es la vida privada: Mira, tu pregunta también tiene implicaciones más allá de lo que es propiamente la actividad que se desarrolla. <u>Yo particularmente creo que un personaje público, trátese de un político, un artista, un escritor, alguien que es un personaje público, la frontera que lo divide de lo ético si estás interfiriendo o invadiendo su privacidad, casi no existe.</u></p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p>Si es público está expuesto al <u>escrutinio</u> de la sociedad, en este caso, los artistas son los que declaran y hacen o no hacen, nosotros no los forzamos a nada. Ellos se quieren escudar en que se está <u>invadiendo su intimidad</u>.</p> <p>Pero, pues yo digo que <u>los famosos no tienen intimidad porque decidieron ser personajes públicos. Entonces están expuestos</u> ¿no?, lo que hagan ellos tiene mayor trascendencia que lo que haga un ciudadano común y corriente. Lo que hagan ellos le interesa más a la gente, o le interesa a más gente que lo que haga yo.</p> <p>¿A quién le puede interesar lo que yo haga?, tal vez a mi jefa y a mi entorno inmediato, pero <u>lo que hace un famoso sí tiene mayor irrelevancia, mayor impacto social, a la gente le interesa saber</u>. Esa condición de famoso en la política, en el espectáculo le da, desde mi punto de vista, una condición diferente. Entonces, esa <u>invasión a la privacidad</u> yo creo que está en una frontera muy tenue que pues <u>no hay tal</u>, no hay tal.</p> <p>La <u>ética</u> en la selección y redacción de la información: <u>El criterio ético en la selección de las notas corresponde exclusivamente a la dirección editorial o, en su caso, al director general de la empresa</u>. Respecto a la redacción, ésta es, generalmente el resultado de la transcripción literal de las declaraciones de los artistas o personajes involucrados en las notas</p>

Anónimo / Corrector de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p>Presentar en cada publicación de TV nOTAS que pagan más por fotografías o videos es ético: <u>Lo ético no estriba en ofrecer o no dinero a cambio de información, siempre que ésta sea fidedigna. Lo que a mi juicio sí resultaría indebido es publicarla sin realizar su confirmación previamente.</u></p> <p><u>Límite entre lo público y lo privado: La frontera entre uno y otro aspectos es muy tenue, porque los protagonistas de las notas, por tratarse de personajes eminentemente públicos, están más expuestos al escrutinio público y prácticamente su privacidad queda reducida a cuatro paredes.</u></p> <p>Define <u>sensacionalismo, chisme y morbo</u>, TV nOTAS hace uso de éstos: <u>Más que hacer uso de ellos, éstos van implícitos en la naturaleza misma de la información de espectáculos</u>, pues el público lector está ávido de conocer la vida y obra de sus artistas favoritos y en realidad, es la gente quien le da esa connotación a los contenidos que lee.</p> <p>Aunque pudiera pensarse que todas (las revistas) son similares, lo que distingue a TV nOTAS de las demás es la <u>seriedad en la información consignada, que la revista en caso de alguna equivocación, lo reconoce públicamente y siempre concede derecho de réplica a quien pudiera verse afectado sin razón.</u></p>

Anexo 8 / Cuadro 4

<p>Nombre: Nuria Ariza. Puesto: Reportera de TV nOTAS desde hace un año. Formación académica: Periodismo en Centro de Estudios Universitarios en Periodismo, Arte, Radio y Televisión. Fecha de la entrevista: Lunes 7 de junio de 2010. Lugar: oficinas de <i>Notmusa</i>, al sur de la ciudad de México.</p>		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p><u>TV nOTAS es una revista del corazón de chisme y de escándalo, claro que obviamente tiene que tener los tintes informativos ¿no?, pero una nota informativa la convierten en un chisme, o sea, pesa más el chisme como información que la información como tal de lo que se genera diariamente en este país en los espectáculos.</u></p> <p>Interés por los espectáculos: No es que tuviera yo un interés, sencillamente <u>la suerte me fue llevando y fueron las oportunidades laborales las que hicieron que estuviera yo aquí</u> y bueno me seguí de filo.</p> <p><u>TV nOTAS:</u> La defino como <u>la mejor revista de espectáculos de este país, la más vendida y la más leída más allá de las ventas</u>, es decir, si la revista tira 750 mil ejemplares y hay un margen de devolución, te gusta, del 10%, pero independientemente que se vendan los 700 mil ejemplares, por familia una revista de TV nOTAS la leen cinco personas, por ejemplo, o en un salón de belleza más. Creo que es la revista más vendida, la más importante <u>y la que siguen todos los demás compañeros de espectáculos.</u></p>	<p>La función social de TV nOTAS: <u>Entretiene de una forma</u>, pues, <u>muy divertida</u>. Es una revista que durante una semana la familia lee y comenta.</p> <p>Bueno, mira, lastimosamente te digo, <u>no es algo que le deje mucho a al sociedad en el sentido histórico</u>, ¿no?, cultural, pero, también hay que entretener, digo de una forma barata, también.</p> <p>A <u>qué público</u> se dirige TV nOTAS: Tengo entendido que se dirige principalmente <u>a las amas de casa</u> ¿no? y es un público clase media, un poco media baja. Digamos, no con una gente que gana el salario mínimo, no puedes comprar una revista cuando ganas el salario mínimo ¿no?, no puedes comprar una revista que vale 22 pesos cuando medio kilo de pechuga vale 30, ¿verdad?, entonces, <u>yo considero que es clase media, clase alta.</u></p> <p>La clase alta compra el <i>Hola</i> y el TV nOTAS. A los hombres les gusta mucho el TV nOTAS, creo que podría ser <u>un público y pienso yo de 24-25 años hacia arriba, hacia los 60, los 65.</u> De la clase media un poquito baja hacia arriba, sin problema ¡eh!; inclusive, dependiendo la portada, también la gente joven de 18, de 17, compran la revista, dependiendo ahí si de la portada.</p>	<p>Periodismo de espectáculos: Obviamente es una fuente más, se genera muchísima información, pero hay de periodismo de espectáculo a periodismo de espectáculo. Yo lo veo de <u>dos vertientes</u>, el que es <u>muy informativo y el que es la nota rosa, las revistas del corazón, del chisme y el escándalo.</u></p> <p>Periodismo de espectáculos es tan <u>importante</u> como el <u>político o el económico</u>: No, no, no... porque <u>una nota de espectáculos no mueve a un país. Pero una nota política puede mover a un país, puede ocasionar una marcha</u>, puede generar un estado en el que, ¿cómo te diré?... te puedo poner mejor un ejemplo: Ahorita podemos decir que Ana Bárbara se está separando del Pirru, pero si decimos que sube la gasolina o que la tenencia va a subir el 30%, o que se murió el señor Cevallos, en fin, puede haber hasta un paro político. Si matan en este momento al presidente Calderón, imagínate la desestabilidad política que habría, no es lo mismo que maten al Pirru ¿no?, son factores que mueven.</p> <p>Se ha <u>devaluado el periodismo de espectáculos: Sí claro, totalmente.</u> Tiene esto, yo le calculo unos 15 o 16 años.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, <i>target</i>?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Es como un parteaguas, como una punta de lanza y <u>un antecedente obligado semana a semana para generar espectáculos en este país</u>, chismes, los demás programas.</p> <p>Pero TV nOTAS es TV nOTAS por la <u>calidad de fotografía, el formato, el color, las notas exclusivas bien redactadas, bien hechas e investigadas</u>, y por supuesto El Portafolios...</p> <p>Qué significa para ti formar parte de TV nOTAS: <u>Me siento orgullosa de pertenecer a la revista más vendida de este país</u>. Me gusta mucho lo que hago pero es una revista muy difícil porque hay que conseguir las exclusivas, hay que conseguir las notas para que lleguen al lector. Y es estresante; es, a veces, cansado; pero <u>es muy satisfactorio cuando tú ves, por ejemplo, en un espectacular una nota que tú hiciste</u>, que quizás te llevó una semana, un mes o tres meses hacerla, pero es muy satisfactorio decir: 'es que yo escribí eso y lo van a leer 700 mil personas'. Es un orgullo.</p> <p>Características de quien forma parte de TV nOTAS: Primero, tener <u>experiencia</u>, mínimo tres años en el medio, mínimo. Dos, tener una buena agenda telefónica, mínimo, y si no puedes tener todos los teléfonos, bueno, tratar de tener una agenda en la que tengas a los artistas básicos ¿no?, que están en televisión o los más conocidos.</p>	<p>Pero <u>en general son amas de casa obviamente</u> ¿no?, las señoras que viven en <u>Polanco</u>, yo he ido a muchas casas donde vive <u>"gente bien"</u> y tienen su TV nOTAS de cajón, imagínate, al lado del <i>Hola</i> y de <i>Caras</i>. Es una revista muy vendida, la más vendida increíblemente.</p> <p>El <u>público en México</u> tiene una peculiaridad, <u>toman a los artistas como si fueran de su familia</u> y les duele lo que les pasa, como si fueran parte de su familia. Entonces, cuando ven TV nOTAS, es como si les estuvieran contando algo que le pasó al primo, al tío o al hermano, y se espantan, la compran.</p> <p>El periodismo de espectáculos es importante para la sociedad: Sí, sí como un <u>factor de entretenimiento</u>, nada más. Como un factor de entretenimiento, pero <u>debería de haber más información. O sea un noticiero de periodismo de espectáculos pero informativo, no tanto de chismes de espectáculos, sabes, como que poco a poco se ha ido degenerando, como que ha perdido lo que debería de ser el periodismo de espectáculos de este país</u>. Yo hoy día no sé quién va a estar en El Auditorio el viernes ¿no?, o yo no sé qué películas están ahorita en cartelera, creo que eso debería de ser, información; más que chisme, más información.</p>	<p>Crisis del periodismo de espectáculos: <u>Noooo</u>, al contrario creo que el periodismo de espectáculos está en su momento y en su apogeo. Mientras haya gente que le guste salir en las revistas y en los programas de televisión, siempre va a haber <u>chismes del espectáculo</u>, y siempre hay gente para todo en este país.</p> <p>El periodismo de espectáculos es especializado: No, no, no, no tiene complicación alguna. Es más fácil que tú te sepas, o es más fácil que una niña de 10 años quienes son todos los actores que participan en una telenovela, que quienes son los personajes de la Independencia de México, por eso <u>es muy fácil trabajar el periodismo de espectáculos</u>. Porque es más fácil en este país recordar si Michelle Vieth se divorció de Héctor Soberón porque salió en un videoescándalo, que recordar en este país a Lucio Cabañas o recordar la Guerra Cristera, o recordar algún evento social que haya marcado a este país. Entonces, es fácil trabajar en espectáculos, créeme.</p> <p>Es necesario que mejore el periodismo de espectáculos, qué se puede hacer: Mira en mi caso yo soy una sencilla reportera y la verdad, yo, si pudiese, a lo mejor dentro de esta revista a mí <u>me gustaría que hubiera dos páginas dedicadas un poco más a la información ¿no?, dándole un poquito a la gente algo</u>, en mi caso. Y en los demás programas también ponerle un poco de información, lo conjugaría.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Y segundo, tener ese toque como para olfatear la nota o tener muy buena labia para sacar la información, es eso, experiencia en el género de espectáculos del corazón, del escándalo y del chisme; y tener buena memoria ¡eh!, también, buena memoria para recordar las notas o al menos recordar a los famosos.</p> <p>En cuanto a actitud, carácter, personalidad: Pues, yo creo que la gente que trabaja en TV nOTAS, o al menos la gente que pretende trabajar en TV nOTAS, primero debe de tener tolerancia para todo, la tolerancia creo que es la base, para desvelarte, para hacer una nota, para que una orden te la den varios jefes, para tolerar las horas de estrés aquí y la espera también del artista. Pero debe de tener un carácter también bueno, tranquilo, debe de ser gente tranquila, no explosiva, porque es una revista fuerte y tú no puedes estar explotando cada instante. Tienes que tener un carácter tranquilo para poder sacar tu información con mente clara.</p> <p>Cómo lograron el gran impacto: La generación de exclusivas. El generar tantas exclusivas en una revista que generan impacto también en el público ¿no?, de pronto ven una noticia y ¿cómo? (suspiro de sorpresa). Imagínate que esta revista es la única que trae la boda, si fulana de tal se casó el sábado, TV nOTAS lo trae el martes, todos los detalles; si alguien se murió en domingo a las 11 de la noche, TV nOTAS trae el martes todos los detalles, cierra hasta el último minuto.</p>	<p>Función social del periodista de espectáculos: Mira, yo creo que entretener ¿no?, realmente no apporto nada a la sociedad escribiendo un chisme de un famoso, la verdad. Es entretener al público y a lo mejor sacarlo un poquito de su rutina diaria, de su cotidianidad y bueno, que pasen un ratito de esparcimiento enterándose si fulanita está embarazada o zutanita se divorció porque no hago otra función, no estoy educando, ni estoy aportando nada para que una persona sea mejor en la sociedad, la verdad no. Pero es mi chamba</p> <p>Qué pasaría si se hablara del trabajo de los artistas no de escándalos: Mira, depende, yo creo que se seguiría vendiendo porque la gente consume en este país lo que le das. Tú le das chismes, compran chismes; tú les das buena información, compran información, para mí.</p> <p>Esta revista tiene algo, a lo mejor, tú me preguntabas hace rato qué le da al público, bueno, hay una sección que yo no te he comentado porque es una sección social que se llama: Y tú que te quejas o Gente como uno, esa sección es para ayudar a la gente, realmente cuando aparecen aquí ciertas enfermedades o personas que están careciendo de algo, hablan, y cómo puedo ayudar. Es una sección que tiene mucho éxito, es una sección que mucha gente no lee porque es muy sensible y porqué te pega, pero, aunque no me lo creas, es una sección que ayuda y que ayuda mucho.</p>	<p>Y creo que si hubiese un periodismo de espectáculos más formal a lo mejor los actores no se quejarían tanto pues de que su obra no va bien, o de que la taquilla no estuvo bien en ciertas películas, o que el disco no se vendió.</p> <p>Porque, lo que pasa es que no informamos que fulanito acaba de sacar un disco, que zutanito está dirigiendo tal película o que menganito está en una obra de teatro ¿no?, sino que informamos que zutanito está embarazado, que menganito se divorció y que zutanito es gay.</p> <p>Cómo limpiar la imagen negativa del periodismo de espectáculos: Caray, es que es como la nota roja ¿no?, la imagen negativa del periodismo, la nota roja y los espectáculos. Pero yo no creo que haya una imagen negativa de los espectáculos ¡eh!, a la gente le gusta.</p> <p>Alguna vez has tenido la oportunidad de plantárselo así a los jefes: Yo acato las órdenes y los lineamientos de la revista ¿no? No te causa ningún conflicto personal: Pues nooooo, porque finalmente como yo estoy dentro de esto me entero. Yo sí me entero quién sacó un disco, quién va a estar en concierto o qué película está, porque trabajo en esto. La demás gente no se entera, a mí no me causa ningún conflicto, digo, realmente hay medios dedicados a esto, ¿no?, de informar.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>El monitoreo, la gente que está aquí de guardia o los que nos ha tocado, cuando nos toca, revisamos los periódicos, el internet hasta el último minuto, hasta el <i>twitter</i> fíjate, ahora hasta el <i>twitter</i> es una herramienta para nosotros como periodistas de espectáculos.</p> <p>Tenías la misma visión de TV nOTAS antes de entrar a ésta: Sí claro, por supuesto, y tenía miedo de entrar a TV nOTAS, pensé que no iba a poder. Dije: no voy a poder, cómo voy a conseguir una nota exclusiva, cómo.</p> <p>Cómo preparan cada publicación: ¡Uy! Reina, pues, en lo personal, yo llego los lunes, regularmente no hago mucho trabajo de escritura, más bien checo la agenda para ver a quiénes les voy a hablar, se hace junta con la jefa de información y vamos viendo, si se quedó trabajo de la semana pasada, una nota guardada, se trabaja, si se le tiene que aumentar o quitar, buscar más fotografías, los recuadros que te digo.</p> <p>Y si no hay notas de plano empezar a generar llamadas telefónicas, checarte los periódicos, yo generalmente siempre veo el <i>Esto</i>, por internet, <i>El Sol de México</i>, <i>La Prensa</i>, <i>El Universal</i>, uno que otro más y, bueno, si veo algo que me interesa como para buscarlo, luego, luego le estoy hablando al artista y empiezan los monitoreos.</p>	<p>Las reflexiones, tú me decías hace rato qué aporta, a nivel de espectáculos te digo, no está aportando mucho, pero, por ejemplo, una reflexión, por ejemplo esta de Gandhi, te hace sentir bien ¿no? en el alma.</p> <p>Mariano Osorio, él está hablando aquí de los malos hábitos, por ejemplo el cigarro, aporta ¿no? mmmm... no sé, datos curiosos, <i>Mundo Insólito</i> son cosas que también de alguna manera dices: mira.</p> <p>Estas columnas de Guillermo Ochoa son motivantes.</p> <p><i>El recetario</i>, hay gente que compra TV nOTAS nada más por el recetario o por los horóscopos, es increíble.</p> <p>Esta señora que habló para decir que tiene cinco años de casada, una bebé y ama a su esposo, pero que le quiere poner el cuerno o que ya se lo puso, qué barbaridad.</p> <p>O el doctor Abel Cruz con sus jugos, ensaladas milagrosas y tés que ayudan; asesores legales, cuánta gente no tiene un problema y dice: hójole, y lo lee aquí dice: mira nada más.</p>	<p>El trabajo del periodista de espectáculos se ha desvirtuado, antes lo importante era investigar y ahora lo trascendental es ganar la noticia para venderla: No, fíjate que no. Se sigue investigando, obviamente sí trabajas por ganar la noticia, la exclusiva, como todos y en todas las fuentes, no solamente en el fuente de espectáculos, también en la fuente de deportes, en la de política, en la ciudad, finanzas ¿no?, siempre quieres tener tú la exclusiva de algo ¿no?. No solamente es tener el chisme, yo creo que también se investiga a fondo si es cierto o no.</p> <p>Al menos aquí en TV nOTAS no pueden publicar algo que no sea verdad, o sea hay una calidad en la información en muchos sentidos y más allá de la información, también información gráfica, las fotos, las entrevistas que se puedan generar de acuerdo a una nota que esté ahí. Y yo creo que sí, se tiene que investigar una nota, tú no puedes dar una nota por darla. No, no, no, no se puede.</p> <p>En el ambiente de los espectáculos se hace uso de la superficialidad, o siempre hay investigación: No, de las dos, un 50 y... ¿Aquí en TV nOTAS? no, no, no, superficial yo creo que es un 30% y el otro 70% es la investigación que se puede hacer de esa superficialidad, que tú le llamas, podría ser el rumor.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV NOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV NOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Es decir, <u>aquí se monitorea todo</u>, todos los programas de chismes, claro, de espectáculos ¿no?; entonces, por ejemplo, si la señora Maxine Woodside dice que Lalo, El Mimo, está en el hospital o fulano de tal está en el hospital, de inmediato estás buscando el teléfono de la esposa, del hermano, del primo o del mismo actor para hablarle y preguntarle qué le pasó.</p> <p>Entonces ya sale una nota. Te checas quién cumple años esta semana, si por ejemplo, esta semana cumple años Ana Bárbara, ya le estás hablando para preguntarle qué va a hacer en su cumpleaños ¿no?; empiezas a buscar cómo vas a generar información esta semana.</p> <p>Cuando ya tienes una, dos, tres, notitas, ya las bajas, el audio, las escribes, se las pasas al jefe de información y ellos deciden si es buena, si no es buena, después pasa a otra jefatura de información, después con los coeditores y ya te dicen ponle esto, te faltó la edad, te faltó esto, pídele más fotos, en fin. Y <u>aquí lo que te piden mucho es una nota de portada</u>, que trabajes una nota de portada.</p> <p>De contenido puedes traer muchas, pero de portada, aquí lo que realmente te genera la permanencia en tu trabajo y como destacas es tu nota de portada.</p>	<p>Entonces yo <u>creo que también tiene su aporte, su aporte bueno</u>. Hay uno de <i>tips</i>, éste es muy bueno. Hay gente que los colecciona eh, o sea está bien, está padre, ve, esto, bueno hay gente que los tiene todos, es impresionante. Pues bueno, creo que es una buena revista.</p>	<p>Qué es para ti la <u>ética periodística</u>: Primero, <u>no fallarme a mí misma ante el juramento que hice alguna vez cuando hice mi examen profesional, no fallarme a mí</u>. Y no fallarle a mi estilo ¿no?, a mi estilo de hacer periodismo, a mi estilo de buscar a los artistas. <u>Intento no lastimar, intento, hasta ahorita han sido contadas las veces que alguien me haya hecho algún reclamo</u>, pero la verdad trato de no lastimar, esa es mi ética. Y el <u>ganarme mi dinero honradamente</u>, sin <u>sobornos</u>, sin amenazas, esa para mí es la <u>ética profesional</u>. El respeto que me merezco yo también ante los artistas, no dejar que nadie me grite, ni que nadie me humille.</p> <p>Existe un <u>código de ética en TV NOTAS</u>: Pues <u>sí</u>, obviamente hay códigos de ética internos ¿no?, <u>por supuesto el respeto al artista; por supuesto el respeto al medio; el no vender notas que tú estás trabajando afuera...</u> confidencialidad... <u>claro, la discreción entre cada uno de nosotros. Sí claro que existen códigos de ética.</u></p> <p>Está escrito, se te plantea cuando entras a trabajar, o los conoce en el proceso: Bueno, obviamente cuando entras a trabajar firmas un contrato ¿no?, estás trabajando de manera exclusiva para <i>Notmusa</i>, no puedes firmar un contrato para trabajar en otra empresa. No te permiten trabajar, yo no puedo hacer un programa de radio porque estoy trabajando aquí. Por qué, porque sin querer se me puede escapar una nota de las que hice aquí e imagínate. Y bueno, <u>sobre la marcha, pues obviamente vas conociendo a tus jefes, te vas dando cuenta cómo trabajas, se ven los lineamientos</u>, vas conociendo a tus compañeros y poco a poco te vas manejando.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Y cuando la logras: ¡Ah! pues claro como en todo hay premios ¿no?, cuando tú generas aquí una nota de portada todos los miércoles se hace junta las 10 de la mañana, está todo el equipo completo de TV nOTAS, reporteros, todos los jefes de información. La revista sale en martes, los miércoles se hace la junta, está el dueño, están todos, todos, fotógrafos, todos juntos en una misma sala. Y entonces el jefe pregunta qué nos pareció la revista, qué le hubiéramos puesto de más o qué le hubiéramos quitado de menos, qué se ha comentado en los medios de lo que salió en TV nOTAS, regularmente se cometa muchísimo.</p> <p>Y, bueno, empieza él a ver la revista hoja por hoja; y va comentando algunas notas. Dice: ésta quién la hizo, cada quien dice quién hizo cuál, se apuntan, porque aquí cada tres meses ven cuántas notas generaste y por nota de portada te dan un bono, te aplauden y el jefe te dice: muy bien, me gustó mucho, qué buena nota. Y si eres muy bueno y traes seis portadas consecutivas te conviertes en reportero platino y tu bono es más alto.</p> <p>Entonces, bueno, todos queremos estar en la portada casi siempre porque así como tiene su desgaste el hacer esta revista, pues las guardias, quédate un viernes hasta las 11, 12; pues también, te digo que, tiene su recompensa, el dueño de todas las revistas de este edificio, personalmente, te dice: me gustó tu nota.</p>		<p>Los aspectos más importantes de este código: Primero es la excelencia en tu trabajo, obviamente la objetividad, la veracidad. ¡Ay! Es que son tantos, pero, el profesionalismo ¿no?, creo con esos, ser un profesional.</p> <p>Cómo aplican la ética en la selección y redacción de la información: Se aplica mucho con la investigación que tú hagas y obviamente con la información extra que consigas. Es decir, aquí no se publica una nota mientras tú no tengas una grabación que ampare tu nota ¿no?, obviamente hay artistas que se sienten ofendidos cuando sale una nota de ellos, pero la mayoría de las notas están más que checadas.</p> <p>Y también, sabes qué, la fotografía. Un papel muy importante en esta revista es la fotografía y una imagen habla más que mil palabras. Pero antes de sacar un paparazzi también se investiga, y se trata de hablar con el artista primero y decirle: oye mira, tenemos unas fotos tuyas y así, y así, y así. Bueno, algunos te cuelgan el teléfono y otros te dicen: cómo y te dan la nota. Y los que te dicen: no, no, no, no me interesa; sobre aviso no hay engaño ¿no?</p> <p>Cómo crees que se refleja la ética en el contenido de las publicaciones: En la investigación, mira en esta parte, TV nOTAS tiene algo que las demás revistas no tienen.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Entonces, imagínate, eso es bien motivante. Que alguien con esa empegadura ¿no?, una persona tan ocupada como el señor Flores se tome la molestia de decirte: me gustó tu nota, pues, bueno, te motiva más. Y eso, no todos los medios lo tienen jeh!</p> <p><u>Cómo detectas que algo no es factible que TV nOTAS lo publique:</u> Lo que pasa es que hay ciertos artistas que no entran en el perfil de esta revista, hay artistas que están hechos a base de sus escándalos o que nada más han hecho un papel muy secundario en alguna cosa o que no tienen nada que contar en esta revista.</p> <p><u>Esta revista tiene un perfil de chismes, de escándalos, de notas amarillistas y hay artistas que no tienen nada que decir aquí,</u> entonces, no son del perfil, sencillamente, éste no es el perfil; o no es tan famosa como para estar.</p> <p>Porque estar en TV nOTAS también es un privilegio para muchos, te hablan y te dicen: Ay por favor, sácame en la revista. Pues tú conoces el perfil de la revista, ¿qué me vas a decir?: ay amiguita, pues que estoy sacando mi disco, no sirve; quéee: voy a hacer una película, no sirve; jeh! Que me estoy divorciando, deja lo pregunto. Pero si la artista no es tan famosa tampoco me la van a publicar.</p>		<p>Por ejemplo, ésta es una nota, aquí hay una entrevista para la señora (Anna) Ciocchetti, esto, estos recuadros. Estos recuadros es parte de lo que tú me preguntas, no solamente es la entrevista con ella, si ella aquí te dice: no es que yo me casé, me divorcié, entonces, aquí, tú qué le estás dando de más al lector, le das información.</p> <p>Porque a lo mejor si no estuviera esto, ¿no? y ella dice, no sé: me casé y fui muy feliz, entonces el lector se queda cuándo se habrá casado, con quién, y aquí lo dice: Anna se casó tal año, y tuvo tales hijos, tal, tal y tal. Estos recuadros, aunque no lo creas, para hacerlos te puedes llevar hasta un día o dos. Lo que pasa con el lector que no sabe cuánto se tardan para hacer una nota, de verdad, créeme, que es mucho tiempo, es muy estresante, ¿no? Mira, por ejemplo, aquí, en esta nota Hilda Aguirre habla mal de la señora Pinal, ¿no?... dan el <u>contexto</u> de lo que han hecho cada una... claro, es bien importante. Y si tú te das cuenta, chécate las revistas de espectáculos, busca los antecedentes.</p> <p><u>Algo que te da también esta revista, por ejemplo, aparte de los recuadritos, procuramos poner los datos que más se puedan de la persona que se está hablando,</u> la edad, con quién se casó, si tiene hijos, si no tiene hijos, procuramos darle al lector muchísima información sobre su artista favorito. <u>Y es investigación, a lo mejor es investigación frívola, pero es investigación.</u> Es lo mismo como si me pusieran a escribir de política, me van a poner a <u>investigar</u> ¿no?, sobre Diego Fernández de Cevallos, es lo mismo, estoy investigando sobre otra persona ¿no?</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Los cambios más sobresalientes en TV nOTAS...Pues mira esta sección, por ejemplo, cuando yo llegué todavía no la hacían, foto-nota es una sección nueva. De los cambios que he visto. Ésta, <i>Sólo una más</i> es nueva; Mariano Osorio es nueva la columna, sí ha habido cambios, pero buenos, cambios buenos.</p> <p>En cuanto a tu forma de trabajar En mi forma de trabajar, de cuando estaba Matilde a ahorita, o de un año para acá, no, yo <u>sigo trabajando igual</u>. El tratamiento de mi nota es igual, claro que ahora le tengo que buscar más datos, porque antes a lo mejor no me exigían tanto la edad del artista, pero ahora sí o el recuadro.</p> <p>El número más vendido de TV nOTAS: En 16 años que lleva la revista, no, ese dato si yo no. No, pues es que tiene 16 años y ha tenido portadas impresionantes. <u>Yo creo que son muchas.</u></p> <p>La competencia directa de TV nOTAS: <u>TV y Novelas intenta ser la competencia.</u> Trabajaste ahí: Sí, estuve ahí y una temporada fue muy buena. En una temporada TV y Novelas trató por todos los medios, yo sé que llegó en algún momento como a cimbrar en el 2002 al 2004, más o menos, esos dos años, llegó en algunos momentos a cimbrar esta revista, <u>trajo notas TV y Novelas muy buenas pero nunca pudo alcanzar a TV nOTAS.</u></p>		<p>Presentar en cada publicación que en TV nOTAS pagan más por fotografías o videos no es <u>ético</u>: Yo <u>no creo que no sea ético</u>, está bien. Yo creo que cuando tú haces periodismo pues <u>te tienes que basar en todo</u> ¿no?, para lograr las <u>exclusivas</u>. Es que es finalmente ganar una exclusiva. Y aparte, haces partícipe a la gente de la revista.</p> <p>Está padre y ahorita hay muchas herramientas como para poder hacer partícipe a la gente de una exclusiva. Y obviamente no es algo regalado, <u>te estoy pagando porque estás haciendo una chamba</u> ¿no?, te estoy comprando unas fotos.</p> <p>Cómo están seguros de que las fotografías son ciertas; Bueno, obviamente aquí hay personal dedicado a <u>verificar que el material</u> que tú estés trayendo sea <u>verídico</u> ¿no?, la verdad, te voy a ser bien honesta, es muy raro que alguien venda algo; venden las agencias de <i>paparazzis</i> los que están dedicados al 100% a este negocio y son <i>paparazzos</i>, <i>paparazzos</i>. Pero que alguien del público llegue, toque y diga: oye te traigo unas fotos de Maribel Guardia besándose con otro y no es su marido, no. Es muy raro, muy, muy raro; en primera porque la gente no está acostumbrada a sacar su celular en un restaurante y tomarle fotos a un artista; es más fácil que se paren y le pidan un autógrafo, o que le digan al artista: te tomas una foto conmigo. En el año que yo llevo aquí, fíjate que no he visto a alguien venir a vender algo, casualmente. Digo, nunca me ha tocado a mí en el año que llevo aquí.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Y hoy día se ha caído tanto <i>TV</i> y <i>Novelas</i>, tanto, es una revista taaaan rosa, taaaan aburrida además, pero taaaan aburrida, ay que la verdad, aparte la ves en cinco minutos. Mal diseñada ¿no? <i>TV nOTAS</i> no tiene competencia: No, no tiene.</p> <p><u>Diferencia entre <i>TV nOTAS</i> y otras publicaciones: La calidad, las exclusivas. La calidad en todo lo que te hemos dicho.</u> El color, más llamativo.</p> <p>Revistas como <i>TV nOTAS</i> desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos: No.</p>		<p>Límite entre lo público y lo privado para <i>TV nOTAS</i>: Pues yo creo que el límite ya sería poner fotografías que dañen la moral familiar ¿no?, me refiero ya a material como para adultos, (por ejemplo), las fotos de sexo.</p> <p>En el caso de Michelle Vieth... bueno, esa aquí no se publicó... recuerdo que pusieron que por respeto a ella no las publicaban...se publicó en la competencia y yo estaba en la competencia en aquel entonces. Yo creo que es eso, material que pueda dañar las buenas costumbres y la moral de una familia, porque también esta revista la ven los niños. Entonces, tú no puedes poner fotografías de sexo explícito o bien poner la fotografía de un muerto.</p> <p>Hace poco yo estaba haciendo una nota del suegro de Sergio Goyri, encontré las fotos de él, cómo lo encontraron en Sinaloa, amagado; y por supuesto este tipo de material no se iba a publicar aquí. Creo que también se le merece mucho respeto a la familia, en ese sentido, el material fotográfico no es tan amarillista y esta revista la puede ver un niño y no tiene ningún problema. A lo mucho, bueno está viendo a las chavas en <i>bikini</i>, pero, ¿qué puede decir?, que están guapas ¿no?, nada más.</p> <p>Una declaración de Matilde Obregón establece que ella no se metía en la intimidad de los artistas porque los captan en lugares públicos ¿consideras que es así? Sí claro.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p>Por ejemplo, los artistas se podrían quejar de que: pues sí soy artista pero ahorita no estoy trabajando, vengo a comer con mi familia, ¿no sientes que es invadir su privacidad?, aunque estén en un lugar público: Bueno, te voy a decir una cosa, los paparazzis, ellos ni cuenta se dan cuando les están tomando la foto, o sea no se les invade su privacidad. Sería invadir su privacidad si está en un restaurante comiendo el señor Marco Antonio Muñoz y yo casualmente estoy ahí y llego y le digo: señor me regala una entrevista, honestamente sí, ¿no?, porque está comiendo, está con su familia y aparte me voy a ver imprudente. Más allá de que invada su privacidad creo que me voy a ver imprudente, ni cuenta se dan cuando les están tomando fotos. Ni tampoco vamos y les tocamos a las puertas de su casa, oye me puedes dar una entrevista, no.</p> <p>Cómo defines sensacionalismo, chisme y del morbo, TV nOTAS hace uso de estos aspectos: Bueno, TV nOTAS es sensacionalista, pero no es chismosa fijate. Es que TV nOTAS no es que sea chismosa y no es morbosa, yo creo que morboso es la prensa ¿no?, ese es morbo; o sea cuando tú quieres ver sangre, cuando una nota te causa cierta como adrenalina ¿no? y tu mente se vuela, la prensa es morbosa, poner una foto sangrienta en la prensa y pasar todos los días para ver qué foto salió, eso es morboso, para mí, ¿no?; el querer estar viendo algo constantemente en tu mente, eso es morbo, ¿no?; el morbo te lo genera una película pornográfica ¿no?; lo que no puedes tener a la mano es morbo y lo buscas, eso es morbo.</p>

Nuria Ariza / reportera de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
		<p><u>Lo que te es imposible o privado, eso es morboso ¿no?; TV nOTAS tiene sensacionalismo, tiene sus cabezas, información en su contenido. Es eso, yo así lo defino, no la veo como una revista chismosa.</u></p> <p><u>Te puede llegar un chisme y tú lo conviertes en información... Tú lo trabajas ¿no?, no es que lo conviertas, más bien que lo investigas ¿no?</u></p> <p><u>Con base en qué establecen las prioridades para la estructura y el contenido de las publicaciones de TV nOTAS, eso es más de los jefes de información: Sí, yo creo que ellos se van dando cuenta dependiendo de qué tan exclusiva sea la nota, es que, es eso, entre más exclusiva sea la nota y más fuerte, pues obviamente está en la portada y la jerarquizan así.</u></p> <p><u>Ahora, te voy a decir otra cosa bien importante, no sé, tú has escuchado que muchos artistas desmienten las notas, o los mismos compañeros periodistas de otros medios, bueno, TV nOTAS tiene una página de internet, cualquiera se puede meter y escucha los audios, que son reales.</u></p> <p><u>Ahí también se puede verificar que las notas son reales, ¿tú crees que aquí TV nOTAS miente?, cuando estás viendo al tipo salir de la casa de masajés, ahí está, esa es una prueba, esta es una buena nota, muy buena nota. Ve aquí dentro las chicas, todo, la casa de masajés; y obviamente hay entrevistas con ellas. (Se refiere a la nota: "Qué barbaridad! Cachamos a 'Pirru' saliendo de una casa de masajés 'completitos'... mientras Ana Bárbara estaba en el doctor, publicada en el número 707 de la semana 22, el 15 de junio de 2010).</u></p>

Anexo 9 / Cuadro 5

<p>Nombre: Alejandro Isunza. Puesto: Fotógrafo de TV nOTAS desde hace tres años. Formación académica: Fotografía en la universidad de El Claustro de Sor Juana durante tres años. Fecha de la entrevista: Martes 30 de marzo de 2010. Lugar: oficinas de <i>Notmusa</i>, al sur de la ciudad de México.</p>		
<p>A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?</p>	<p>A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?</p>	<p>A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?</p>
<p>Cómo surgió tu interés por el periodismo de espectáculos: Yo llegué al periodismo de espectáculos por azares del destino. O sea, por las mismas circunstancias que yo iba viviendo. En realidad para nosotros, los que estudiamos una carrera de fotografía, no hay mucho futuro si no es con contactos y si no es por palancas. El fotógrafo lleva una vida difícil.</p> <p>Lo apasionante y fascinante de tu profesión: De mi profesión hay cosas muy satisfactorias. Por ejemplo, viajar, conocer, desarrollar tu trabajo en otros lugares. Tienes el privilegio de conocer lugares bastante paradisíacos.</p> <p>TV nOTAS: Aparte de que es mi fuente de empleo, mi fuente de ingresos, es una revista que se vende muchísimo para mí es la más vendida de México. Pese a que su contenido no es muy de mi agrado, pero, pues es lo que a la gente le gusta ver.</p> <p>TV nOTAS saca puro chisme, chisme, chisme, incluso hablando mal de los artistas y eso nos hace los más odiados.</p>	<p>A la gente le encanta enterarse de la vida privada e íntima de los artistas. Por eso la compran, desgraciada o afortunadamente, así es.</p> <p>Público: TV nOTAS está dirigida a todos los niveles socioeconómicos. A TV nOTAS yo la he visto en grandes, por ejemplo, cuando todavía estaba Valentina de Albornoz con su clínica, ahí tenía a TV nOTAS y veía gente de clase alta.</p> <p>Te estoy hablando de un nivel A, A+, ojeando la revista de TV nOTAS y desde ahí hasta nivel C, E+, se podría decir que más TV nOTAS está enfocada a un nivel B, B medio.</p> <p>Hombres y mujeres entre 12 y 50 años ¿no?, es una revista que tiene una gran capacidad de penetración.</p> <p>El periodismo de espectáculos es importante para la sociedad: Sí, representa un factor importante de entretenimiento. Porque a la gente no le puedes llenar la cabeza de cuestiones políticas que también es bastante malo.</p>	<p>El periodismo de espectáculos: en los últimos años ha tenido otra vertiente más hacia cuestiones morbosas y superfluas de la vida de los artistas y de los famosos de la farándula ¿no?, entonces, para mí el periodismo de espectáculos es eso.</p> <p>Manejar cuestiones muy personales, íntimas, incluso de los artistas y no sólo de los artistas, sino que también de los productores y de otros medios que tienen que ver también con el espectáculo.</p> <p>El periodismo de espectáculos es importante: No, el periodismo de espectáculos es más bien de entretenimiento. Se me hace más importante y más trascendente, por ejemplo, el periodismo de la política porque tiene que ver con el rumbo del país, decisiones importantes que la gente tiene que tomar para que el país mejore culturalmente, económicamente y socialmente.</p> <p>Se ha devaluado el periodismo de espectáculos: Sí, definitivamente sí. Porque ha dejado de ser periodismo a mero chisme, se ha denigrado.</p>

Alejandro Isunza/ Fotógrafo de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>De todos los periodistas de espectáculos somos los más odiados por los artistas a tal magnitud que, por ejemplo, <i>Televisa</i> nos tiene vetados, no podemos entrar a sus eventos, a sus locaciones y todo lo tenemos que hacer a escondidas. Sí, <i>TV nOTAS</i> es puro morbo ¿no?, nunca van a hablar bien de un artista o nunca van a hablar de su trayectoria artística o del talento que tienen.</p> <p><u>Siempre van a hablar de la vida privada, de sus errores, de sus infidelidades y de cuestiones sexuales.</u> Desgraciadamente es lo que vende, desgraciadamente para la sociedad y afortunadamente para nosotros.</p> <p>Qué significa para ti formar parte de <i>TV nOTAS</i>: <u>Significa todo y nada a la vez, no sé.</u></p> <p>Si me he sentido realizado, significa <u>un poco de realización</u>; significa <u>conocimiento</u>; significa <u>aprender cosas nuevas</u>. Sobretudo tratar a los artistas, no es muy fácil que digamos. En ese sentido sí hemos batallado con muchos artistas porque son muy altivos, por no decir sangrones. Hay quienes son más humildes y hay quienes son más déspotas, más arrogantes.</p> <p>También tienes que consentirlos, también tienes que decir: bueno, este, sí le puso el cuerno a su esposa, pero este cuate también está en esta novela, lo hace muy bien, tiene talento, es buen actor, es versátil y todas esas cuestiones.</p>	<p>O sea, viendo que el país está pasando por una crisis política bastante fuerte, la gente muchas veces se harta de llenarse la cabeza de cuestiones políticas. Igual, la política como está en todo, tiene que ver con la salud, tiene que ver con la educación, tiene que ver con la economía.</p> <p>Entonces si tú le das a la gente un periodismo donde nada más ven ese tipo de cuestiones, pues se hartan, no les interesa. <u>Se entretienen y les da curiosidad saber sobre la vida íntima de los artistas.</u></p> <p>Función social del periodista de espectáculos: Entretener, solamente entretener.</p> <p><u>La gente lo que quiere saber es la vida privada de los artistas, la vida íntima, incluyendo familiar, sexual y todo ¿no?</u></p>	<p>El periodismo de espectáculos es especializado: <u>Sí, necesitas estar preparado.</u> No cualquiera, sí tiene que ser un periodismo especializado, <u>tienes que lograr una trayectoria para entonces saber cómo está el movimiento.</u> Tienes que conocer a los artistas, tienes que crear una base de datos, desde sus domicilios hasta sus coches, y sus hijos, quiénes son, todo, todo.</p> <p>Es necesario que mejore el periodismo de espectáculos: Sí, definitivamente se tiene que encontrar <u>un equilibrio entre el periodismo verdadero de espectáculos y el chisme</u> ¿no?, y el morbo. O sea <i>ok</i>, de acuerdo, el chisme vende, el morbo vende, pero, realmente lo tienes que equilibrar con un contenido de periodismo verdadero. <u>No puedes estar atacando, atacando, atacando a los artistas y balconeando su vida personal.</u></p> <p>Cómo limpiar la imagen negativa del periodismo de espectáculos: Precisamente con eso, <u>logrando un equilibrio entre periodismo real y chisme.</u></p> <p>Desgraciadamente <u>el chisme ya no lo puedes erradicar porque el periodista de espectáculos ha creado un monstruo con todo esto que es alimentar el morbo de la gente</u>, el chisme. <u>Solamente podrías rescatarlo utilizando como medio de conducto el equilibrio.</u></p> <p>El trabajo del periodista de espectáculos se ha desvirtuado, antes lo importante era <u>investigar</u> y ahora lo trascendental es <u>ganar la noticia para venderla</u>: No, también se requiere de un <u>trabajo.</u></p>

Alejandro Isunza/ Fotógrafo de TV NOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV NOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV NOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Pienso que debe haber un equilibrio entre todo eso ¿no? <i>Ok</i> a la gente le encanta el chisme ¿no?, pero también tienes que decirle, pues es que no todo es chisme ¿no?, de esa forma, <u>tal vez logrando un equilibrio ya se compensaría un poco.</u> Sientes que TV NOTAS hace eso: <u>No, no lo hace.</u></p> <p>Cómo lograron el gran impacto: <u>Alimentado el morbo de la gente.</u></p> <p>Cómo preparan cada publicación: “Durante la semana a partir del lunes TV NOTAS, el cuerpo de reporteros, se dedica a buscar información, buscar notas, ya sea por llamadas telefónicas, por contactos o incluso muchos artistas tienen páginas en redes sociales y ahí te enteras de todo también.</p> <p>Se van recopilando notas, notas y notas, y por ahí del miércoles, jueves o viernes, ya se empiezan a seleccionar cuáles son las mejores notas, cuáles son las que van a ir en la portada de tal modo que para el domingo que se hace el cierre de la edición, tú ya debes tener armada tu portada y tus interiores. Tienes que estar en coordinación con los señores de la publicidad, qué notas van a ir al principio, qué notas van a ir en medio, qué notas van a ir al final”.</p>		<p><u>Hasta para lograr, por ejemplo, unas fotos de paparazzi tienes que investigar</u> dónde viven, qué coche tienen, con quiénes se relacionan, a qué lugares les gusta ir. Sí implica un trabajo de investigación, <u>más un poco como los investigadores privados ¿no?, y entonces esas técnicas de investigación las tiene que aplicar en tus notas porque de esa forma se logra,</u> por ejemplo, algunas fotografías de <i>paparazzi</i> y cuestiones así.</p> <p>Se hace uso de la <u>superficialidad,</u> o siempre hay investigación: <u>Sí, definitivamente sí hacemos uso de la superficialidad. Explotamos lo superfluo,</u> se puede decir. Para nosotros satisfacer en la gente esa necesidad de saber, satisfacer su curiosidad en cuanto a los artistas.</p> <p>Qué es para ti la ética periodística: Es <u>saber qué es lo bueno y qué es lo malo a tu juicio. Qué es lo que puede repercutir negativamente en la sociedad, qué puede ser un mal ejemplo o resultar una apología de algún delito o de alguna cuestión superflua o negativa.</u> Por ejemplo, las infidelidades, la gente lo puede tomar como <i>ah</i> pues si Gabriel Soto le fue infiel a Geraldine Bazán, pues yo también le voy a ser infiel a mi chava, pues si hasta los famosos lo hacen. Esta cuestión es grave, ¿no?, <u>ahí entra la ética profesional de los editores, finalmente son los que dicen esto se publica, esto no se publica. Los editores deben tener más ética que el reportero incluso ¿no?</u></p>

Alejandro Isunza/ Fotógrafo de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Todo eso lo determinan: <u>Los coordinadores editoriales.</u></p> <p>Cómo detectas que algo no es factible que TV nOTAS lo publique: Ah pues cuando es algo, por ejemplo, TV nOTAS nunca va a publicar el tlaquetazo de una telenovela más que cuando los personajes son sumamente polémicos o han tenido <u>chismes fuertes.</u></p> <p>Cuáles son las prioridades para la estructura y el contenido de TV nOTAS: <u>Un artista entre más polémico mejor.</u> Por ejemplo, Lucero es una persona muy polémica por la trayectoria y por los sucesos que han acontecido entorno a su carrera. Por ejemplo, Alejandro Fernández, siendo hijo de Vicente. Si tú tienes notas de esos artistas, entonces se utiliza el criterio para publicarlas. Ellos dicen que como son artistas renombrados, no se diga Alejandra Guzmán, <u>que son artistas polémicos y renombrados a cada rato por el entorno en el que se han desarrollado sus carreras artísticas, por declaraciones que han dado anteriormente y todo eso se considera que esos artistas son polémicos y por lo tanto publicables, venden.</u></p> <p>Buscas siempre preferentemente a este tipo de artistas: <u>Sí, en un evento pues yo busco la nota ¿no?, el chisme. A ver qué están haciendo, no tanto es el evento en sí, sino lo que hacen.</u></p>		<p>Digamos, a ustedes nada más les corresponde traer la información y ya ¿depende de la ética de ellos?: <u>Ajá, y de la de nosotros también, ¿no? La ética es eso, decir qué nota, o qué publicación puede incidir <u>negativamente en la sociedad, sobretodo en la gente joven.</u></u></p> <p>Existe un <u>código de ética</u> en TV nOTAS o Notmusa: <u>No.</u></p> <p>Tú, en lo personal, en tu trabajo, cómo aplicas la <u>ética:</u> <u>No la aplico. No, yo como fotógrafo o como paparatzzi, digo pues bueno si se están besando y si le está poniendo el cuerno a su esposa, ahí lo tomo. Es lo que a mí me va a dar de comer en realidad.</u></p> <p>Como persona, qué valores rescatas de ti: Yo <u>en lo personal trato de ser honesto. Trato de ser humilde, aunque no siempre lo logro y bueno creo que en términos generales soy una buena persona.</u> Vamos, no robo, no violo, no hago ningún delito y pues trato de ser honesto, <u>de no mentir,</u> de hacer el bien por lo menos a mi familia y a mis amigos.</p> <p>Cómo aplican la <u>ética</u> en la selección y redacción de la información: <u>No se aplica. No se aplica ninguna ética aquí en el periodismo de espectáculos, ninguna. Un chisme entre más fuerte, entre más grave, mejor. Va a vender más.</u></p>

Alejandro Isunza/ Fotógrafo de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p>Estar al pendiente de sus movimientos: Sí, por ejemplo, si a mí me mandan a cubrir el programa Segunda Oportunidad de TV Azteca, a mí no me interesa si el equipo rojo está nominado a ser expulsado. A mí me interesan los jueces, a mí me interesa cómo van vestidos. Me interesa si Dulce trae escote o si lo trae en la espalda o qué tipo de calzado traen. Me interesa, por ejemplo, si se está sacando el moquito, si se está acomodando una bubbly, si se cayó, si se resbaló. O sea todas esas cuestiones son las que yo utilizo como criterio para cubrir la nota.</p> <p>Los cambios más sobresalientes en TV nOTAS: Desde que entré sí ha habido cambios, en primer lugar últimamente ya no está Matilde Obregón. Últimamente las riendas las lleva un consejo editorial que se está apenas adaptando a las necesidades de los reporteros y de los coeditores, y que bueno, todavía es muy pronto para decir si está dando frutos. En realidad ahorita la revista está en una etapa de transición en la que todavía no se establece bien qué es lo que se va hacer, qué línea editorial, qué criterios y qué rumbo va a tomar la revista. Desde que no está Matilde ha habido un cambio en la forma de trabajar... Aún no, todavía se sigue haciendo igual, pero sí hay un consejo editorial que determina qué notas entran, qué notas no entran y ya traen un criterio establecido desde antes.</p> <p>El número más vendido de TV nOTAS: No, no lo sé.</p>		<p>Y nosotros aquí, los dueños de esta compañía editorial y los grandes empresarios editoriales, solamente piensan en términos económicos, no les importan los términos periodísticos. Si para ellos una nota se vende, una nota que incida negativamente, por ejemplo, el hijo de Rodrigo Vidal que se le encontró por allá en Saltillo, Coahuila, se le encontró un hijo y que quién sabe qué, o sea si todo eso (que) incide negativamente en la sociedad vende, pues ellos lo van a sacar. No les importa la ética, no les importa el periodismo real de espectáculos, no les importa nada más que vender. El dinero, vender, vender, vender, es todo lo que quieren enriquecerse.</p> <p>Algunas personas podrían considerar que presentar en cada publicación que en TV nOTAS pagan más por fotografías o videos no es ético: De esa manera nosotros establecemos contactos que nos avisan en dónde están los artistas para mandar nosotros paparazzis. Nosotros tenemos paparazzis ubicados en puntos estratégicos de la ciudad donde sabemos que es frecuente ver a los artistas. Ellos están posicionados y en cuanto la gente nos habla por teléfono se le paga la llamada y se manda un <i>paparazzi</i>. Hay un precio establecido: No, según el artista. Te estoy hablando desde 500 pesos hasta tres, cuatro mil pesos. El trato es directo contigo: No, el trato es directo con los jefes de información. Nosotros nunca manejamos dinero.</p> <p>Cuál es el límite entre lo público y lo privado para TV nOTAS No existe.</p>

Alejandro Isunza/ Fotógrafo de TV nOTAS		
A/A: La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de sí mismos, ¿Cómo se ven a sí mismos?	A/B La imagen que tienen los productores de TV nOTAS del público al cual se dirigen, ¿Cómo ven al otro, target?	A/R La imagen que tienen los productores de TV nOTAS de la ética en el periodismo de espectáculos, ¿Cómo ven el tema?
<p><u>La competencia directa (de TV nOTAS) es Tv y Novelas, esa es su competencia directa.</u> Tv y Novelas surgió mucho antes que TV nOTAS, creo que ya lleva 20, 25 años que está en el mercado.</p> <p><u>Diferencia entre TV nOTAS y otras publicaciones:</u> TV nOTAS tiene apenas 15 años, pero <u>TV nOTAS ha logrado repuntar porque no tiene restricción alguna con los artistas.</u> O sea <u>TV nOTAS te puede publicar lo que sea de cualquier artista y Tv y Novelas no.</u> A <u>Tv y Novelas le marcan una línea muy estricta</u> donde dice ¿sabes qué? No puedes publicar nada de Eduardo Yáñez, nada que sea negativo. No puedes publicar nada negativo de Aracely Arámbula. Todo tiene que ser color de rosa, todo tiene que ser bien. Y bueno de este núcleo de artistas no quiero que me los toques, no quiero que hables ni bien, ni mal y bueno ya de todos los demás, pues lo que quieras.</p> <p><u>Revistas como TV nOTAS desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos:</u> Sí, sí estoy de acuerdo totalmente porque empezaron a sacar <u>cuestiones íntimas</u> de la vida social de los artistas. Sí</p>		<p><u>No existe un límite entre lo público y lo privado, siempre se va a inclinar más TV nOTAS por lo privado; por cuestiones sociales, cuestiones sexuales, cuestiones familiares de los artistas. Siempre se va a ir más por lo privado. A TV nOTAS casi no le interesan las cuestiones públicas. Que si participó en una obra de teatro, que si hizo una develación en tal obra de teatro. No, esas cuestiones no le interesan a TV nOTAS.</u></p> <p><u>Cómo defines sensacionalismo, chisme y del morbo, TV nOTAS hace uso de estos aspectos:</u> Sí claro TV nOTAS hace uso del sensacionalismo, del chisme y del morbo.</p> <p>El morbo pues es todo aquello que tiene que ver con <u>cuestiones sexuales</u> de los artistas, si se operó el abdomen, que si se operó los glúteos, los senos, la cara. (<u>Chisme</u>) ah pues que si le puso el cuerno a su mujer, cuestiones siempre personales y cosas indebidas que hagan los artistas para nosotros es chisme. Sensacionalismo, bueno pues que si en tal novela tuvieron una escena de cama, eso para nosotros es sensacionalismo.</p>

Anexo 10 Entrevistas completas realizadas a los productores de TV nOTAS

En esta parte de la investigación se presentan las entrevistas realizadas a cinco personas ampliamente conocedoras del trabajo que se realiza en TV nOTAS.

En primera instancia aparecen entrevistas realizadas a la señora Matilde Obregón, directora de TV nOTAS, en años pasados. Quiero aclarar que busqué y solicité una entrevista con la misma por diferentes medios, telefónico y correos electrónicos, pero no logré que ésta accediera a proporcionarme unos minutos de su tiempo. Por ello, me dediqué a buscar en la red entrevistas en las que la señora Obregón hablara de cómo se realiza TV nOTAS, del público al cual se dirigen y la ética periodística, aspectos relevantes para la presente investigación.

Posteriormente están las entrevistas que realicé personalmente a la jefa de información Patricia Cuevas, a un corrector que solicitó como condición para acceder a darme la entrevista que ésta se considerara anónima, a la reportera Nuria Ariza y al fotógrafo Alejandro Isunza.

Entrevista a Matilde Obregón, directora editorial

A continuación se muestra la transcripción del audio correspondiente a una entrevista que Mario Campos, en el programa de radio *Todos los lunes: la agenda en los medios*²⁴⁹, le realizó a la señora Matilde Obregón, directora editorial de TV nOTAS, dicha emisión se transmitió el 21 de abril de 2008.

Todos los lunes: la Agenda en los Medios con Mario Campos... Volteamos los reflectores para contarle a usted cómo se construyen los medios que ve en los puestos de revista, que consume a través de la radio y la televisión. Y en esta ocasión para platicar del periodismo de espectáculos y en particular de una de las revistas más importantes en nuestro país, quizá no necesariamente por su contenido, porque habrá quien diga que el periodismo no es lo más importante, pero sí, sin duda, por su tiraje.

Vamos a hablar de la revista TV nOTAS la revista más importante en cuanto al número de lectores, va usted a escuchar cifras que se va a ir de espaldas. Vamos a platicar con Matilde Obregón, directora de esta publicación y también con Álvaro Cueva, sin duda el mejor crítico del mundo y sin duda un conocedor del periodismo de espectáculos en nuestro país.

Cómo se deciden los temas, cómo ve al periodismo de espectáculos en general, cómo ve a la competencia, qué pasa con los límites entre la vida

²⁴⁹El Instituto Mexicano de la Radio (IMER) a través del Sistema Nacional de Noticiarios presenta: *Todos los lunes: la agenda en los medios* con Mario Campos de 09:05 a 09:30 horas dentro del noticiario Antena Radio Primera Emisión, por Horizonte 107.9 de FM; XEB, 1220 de AM y las 10 emisoras de IMER en la República Mexicana. Dirección URL: http://www.noticias.imer.com.mx/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=28&Itemid=197&limit=61&limitstart=61 [Consulta 10 de enero de 2010 19:00 horas].

pública y la vida privada. Estos y otros temas fueron los que abordamos con Matilde Obregón.

*** Sin duda uno de los temas que más llaman la atención de la revista TV nOTAS, un fenómeno editorial, es el número de ejemplares que venden, ¿Cuánto tiran semanalmente?** Mira te voy a platicar, nosotros vendemos a la semana 700 mil ejemplares semanales. Una cosa es lo que tiras, lo que imprimes, y otra cosa es lo que se vende. TV nOTAS orgullosamente te puedo decir, y yo creo que hasta suena a *sangronada*, es la única revista auditada en México que tiene su tiraje y su venta dentro de la revista, en el directorio. Porque muchos te podrán decir que venden millones de copias o miles de copias, pero nosotros somos la única revista auditada por el Instituto Verificador de Medios que nos avala que si vendemos esa cantidad de revistas cada semana.

***Es lo mismo en México que en EU, porque tengo entendido que allá también distribuyen...**No, no, no, no, esto se vende en México y en EU es otra historia.

***¿Allá cuánto están vendiendo?** Fíjate que no tengo el dato, la verdad es que como me dedico al 100% en México no tengo el dato de EU, pero, bueno, allá también somos la única revista semanal de espectáculos.

***¿Quién lee la revista, quién lee TV nOTAS, cuál es el perfil del lector que ustedes tienen detectado?** Fíjate que es un fenómeno, aquí lo toman como un fenómeno, porque TV nOTAS abarca desde la clase social más alta que hay en México hasta la gente más humilde que puede comprar la revista. La experiencia que hemos tenido aquí durante, ya son 14 años, en junio primero Dios cumplimos 14 años dentro de TV nOTAS, nos hemos dado a la tarea de investigar quién es nuestro lector y nos hemos llevado gratas sorpresas porque hay gente de Las Lomas o del Pedregal, ya sabes gente muy *elite*, que nos compra; y también gente de muy bajos recursos que compran la revista, por decirte, en una oficina cada semana se van rolando, vale 18 pesos, desembolsar 18 pesos semanalmente es muchas veces un sacrificio por cómo está la cosa en México. Entonces muchas veces las secretarias se juntan, o las amas de casa en las escuelas y dicen sabes qué esta semana te toca comprar TV nOTAS a ti, la próxima semana a mí con tal de no perderse la revista.

***Lo que nos lleva, además de estas cifras impresionantes, a pensar en que un ejemplar es leído por varias personas...** Es leída por más de siete personas, está comprobado que una revista pasa por más de siete personas.

***Y a eso habría que agregar, si me lo permites Matilde, los lectores de closet, es decir, aquellas personas que la leen pero que por supuesto en público jamás van a reconocer que leen TV nOTAS...** Sí, cantidad, hay gente que no se reconoce lector de TV nOTAS porque bueno a nadie le gusta reconocerse chismoso. Pero mira, el dueño de la editorial, Carlos Flores, el dueño de TV nOTAS, tiene un lema que se me ha grabado en tantos años: "Todos somos más morbosos de lo que reconocemos". Y reconocerte chismoso y que te gusta el chisme, no cualquiera lo dice abiertamente.

***¿Cuáles han sido los ejemplares más vendidos que recuerdes en el tiempo que llevas al frente de la revista?** Han sido muchos, afortunadamente es una revista muy sana, muy noble. Pero si me preguntas, bueno la boda de Niurka con Bobby Larios en donde la prensa se quiso meter porque nosotros la teníamos en exclusiva y decían que iba a llegar Juan Osorio. Entonces se armó

una polémica tal, que, bueno, la semana en la que salimos con la revista creo que sobaron a lo mucho cien ejemplares, es de las más vendidas.

*** ¿Cómo se hace esta revista? ¿Qué tanto el material que publican se lo ofrecen colaboradores externos, los famosos *free lance*?** Te puedo decir que es un 50 y 50. Es labor del periodista, es la amistad que se hace con él, es el reconocimiento a la revista. Porque tú sabes que se habla de 700 mil ejemplares semanales, entonces un actor que se quiere hacer promoción y que quiere que se entere alguien rápido, pues acude a *TV nOTAS* ¿no?, entonces es por varios caminos.

***¿Ustedes pagan por el material que reciben?** No pago por todo el material que recibo, si no aquí las cien personas que tenemos de planta estarían de adorno y nos estaríamos viendo la cara. Generalmente ahora es un toma y da, lo hemos visto a lo largo ya de muchos años, pero no de los 14 que va a cumplir la revista, mucho ojo, hemos visto que para hacer un trabajo mucho más profundo, mucho más cuidado, pues hemos llegado a un acuerdo con los famosos que se van a casar, no en todos los casos, te repito, algún bautizo o alguna fiesta importante, es cuando nosotros negociamos. Mi jefe, el dueño de esto, me da carta ancha para hacerlo y es cuando lo negociamos para que las cosas las hagamos más con calma, no estemos en el *chacaleo* de la foto o de la entrevista. Tus fotos son más cuidadas, tú te llevas un dinerito, porque, bueno, también le estás haciendo un favor a la revista.

***Entendiendo que es un mercado donde el artista sabe que su imagen vale, por supuesto la publicación también sabe que el tener una portada de Luis Miguel o de cualquiera de estos personajes puede traducirse de pronto en miles y miles de ejemplares. ¿Se habla ya de millones de pesos lo que se paga por información de este tipo?** No, fíjate que esto lo han alzado muchísimo los que no saben. Y, a veces, inventan más de lo que es. Es una gratificación por lo que estás haciendo, vas a quedar contento. Eso sí, hay quienes piden las perlas de la Virgen, no te voy a engañar. Pero siempre llegamos a un acuerdo sensato donde yo quedo cómoda y obviamente el artista queda bien, pero jamás son millones de pesos. No, no, no, nada que ver.

***¿Cómo ve usted al periodismo de espectáculos? Sé que usted es periodista formada en la escuela Carlos Septién, lleva ya muchos años en esto por supuesto. Y le pregunto ¿Cómo ha visto al periodismo, de este campo en particular, a lo largo del tiempo?** Bueno, lo he visto crecer enormemente. *TV nOTAS* marcó la pauta en cuanto a decir la verdad y, lo que he dicho en muchísimas entrevistas, siempre era qué bonito canta Lucero, qué padre disco el de Thalía. La verdad estábamos como que los periodistas sentados en nuestra silla, atrás de un escritorio, esperando el regalito de diciembre del artista, esperando al conferencia de prensa para que nos dieran el disco, o nos lleváramos el centro de mesa, no todos los periodistas, aclaro, pero la mayoría eran de la vieja guarida, estaban acostumbrado a eso.

TV nOTAS como que viene a trabajar. *TV nOTAS* trae una pasión enorme por decir las cosas, por trabajar y bueno, nos hemos equivocado enormidad de veces y lo hemos reconocido. Pero hacemos un periodismo interesante, no porque sea de entretenimiento deja de ser interesante. Mira, si yo logro que un lector pase unas dos, tres horas a gusto; y que yo cumpla con las expectativas del él, yo digo que estoy haciendo un buen periodismo.

***Pero en este esquema que nos platica ¿No siente que de pronto pasa a un segundo plano lo que hace el artista, los discos que graba, los conciertos que da, queda en un primer plano lo que ocurre con su vida privada?** Depende de quién. Hay artistas que sí nos importa su trayectoria artística, pero por qué no, o sea es padrísimo saber si está casado, si tiene novia. Yo creo que con medida, los que se pueden dejar y los que se deben de dejar lo hacen muy bien, pero hay gente que sí abusa y bueno me ha tocado que se quitan la ropa para llamar la atención, se operan el busto con tal de que los voltees a ver. Y sabes qué, desafortunadamente, los medios caemos en eso y volteamos a ver esa gente que bueno, son de plástico, al año ya nadie se acuerda de ellos.

***Hay un fenómeno en el que surgen estas pseudo figuras públicas. Pienso en un caso internacional, por ejemplo, Paris Hilton, la verdad es que la mujer no tiene ningún talento en particular, pero se vuelve una celebridad que vende portadas o parejas de algunos artistas que de pronto también se vuelven noticia ¿Cómo ve este fenómeno?** Ya lo dijiste tú, y bueno en nuestro México lindo y querido, hay cantidad de famosas que hacen cada tontería con tal de que las voltees a ver.

***¿Cómo ve a la competencia? Y el pregunto no sólo por las publicaciones especializadas, sino en general a los medios, a los programas de radio y televisión que cubren a los espectáculos.** Yo la veo muy bien, la veo muy interesante, la veo muy aguerrida, con muchas ganas. Te repito Mario, es otra generación, donde, bueno, pues todos queremos ser el número uno. Las revistas lo hacen bien, los programas de espectáculos lo hacen bien, los programas de radio también lo hacen muy bien. Entonces es una competencia sana en donde, bueno, pues todos queremos ser el número uno ¿no?, entonces como que hoy todos estamos en ese mismo *mode*, que todos queremos llegara ser el número uno, entonces para nosotros es más padre porque a mí me gusta competir. A mí no me gusta estar atrás de un escritorio esperando a ver quién me habla para comprarle una nota ¿no?, a mí me gusta salir a la calle y a ver a quién voy a entrevistar o a ver qué foto puedo tomar. Lo mismo pasa allá afuera con mis compañeros periodistas ¿no?

*** Hay una parte cuando uno revisa estas revistas que llama mucho la atención y es la capacidad que parecen tener de estar en todos lados al mismo tiempo. Es decir, que si va a un restaurante un artista, pues ahí hay foto; que si sale de un antro también hay foto; ¿Cómo funciona esto, cómo tienen una red que les permite tener muchos ojos de manera simultánea en lugares tan distintos?** Pues mira, tenemos, como te digo, una red de *paparazzis* que anda por todas partes, ahora si que es el trabajo de todos los días.

*** Una de las preguntas que nos hacemos quienes observamos los medios de comunicación, particularmente al leer una revista así, es ¿Qué tratamiento le dan a la información antes de publicarla?** Depende de la nota. Te puedo decir que aquí hay un consejo editorial enorme en donde nos juntamos a platicar las notas porque sabemos la repercusión que va a tener allá afuera. Entonces dependiendo de la nota es el tratamiento que se le va a dar; pero generalmente, te puedo decir, que una nota de las de a deveras, de las fuertes, de las de portada, es platicada y vista por no sabes cuántas personas.

* **¿Hay reacciones por parte de los artistas? Luego de que publican un ejemplar reciben llamadas para quejarse, para decir si hay alguna imprecisión, algún dato, una nota que no les haya gustado.** Hay de todo, yo creo que es como en la política, en deportes o en sociales, hay quien te habla para recordarte el 10 de mayo y la verdad es que muy poquitos mi querido Mario hablan para dar las gracias ¡eh!, porque aquí la verdad no esperamos ningún regalo, es mi trabajo y me encanta. Pero sí, la mayoría de las veces, desafortunadamente, ni una palmadita. Lo toman ya como un trabajo, y eso sí cuando algo les cae mal, cuando los sacas feo, cuando los balconeas o les sacas un *paparatzi*, ¡Ay Dios mío! ¡eh!

* **Sí me imagino que dejan de ser amigos muy pronto...** Dejan de ser amigos, pero hay algo muy chistoso. Dejan de ser amigos pero por poco tiempo, porque al rato, digo, estamos en lo mismo ¿no?, o sea esto es una rueda de la fortuna, a veces yo estoy arriba, a veces estoy abajo; a veces tú necesitas de mí, a veces yo necesito de ti, entonces ya nos acostumbramos. Lo mismo que te pasa a ti, me imagino yo ¡eh!

* **Hay muchas publicaciones de espectáculos en México, pero quizá pocas con la penetración, con el tiraje de TV nOTAS, en su experiencia, cuál es el secreto, cual es al fórmula, que le ha permitido el éxito de esta publicación y que no tiene, hay que decirlo, ningún otro medio impreso.** Fíjate que al principio cuando a mí me preguntaban eso se reían aquí, inclusive Carlos, el dueño, porque TV nOTAS está hecha a mano. Cada página está bordada a mano, en verdad, cada foto, cada pie, cada cabeza de foto, está cuidada, está bordada. Aquí el periodista se tiene que enamorar de su trabajo para plasmarlo en la revista.

Cuando yo veo algo, porque obviamente se nos va, digo, somos seres humanos, digo, qué falta de respeto para el lector, cómo le dices esto, pues que son tontos o miren la foto, o miren el color. Entonces, aquí hay como, de verdad eh, un gran equipo que está enamorado de su trabajo. Entonces, cuando tú haces las cosas con amor y con la pasión, con la que nosotros lo hacemos, yo creo que el lector lo ve reflejado. Y aparte de la credibilidad porque nosotros ni somos *Televisa* ni somos *TV Azteca*, somos independientes y eso no sabes cómo te ayuda para poder decir la verdad.

***Yo digo que no fue fácil este proceso de crecimiento y esta relación con los artistas, sobretodo en un México en el que los artistas eran mucho más cerrados. La información por parte de Televisa se mantenía reservada, por supuesto también en el caso de Televisión Azteca.** Cuando íbamos a hacer TV nOTAS, Mario, había un agente de publicidad, que por cierto ya hace muchos años se fue, que le decía a mi jefe: “oye pero cómo vas a hacer una revista de televisión si ni eres *Televisa*, hay un monstruo que se llama *TV y Novelas*, cómo le van a competir, están locos, no lo hagan”. Y mira, gracias a Dios no le hicimos caso, y bueno, pues aquí estamos.

* **¿Qué viene para la revista TV nOTAS en los próximos años?** Seguir al lector de la mano. Me jacto de conocer a mi lector a ojos cerrados y, bueno, lo que nos marquen ellos, nosotros vamos a hacer, porque gracias a ellos existe la revista.

* **Finalmente ¿Cómo se hace el proceso de construcción de las portadas? Que sabemos es el primer vendedor de toda revista.** Nos esperamos el domingo, nosotros trabajamos el domingo hasta las seis, siete, de la tarde para que veamos ya lo último, de último, que hay y, bueno, pues empezar a

diseñarlo y formarlo para ya darle las últimas maquilladas a la revista para que se empiece a imprimir la madrugada del domingo, todo el lunes y el martes esté calentita en la calle²⁵⁰.

A continuación presento una entrevista realizada a la señora Matilde Obregón, que se publicó en la revista *Líderes Mexicanos* el primero de octubre de 2007, en la cual la periodista habla tanto de aspectos personales como del trabajo que se hace en *TV nOTAS*.

Quería ser maestra, casarse y tener muchos hijos. La vida le tenía deparado otro rumbo. Estudió periodismo, se casó, tuvo dos hijos y, ahora divorciada, es directora de la revista más influyente en el mundo del espectáculo y la que más ventas tiene a nivel nacional, más de 2 millones de ejemplares al mes.

Los inicios

“Yo quería ser maestra, los niños me encantan, pero mi padre me dijo que estudiara otra cosa, entonces estudié Periodismo porque no tenía matemáticas. Me recomendaron la Escuela de Periodismo Carlos Septién García (EPCSG) y de ahí soy egresada”, asegura y agrega que en la escuela además de encontrar esposo –anduvo ahí cuatro años con el papá de sus hijos– sus compañeros la comparaban con Susanita, la de Mafalda, ‘se va a ir a tener hijos’.

En el octavo semestre de la carrera llegó el representante de Lucía Méndez a buscarle jefe de prensa, la EPCSG mandó a 20 estudiantes y eligieron a Matilde. Ahí comenzó su relación con el mundo del espectáculo. “Fui jefa de prensa de la Méndez por un año, pero me aburrí porque era una sola persona y yo quería hacer más. Me desesperaba que los periodistas hicieran preguntas por fax y el artista respondiera por la misma vía, eran entrevistas frías, poco cálidas, impersonales”, detalla y argumenta que quien descubrió en ella la vocación de periodista fue su abuelo. “Decía que yo no sabía platicar que siempre preguntaba. A mí me gusta mucho meterme hasta el fondo de las cosas”.

Su primer aventura editorial fue en la revista *Eres*. “Estuve un año, hacía entrevistas e inventaba los horóscopos –risas– un día se me olvidó escribir el horóscopo para Aries y cuando salió impresa la revista me mandó a hablar Laura Labiada para decirme: ‘Matilde: se te olvidó hacer un signo, Avon paga muy bien y nos quiere cancelar la cuenta. Sino te corro nos la quitan’, y me corrieron por Aries”.

Así salió de *Eres*, luego de lo cual una amiga le comentó que en *Notitas Musicales* estaban buscando gente. “La verdad se me hacía poquita cosa. En *Notitas* necesitaban una coordinadora y me encontré con gente decente que me recibieron súper bien”. De esta manera comenzó su relación con Editorial Notmusa.

TV nOTAS

Luego de coordinar *Notitas Musicales*, le dieron la subdirección y después la dirección de la revista, esto hasta que le ofrecieron un nuevo proyecto, una revista de espectáculos. “Un día llegó Carlos Flores y me dijo que quería hacer una revista de televisión, que se había peleado con la persona que la iba a hacer, me dio el número cero y me dijo ‘revisala y mañana me dices qué le harías tú’.

Así comenzó la revista, sin querer, porque ni Carlos ni yo lo pensamos así, empezamos a ver que cada vez era mejor, los artistas nos aceptaban más, les empezaba a gustar lo que estábamos haciendo. Yo venía de una súper universidad donde nos enseñaron a hacer muchas cosas y las empecé a aplicar con los reporteros. Fue un acierto traer gente nueva, cuando estuve con Lucía me di cuenta que la mayoría de reporteros y periodistas era gente mañosa, que nada más iban por el regalito de la presentación y conmigo vino otra historia, aquí no hay mordidas ni ‘chayo’, aquí hay trabajo y mucha pasión”, asegura Obregón y agrega que la revista funciona porque “tenemos sensibilidad de saber lo que le gusta a la gente, realmente conocemos al lector. Estoy hablando que, desde hace

²⁵⁰ Mario Campos, *Entrevista a Matilde Obregón y Álvaro Cueva*, México, Noticias IMER, 21 de abril de 2008. Dirección URL:

http://www.noticias.imer.com.mx/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=28&Itemid=197&limit=61&limitstart=61 [Consulta 15 de enero de 2010 a las 20:00 horas].

como diez años, hasta con el dueño de *Notmusa* vamos a un puesto de revistas a venderla y ahí conoces mucho a la gente”.

El perfil

Obregón afirma que su *TV nOTAS* gusta porque “todos somos más morbosos de lo que reconocemos. Además de eso, esta una revista aspiracional y nos encanta saber quién se divorcio o a quién le pusieron el cuerno. Es esa magia que te identifica, y es padre, por un momento, desconectarte de tus problemas y leer los de otros”. Destaca que cuando una nota tiene consecuencias reales no le afecta porque todo está basado en la verdad. “Me siento tranquila porque es verdad. Si estuviera mintiendo no estaría aquí”, y comenta que tiene mucha información que no ha publicado “porque ya es meterte demasiado fuerte, pero si alguien le pone el cuerno a su esposa y no lo publico yo, lo publicará otra persona. Yo no soy la mala, simplemente soy el medio que informa”, explica la directora de *TV nOTAS* quien afirma que la portada que más ha vendido fue la boda de la cubana Niurka Marcos.

“La mayoría de nuestros lectores compran la revista sin ver si quiera la portada porque están seguros que traemos un buen número. Imagínense el compromiso que tenemos, por eso siempre digo que compito contra el número anterior de mi revista”. En cuanto al logro de las exclusivas, Obregón asegura que hay de todo un poco. “Algunas notas se pagan, otras son habilidad. Se maneja que nosotros pagamos muchísimo dinero por las notas y eso es mentira. Ojalá. Si podemos llegar a una negociación pues encantada de la vida, pero grandes cantidades jamás. Creo que es más importante la gente que lo que puedas pagar por una nota”, y asegura que el lector de su revista se debe quedar con una sonrisa. “Es una revista que infoentretiene. Ese es nuestro objetivo, entretener”.

Lo personal

Matilde logró su primer sueño: se casó y tuvo gemelos, pero al cabo de unos años se divorció, nos cuenta con el apoyo incondicional de sus padres. “Ellos me han ayudado a compaginar a Matilde la mamá, la parte más importante de toda mi vida, soy cien por ciento mamá los fines de semana, con la parte profesional”. Como ejercicio practica pilates, y nos confiesa que se imagina casada de nuevo, se considera una mujer exitosa y con una gran estrella, secreto que lo resume en “que yo no trabajo por ganar dinero y no soy rica. No estoy pensando cuándo me van a subir el sueldo, pienso en cómo conquistar más lectores y cómo los voy a enamorar más”²⁵¹.

El 28 de diciembre del 2000 *El Universal* publicó en su página de internet una nota de Jessica Mendoza González titulada “Chismes de papel” en la que la autora da a conocer declaraciones de personas que trabajan en algunas de las revistas dedicadas a los espectáculos y que son realizadas en México, entre éstas se encuentran las de la directora de *TV nOTAS*, Matilde Obregón.

Opinan editores de revistas que muchos artistas desvirtúan la información con tal de ocupar las portadas.

La información del mundo del espectáculo se ha desvirtuado por algunos medios de comunicación que buscan a toda costa la “exclusiva”, tal vez sin pensar en las consecuencias.

Las notas que se generan en el medio artístico ya no se basan en las carreras, trayectorias o venta de discos, sino en la intimidad de los actores o cantantes.

Esto ha provocado el enojo y descontento de muchos artistas que en contadas ocasiones se niegan a dar declaraciones por “miedo” a que sus palabras sean distorsionadas o manejadas de otra forma.

En tanto, las revistas especializadas en la farándula dan su punto de vista acerca de los chismes de papel y de la manera en que el medio se ha desvirtuado por los famosos.

²⁵¹ Revista *Líderes Mexicanos*, Matilde Obregón, 1 de octubre de 2007. Dirección URL: <http://www.lideresmexicanos.com/2007/10/matilde-obreg-n/> [Consulta 18 de agosto de 2009 18:00 horas].

Matilde Obregón TV nOTAS

Para la editora de esta revista que ya lleva seis años en circulación, en la guerra y en el amor todo se vale, por lo que ellos no están negados a comprar información.

“En la guerra y en el amor todo se vale, siempre y cuando no afectes a terceros; hay ocasiones en que los reporteros no están en el lugar de los hechos, pero si hay gente que tiene fotos que a nosotros nos interesa, pues se las compramos, yo creo que eso es válido y no hay problema con ello.

“Lo que sucede la mayoría de las veces es que los artistas son los que dan la nota y luego lo informas y se molestan, pero nosotros llegamos hasta donde la gente quiere llegar.

“Los artistas de ahora han cambiado, ya no son como en la época de los 50, ahora el que no enseña no vende y si ellos se han diversificado y han desvirtuado el canto y la actuación, también nosotros tenemos que ser más agresivos.

“Además, a la gente no le interesa cuántos discos venden o en qué novela está, sino que quieren saber con quién anda, qué hace y cómo es”.

Mencionó que *TV nOTAS* publica la mitad de lo que consigue y se han quedado con cosas que a la gente le puede gustar. Sin embargo, por ética profesional se las guardan.

“Nosotros no nos metemos a la intimidad de las recámaras ni nada de eso, pero si los cachamos en un hotel, en la alberca, o en una disco, por supuesto que tomamos fotos porque son lugares públicos”.

Obregón señaló que cuando se comete un error involuntario lo reconocen, aunque los artistas jamás agradecen esos detalles.

“Alguien famoso jamás te va a hablar para felicitarte o decirte que lo hiciste bien, al contrario, se quedan callados, pero en cuanto publicas algo que no les parece te la mientan mil veces. Afortunadamente nunca nos hemos visto involucrados en demandas”.

Asegurando en todo momento que la revista que dirige es la número uno en el mercado, la directora señaló que ellos son su propia competencia.

“*TV nOTAS* compite contra su número anterior y no contra otra revista de espectáculos, la gente se da cuenta, y los mismos artistas, que la edición mejora semanalmente, no sólo en su diseño sino también en la información y en las exclusivas que damos; que de ahí toman los periódicos, programas de radio, y las demás revistas para darles seguimiento.

“Y la verdad que lejos de darnos coraje, nos da orgullo que sea *TV nOTAS* la que genere la información de la semana”²⁵².

²⁵² Mendoza González Jessica, *Chismes de papel*, México, El Universal.com.mx, 28 de diciembre de 2000. Dirección URL: http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=14632&tabla=espectaculos [Consulta 7 de enero de 2010 22:00 horas].

Entrevista a Patricia Cuevas, jefa de información de *TV nOTAS*

El domingo 25 de octubre de 2009, acudí a las oficinas de *Notmusa*, al sur de la ciudad de México, pues Patricia Cuevas, una jefa de información de *TV nOTAS* accedió a darme una entrevista, la cual se presenta a continuación.

Personales:

***¿Dónde estudiaste periodismo?** Estudié Ciencias y Técnicas de la Comunicación en la Universidad del Tepeyac.

***¿Cómo defines al periodismo de espectáculos?** Es una pregunta difícil, el periodismo de espectáculos realmente no tiene una definición, es muy subjetivo. O sea ahora se le llama periodismo de espectáculos a involucrarte en la vida privada de los famosos, de los artistas de la farándula. Pero en sí, el periodismo de espectáculos es la crítica precisamente de los espectáculos que ahora ya es muy difícil enfocarte en es punto porque ahora ya todo es ver la vida privada, que si fulanita está embarazada, que si zutanita ya se peleó con una actriz, es muy subjetivo. Ahora el periodismo de espectáculos es eso, pero sí estaría bien también retomar la crítica del trabajo de los artistas.

***¿Consideras que el periodismo de espectáculos es tan importante y trascendental como el político o el económico?** Sí, es trascendental porque nosotros vendemos estados de ánimo, simplemente por eso.

* **¿Cómo surgió tu interés por el periodismo de espectáculos?** Yo de niña siempre fui como muy farandulera, me gustaban las telenovelas, los programas, siempre fui muy de ver televisión. La verdad es que ahora sí me ha ayudado porque sí te acuerdas, conoces a los artistas y actores, sí los ubicas gracias a eso. Pero a mí en realidad lo que me llamaba más la atención antes es el periodismo de espectáculos.

Estuve en PGR un tiempo haciendo prácticas profesionales. Y yo creo que ya me veían la vena porque cuando estaba en al universidad mi tesis era sobre lo del problema de *CNI* y *TV Azteca*, y de *Canal 40*, de todo ese relajó. Y me acuerdo que mi maestro me dijo: “pero no a la mera hora me vayas a salir con que vas a hacer algo de espectáculos”, él como que veía que yo iba más enfocada a eso.

Cuando entré a PGR un periodista que trabajaba en *El Sol de México* me dijo: “sabes qué, tú no eres para esto. Eres más como para estar cubriendo eventos de espectáculos”. Y solito, después conocí a una persona que trabajaba con Bob Logar, quien es uno de los pioneros en el periodismo de espectáculos. Me fui metiendo y así fue como que se dio. Ahorita yo siento que el destino me ha llevado a cubrir esta fuente.

Tengo 29 años y desde que estaba estudiando empecé a picar piedra. Es muy difícil poder meterte al medio, a cubrir los que sea, la fuente que quieras ya sea policíaco, política, espectáculos, lo que quieras es muy difícil. A mí me costó trabajar tres años gratis, de hacer prácticas profesionales y servicio social. Estuve en *Canal 11*, en PGR, en *ABC Radio*, en *Televisa*, recorrí muchas áreas. En casi cuatro años de experiencia realmente profesional he recorrido prensa, radio, televisión, Internet, periódicos.

Pero sí lloré, sufrí, no me pagaban, me traían muy atareada siempre, hubo un momento en que pensé tirar la toalla, pero siempre llega alguien que te valora, que valora tu trabajo y la verdad es que ahorita estoy muy contenta.

Sanik fue la primera persona que me pagó mi primer sueldo que fue de cuatro mil pesos mensuales en *Radio Fórmula*. Me dio mucha experiencia, muchas tablas en radio y mucha proyección, porque salí en *Tele Fórmula* y en *Radio Fórmula*, fui su co-conductora y aparte reportaba. Ella me dio una oportunidad.

***¿Qué es lo apasionante y fascinante de tu profesión?** Investigar, tal vez aunque hagamos *paparazzis*. Para mí el investigar si alguien está en el hospital o algo, es investigar qué día sale, en que habitación está, por qué está ahí, cuánto va a pagar. Hacer periodismo de investigación sobre todo en los *paparazzis*.

Yo a veces si me pongo a pensar y digo, es que si fuéramos secuestradores estaría cañón porque te vas haciendo de ciertas mañas para dar con el artista, para saber dónde vive, qué placas de coche tiene. Son muchos trucos que uno debe de tener y es una adrenalina muy grande. El estar afuera de la casa de un famoso y esperando a que salga con el novio o la novia, o si le está poniendo en cuerno a alguien, o que ya está embarazada y tener las primeras imágenes de la persona embarazada o del bebé, eso es padre. Perseguir a los famosos es apasionante.

Aquí se supone que entramos a las 10 de la mañana pero a veces tenemos que estar más temprano, si tengo que hacer un *paparazzi* a las siete de la mañana tengo que estar afuera de la casa del famoso o del hospital haciendo guardias o si alguien se murió estar en la funeraria esperando a tener la nota.

También eso es apasionante, no tener horario. A mí la verdad es que no me cansa. El horario es muy "x" en esta profesión. Si te gusta hacerlo puedes estar sin comer, sin dormir, mojándote, si quieres peleando con la gente, pero ya cuando ves plasmado tu trabajo, publicado, es cuando dices: valió la pena. Y más cuando tus compañeros comentan tus notas. Sobretudo en este caso de *TV nOTAS* que todo mundo comenta las notas de la revista, programas de radio de tele.

Entonces nosotros cuando vemos eso, cuando estamos monitoreando los trabajos y vemos que hablan de una nota nuestra nos sentimos muy orgullosos porque quiere decir que proponemos y que, aunque somos criticados, todo mundo toma nuestro trabajo como base. Hacen la nota, de la nota, de la nota.

"Es que *TV nOTAS* miente", nunca mentimos. La verdad es que todo está grabado, todo tiene imagen. O sea muchos medios sí nos tiran mala onda pero nosotros sabemos que tenemos la verdad en las manos y pues nos hacen publicidad. Es la más vendida de México y supera a los periódicos.

También algo de lo más gratificante para mí es cuando, por ejemplo, estoy en un hospital, con algún familiar o que tenemos que trabajar para ir a ver lo de alguna nota, es ver a la gente leyendo *TV nOTAS*. Dices wow, o sea está persona tiene una pena muy grande ahorita y por lo menos mi trabajo hace que se distraiga un poco y que olvide un poquito su dolor o en el metro. Es muy padre cuando ves a alguien en el metro leyendo *TV nOTAS*.

***¿Qué es *TV nOTAS*?** Para mí *TV nOTAS* es la mejor revista de espectáculos en México y en EU. Es mi casa porque aquí desayuno, aquí como y aquí ceno. Aquí convivo con mis compañeros, nos peleamos a morir, nos odiamos y al otro día nos amamos. Es mi segunda casa.

*** ¿Desde cuándo trabajas en *TV nOTAS*?** Desde hace dos años y medio. Llegué aquí porque estuve en *Radio Fórmula* con Sanik, renuncié, entré a *Record*. Estuve cubriendo la sección *Detrás del Deporte*, o sea la sección de la

contraportada. Bien chistoso, porque a mí me buscaron pidiendo a una persona que supiera de periodismo de espectáculos pero cubriendo deportes. Y yo dije, pero por qué, yo no sé nada de deportes, no tengo una agenda de deportes. Y me dijeron: no te preocupes lo que necesitamos es una persona con el perfil de espectáculos porque tú no vas a ir a preguntar cuántos goles metió fulanito en el partido, vas a ir a preguntar cuántos hijos tiene o cuándo inaugura su restaurante, sería como meterme en la vida privada de los deportistas y eso también fue un reto muy bonito porque sí publiqué cosas muy padres.

Pero yo me di cuenta de que lo mío era espectáculos, aunque estuviera en deportes, yo veía a mis compañeros de la sección de *Circo* en *Record* y quería meter mi cuchara y también hacer notas. Entonces decidí venir a pedir la oportunidad aquí en *TV nOTAS* y me la dieron. Pero también en *Record* pasé cosas muy bonitas, aprendí de deportes y aquí en *TV nOTAS* también se sacan notas de deportistas, entonces aquí tengo la ventaja de campechearle.

***¿Qué significa para ti formar parte de *TV nOTAS*?** Un orgullo, como periodista, como profesional, como una chava que apenas está empezando a picar piedra, a forjar una trayectoria periodística, sobretodo en espectáculos. Para mí, ya estar en *TV nOTAS* es como estar en las grandes ligas. Porque yo sé que saliendo de aquí lo que venga es bueno. Lo que venga lo voy a poder hacer; porque sé que puedo tener jefes estrictos, jefes barco; sé que puedo tomar decisiones; porque sé que voy a poder acceder a un puesto mejor; porque *TV nOTAS* es una gran escuela, sobretodo para el periodismo de espectáculos; porque aquí te enseñan a ser humano, te enseñan a ser canijo, o como se dice perro; aquí aprendes muchas cosas: a ser noble, a cubrir, a criticar, también a criticar el trabajo de los actores y de la farándula.

***¿Qué características consideras que debe tener alguien que forma parte del equipo de *TV nOTAS*?** Ser muy audaz, tener iniciativa de buscar la nota. De no estar sentado a que te den, de: '¡Ay! vete a cubrir este evento'; no, aquí es de: fíjate que tengo este evento y voy a ir; fíjate que se me ocurre ir a Chihuahua a buscar a la mamá de Araceli Arámbula; sabes qué, que se me ocurrió irme a Zacatecas a buscar a la hija de El Temerario. Entonces, proponer, aquí es de proponer y no estar sentado a que te den el trabajo, ni las órdenes.

Aquí también te dan órdenes, porque te mandan a cubrir eventos, pero no nada más quedarte con el evento, sino ir a buscar la otra parte. O sea si yo voy a ir a la debelación de una obra de teatro. *Ok*, fui a la debelación y todo muy bonito, pero yo no puedo traer lo que todos traen, porque a mí mañana tele y radio, y periódicos me queman la información; y yo tengo la desventaja de que es una revista semanal. Entonces sí, tener la foto de la debelación, la entrevista, pero fíjate que me di cuenta que fulanito de tal... que Patricia Reyes Espíndola está más gordita.

"Oiga Paty, cómo está", sacar otro tipo de información que tú sabes que nadie la tiene. En una de esas te puede decir, sí, es que tengo una enfermedad terminal y por eso ya subí 20 kilos, ya tienes la nota.

O sea es proponer, tener iniciativa, estar picando, buscar en Internet y nunca decir que no, que no se puede. Yo prefiero decir: "No se pudo", a decir: "No se puede". Esa es una de mis frases favoritas, decir: "No se pudo". Si dices, es que no se puede, ya estás mal, tienes que intentar. Mati sí se fija en eso, en que tengas pasión, pasión por tu trabajo. Ahorita es domingo y estamos

trabajando, estamos ahorita monitoreando programas y el martes salimos con información lo más fresca posible.

Periodismo de espectáculos en México:

***¿Consideras que el periodismo de espectáculos es importante para la sociedad? ¿Por qué? ¿Si no existiera, cómo crees que afectaría eso?** Es una pregunta muy difícil. Yo creo que ahora sí se detonaría aburrido. Yo creo que debe de haber un equilibrio. Sería maravilloso que no te obliguen a hablar de la vida privada de los famosos. O sea a mí a veces sí me molesta que me digan: pero es que le tienes que sacar que se acostó 10 veces con Joan Sebastián, ¿no?, y yo: pero es que no me lo va a decir. Eso a mí sí me molesta, pero eso le gusta a la gente y eso es lo que vende.

O sea a la gente ahorita no le va a importar, por ejemplo, en el caso de Margareth Lanuza y Joan Sebastian, que es un tema muy contado, muy conocido ahorita, a la gente no le va a importar si Margareth Lanuza es tenor y si tiene premios en Guatemala; la gente lo que quiere saber es si se acostó o no con Joan Sebastian. Pero yo creo que habiendo un equilibrio puedes saber manejar bien la información. Porque yo puedo decir Margareth Lanuza que tiene presentaciones en Guatemala y es muy reconocida en su país tiene un romance con el señor Joan Sebastian y ahí ya estás hablando de su carrera y estás hablando del chisme del momento.

Si prohibieran el periodismo de espectáculos en México yo creo que todo sería muy aburrido. Sería el periodismo de espectáculos de la política en México entonces. Tendríamos entonces que agarrarnos de la política, que también es un espectáculo. Es trascendental porque nosotros vendemos estados de ánimo, simplemente por eso.

*** ¿Se ha devaluado el periodismo de espectáculos con el tiempo?** Sí, yo creo que sí se ha devaluado mucho. Se ha devaluado precisamente en lo que te platicaba hace rato, que yo no veo nada de malo en que se hable de la vida privada de los famosos; pero, también tacando puntos de su trayectoria, de su trabajo artístico. Yo creo que eso es muy importante, tener un equilibrio y yo lo aprendí de Jorge Ortiz de Pinedo.

Jorge Ortiz de Pinedo un día comentó: *Ok, voy a ir manejando y choco, hago un desorden, tiro un poste luz y unos árboles y qué es lo que dice la prensa. ¡Ay! Es que Jorge Ortiz de Pinedo es un alcohólico, es un briago, se estampó y ocasionó desastres. Y por qué no dicen: Jorge Ortiz de Pinedo quien es productor de 10 obras de teatro y trabaja en esto y ta,ta,ta y ta,ta,ta se fue a desestresar con sus cuates y desafortunadamente tuvo un accidente automovilístico, se le pasaron las copas. Qué diferencia, la verdad es que sí, ahí está el equilibrio de la información porque estás hablando de lo que pasó; pero también estás informando que es una persona como todos, que trabaja y que se fue a echar sus alcoholes y que no tiene nada de malo, a poner la nota de: ¡Ay es un alcohólico!, o sea, son como truquitos que a mí me han servido mucho, a mí no me gusta irme por el amarillismo. Y cuando tengo que plasmar algo amarillista trato también de meter aunque sea un poquito de información del artista. Y así no me siento tan mal.*

*** ¿Crees que el periodismo de espectáculos está en crisis? (sobre cómo se maneja el periodismo de espectáculos)** Yo creo que está en crisis por el lado de que ya todos quieren estar en el periodismo de espectáculos. Desde el lado profesional ya todo el mundo cree que es muy fácil cubrir esa fuente, está muy saturado. Hay muchos reporteros, hay muchos medios. Por ese lado sí

hay crisis porque todo mundo cree que es muy fácil y que te la pasas en la pachanga, en la fiesta y que todo es diversión, lo cual es falso. O sea, de verdad, todo mundo piensa que ¡wow!, que vivimos en *Disneylandia* y la verdad es que no es así.

Ahora, los artistas, en el caso específico de *TV nOTAS* yo creo que todo mundo odia, supuestamente, a *TV nOTAS* y “Ay no, es que esa revista, y no sé qué”, pero la verdad es que les encanta salir en *TV nOTAS*, les fascina porque, a nivel impreso, yo creo que tienen toda la difusión y toda la publicidad inimaginable que puede existir.

*** ¿Cuál revista consideras que es la competencia directa de *TV nOTAS*?**
TV nOTAS no tiene competencia. Supuestamente la competencia de *TV nOTAS* es *Tv y novelas* y *Mi Guía*. Pero la verdad es que todos los martes cuando nos sentamos y vemos *Tv y Novelas* y *Mi Guía*, dices: ¡Ay hueva, qué flojera!

En el caso específico de *Tv y Novelas* a mí me da mucho coraje que nosotros estamos vetados en *Televisa*, editorial *Notmusa* está vetada en *Televisa*. Ahora yo te hago una pregunta: ¿Parece que estamos vetados?, nosotros no podemos entrar a ningún evento de *Televisa*, a ninguno. Y una vez nuestra jefa, sentada precisamente en esta sala de juntas, nos dijo: “A los lectores no les interesa si estamos vetados o no, les importa saber de sus artistas favoritos. Así que yo no sé cómo le hacen, pero aquí me traen la nota”. Y a ver cómo le hacemos pero tenemos que cumplir.

*** A los eventos no tienen acceso pero...** Tenemos mañas, siembre va a haber mañas, siempre. Obviamente para nosotros es más difícil porque no tenemos el acceso como antes. Antes era de *TV nOTAS* pasen, ahora ya no, ahora es *TV nOTAS* y nos cierran las puertas.

Ahora, *Tv y Novelas* a mí me da como tristeza que teniendo ahí toda la información, teniendo a los artistas, teniendo todo para hacer una gran revista, no lo hagan, siento que son muy conformistas, siento como que hacen el trabajo al ahí se va.

Desde el hecho del fotoperiodista dices: no inventes, si lo tienes ahí aprovéchalo, hazle un buen estudio, sácale una buena entrevista, aunque sea de semblanza. En una entrevista de semblanza puedes sacarle hasta lo que no al artista, de verdad puedes sacarle declaraciones muy importantes y muy fuertes, el chiste es saber llevar al artista. Entonces, no aprovechan eso, porque lo tienen todo; y esa es la diferencia con nosotros, que ahora que no lo tenemos trabajamos tres veces más.

Y nuestra jefa nos dijo: “Al lector no le importa si estamos vetados o no, el lector quiere ver a sus artistas favoritos, a ver cómo le hacen”, y fue un regaño, no fue una sugerencia.

*** ¿Por qué se dio el veto?** El detonante fue porque el periódico *El Centro*, que ya no existe, publicó una nota de Víctor Hugo O´Farril y de varios ejecutivos de *Televisa*, una nota muy fuerte, que todo mundo sabemos, que en *Televisa* se ejerce la prostitución y la drogadicción y que hay favoritismo. Todo el mundo lo sabe, pero como el periódico lo sacó y obviamente la empresa vetó a *Editorial Notmusa*. Y ya tenemos más de un año vetados, y no parece, pero le sufrimos y le sudamos la gota gorda para eso.

*** ¿El trabajo del periodista de espectáculos se ha desvirtuado, antes lo importante era investigar y ahora lo trascendental es ganar la noticia para venderla? ¿Es una pelea por tener la nota?** En el caso de *TV nOTAS* no, en

el caso de *TV nOTAS* lo trascendental sigue siendo la investigación. Desde el simple hecho de averiguar la dirección de un famoso por lo que tú quieras, para un paparazzi, para lo que quieras, ya es investigar. Y horarios, también trayectorias, porque también si tú te das cuenta en la revista ponemos recuadritos con trayectorias de los artistas, con recuentos, o sea yo creo que es nuestra ventaja diferencial, que ponemos recuadros. Algo que a mí me gusta de aquí es que, por ejemplo, un artista te diga, es que tengo hipertiroidismo, qué es el hipertiroidismo y se lo explicas, eso es algo que a mí me gusta mucho. O sea no nos vamos nada más al ahí se va, también tenemos un trabajo de investigación; y tenemos psicólogos, y consultamos astrólogos, lo que tú quieras. Siempre vamos a irnos más allá de la información, siempre vamos a buscar un plus para los lectores.

***¿El periodismo de espectáculos es un periodismo especializado?** Pues es que ahora cualquiera lo hace, pero yo creo que sí te tienes que preparar porque para eso uno va a la escuela y estudia, y es un empezar de cero. Aquí un periodista de espectáculos te puedo decir que empieza desde monitoreo, a monitorear todos los programas de radio, de tele, leerse todos los periódicos y dar un reporte de lo que está pasando en la farándula, bueno y malo, chismes, no chismes, eventos, lo que sea. Creo que sí te debes de preparar y empezar desde cero porque ahorita cualquiera ya se siente periodista de espectáculos y no.

***¿En el ambiente de los espectáculos se hace uso de la superficialidad, o siempre hay investigación?** Te voy a ser bien sincera. Para mí, Pati Cuevas, no. Para la revista sí porque es lo que vende. A mí si me gusta hablarles y preguntarles, oye te vi, qué onda, porque si me puede decir que es su novio ya tienes la nota, pero si te dice es que es mi amigo, ¡ah! a poco besas a tus amigos, no. Y así lo pongo, yo cumplo con preguntarles.

En una nota de Mariana Ochoa, si te das cuenta en la foto se ve panzoncita. Le di el derecho de la duda, dije, bueno a lo mejor está inflamada, tuvo un día difícil, a ver más adelante. Supuestamente de que está embarazada, está embarazada y una fuente confiable nos lo dijo, ella lo negó, nosotros lo pusimos el tiempo lo dirá. Alberto Vázquez se enojó conmigo, no me habla, o sea y resultó que sí estaba embarazada la mujer y ya tuvo al hijo.

*** ¿Qué pasaría si el periodismo de espectáculos regresara a lo de antes, a hablar únicamente del trabajo de los artistas y dejar de lado los escándalos y aspectos de su vida privada?** Sí resultaría aburrido, sería lo ideal, y la verdad a mí me encantaría. De hecho yo tengo un proyecto de un programa de radio en el que yo quisiera enfocarme más en el trabajo de los artistas, de hablar de su trayectoria, como te digo ese equilibrio y el chismecito y todo, pero también ir a cubrir eventos y todo eso a mí me gusta mucho. Pero sí resulta aburrido para la sociedad, la verdad.

*** ¿Si *TV nOTAS* cambia se va para abajo?** ¡Ah!, claro, imagínate. Yo creo que *TV nOTAS* nunca va a cambiar, al contrario, va a tratar de ser más propositivo y de seguir siendo duro en sus críticas.

Pero, *En exclusiva* el rating estaba pésimo porque hablaban de cosas súper *lights* y ¡Ay! todo muy bonito. Pero a la gente no le gustó y tuvieron que meter a Pepillo Origel para meter el chismecito, el picante a los espectáculos.

*** Oye, pero, por ejemplo, en *La Oreja* todo era súper montado...** También aburre, también no caer en la exageración porque la gente se da cuenta y dices: ¡Qué horror!

* **¿Es necesario que mejore el periodismo de espectáculos?, ¿Se puede hacer algo para mejorarlo? ¿Qué?** Sí se puede mejorar. Es lo que yo te digo, y sí soy muy repetitiva en esta respuesta porque siento que sí debe de haber un equilibrio en la información. Sí hablar mal, pero también hablar bien, porque todos somos humanos. Y no nada más te agarres a un artista para estarle tirando. También habla de su trabajo, también habla de sus triunfos, de sus logros y si no también habla de eso, pero sí, también hablar del trabajo de las personas.

* **¿Cómo se podría limpiar la imagen negativa que se tiene del periodismo de espectáculos?** Pues igual, hablando de la trayectoria.

Sobre TV nOTAS:

* **¿Cuál es la función social del periodismo que se hace en TV nOTAS?** ¡Ay!, vender un estado de ánimo, que a la gente le llame la atención, que se ría, que lllore, que reflexione. También puedes reflexionar mucho en las notas que haces.

A mí me gusta mucho tener empatía con los artistas. Un secreto que yo tengo y que gracias a Dios me ha funcionado y que aparte yo soy así, muy sensible, muy humano, muy noble, es ponerme los zapatos de la otra persona, porque entras en una empatía, la comunicación es más subida, compartes experiencia de vida y tu entrevista sale mejor.

* **¿Tienes amigos artistas?** Muy pocos, yo considero que no es bueno tener amigos artistas. Tengo compañeros que sí los tienen y ¡wow!, se van al antro, yo no.

* **¿Sería como condicionarte un poco?** Sí. Y me ha pasado, me ha pasado que sólo porque les ofreces un poco tu amistad ya se sienten con el derecho de querer cuartar tu trabajo, y no.

También me ha pasado que hay veces que me confiesan cosas terribles, que digo ¡wow! esta es la nota y que a los cinco minutos me hablan y me dicen oye por favor no vayas a publicar eso que te dije. Me he quedado con información muy, muy buena, porque me hablan hasta llorando. Y digo: ¡Ash!, tengo compañeros que sí lo hacen y eso tampoco se me hace lindo, pero yo no. Y yo creo que he ganado más siendo honesta y tratando de ser respetuosa, sobretodo. Porque yo sé que si yo respeto algo que me pidan voy a ganar más adelante, te ganas la confianza.

* **¿A qué público se dirige TV nOTAS? (nivel socioeconómico, edad, género)** Amas de casa, pero las amas de casa siempre la van a llevar a casa y la van a leer el esposo, el hijo. Mi mamá la compraba o mi papá y en la casa era de entre mis hermanos y yo estárnosla peleando y, ay me toca, y dónde está la revista, dónde esta TV nOTAS. Yo creo que es para toda la familia, pero específicamente para las amas de casa. Y las amas de casa se encargan de moverla.

* **¿Un *standard* de edad?** Yo creo que desde los 20, si no es que menos. Yo he visto niños leyendo TV nOTAS, pero yo creo que de los 20 años en adelante. Es que esto te lo podría responder me jefa, pero yo percibo que es género femenino.

* **Por ejemplo, cuando viene el *Portafolio* vienen fotos tanto hombres como mujeres...** Pues porque al esposo también el gusta. Yo creo que es familiar. Yo creo que los dos pero a fin de cuentas quien la compra es la mamá, el ama de casa y ya el hombre ahí se echa su taco de ojo.

***¿Cómo lograron el gran impacto que tienen en la sociedad al grado de ser una de las principales o más reconocidas revistas de espectáculos en el país?** Con trabajo, con mucho trabajo, tratar de no ser mediocres ni conformistas y no hacer las cosas al ahí se va, así de que cubrí tal no y ay sí, ay ya. No, aquí hay una calidad desde el reportero, fotógrafo, el editor, la directora, el jefe de la empresa, o sea las notas pasan por el jefe, no porque sea el jefe, el que sostiene todo esto, el también trabaja. Por sus manos pasan las notas y así nos vayamos de aquí a las dos, tres de la mañana, si él no autoriza una nota, no te vas hasta que la autorice o Matilde, o los editores, dependiendo. Aquí es trabajo, trabajo, trabajo, trabajo, eso es todo.

*** ¿Qué es para ti la ética periodística?** Ay para mí la ética periodística es el respeto. Es lo que te estaba diciendo, es no atreverme a publicar o a mencionar, o a cantar una nota, cantar es decirle a mi jefa: Oye Mati fíjate que me enteré de que Alberto Vázquez va a ser papá. Mi jefa no va a decir ay sí, ya, ya, vamos a poner que ya va a ser papá. No, yo ya tuve que haber investigado antes. Decirle fíjate Mati que averigüe esto en Internet, me metí a la página de su novia y ella pone mensajitos. Ya tener una investigación para poder cantar tu nota y que tu jefa te dé todo el libre albedrío para seguirla o decirte sabes qué, que eso no me interesa. O si te dice ¿Sabes qué?, que esto está buenísimo, búscalo, háblale a la hija, háblale a la mamá, pregúntales, búscate fotos, vete a España o vete a Torreón y trata de ver si está o no embarazada la mujer.

Esa es la ética, tener las bases y siempre, siempre la pruebas en la mano, aunque digan que mentimos, no mentimos, siempre vamos a tener pruebas: una grabación, documentos, fotografías, lo que tú quieras, testimonios. Para publicar una nota tenemos que tener las pruebas en la mano porque si no, no la puedes publicar, no te puedes atrever a publicar algo que no. Aunque nos desmientan y se cansen de desmentirnos, pero bueno.

*** ¿Existe un código de ética en TV NOTAS, Notmusa o bajo qué reglas éticas se rigen?**No. Pero pues el código de ética lo debes de tener tú, ¿no?

*** ¿Lo sientes más personal?** Sí, claro.

***Si existe, ¿Cuáles son los aspectos más importantes de este código?** Es tu código personal, es tu código de valores. O sea es que así es, son las decisiones que tú tomes.

*** ¿Cómo aplican la ética en la selección y redacción de la información?** Como te digo, investigando. Mi ética es tener la convicción de que estoy diciéndole la verdad a mi jefa, que en este caso es Matilde Obregón. Y decirle, sabes qué Mati yo estoy segura que, por ejemplo, acabo de tener un problema. Hubo una nota que salió de la hija del Temerario que vive en Fresnillo. La mujer me habló para insultarme, yo le pedí una entrevista. Primero fui a Fresnillo y entrevisté al abuelo, el abuelo me dijo todo lo que viste publicado, regresé a los 15 días y busqué a la mujer, porque Mati me dijo, no, pues búscala, y me dijo: sí, sí te voy a dar entrevista, me hizo cambiar un vuelo y a la mera hora me mandó a una abogada a decirme: sabes qué, Adriana no se va a presentar porque fíjate que le ofrecen 150 mil pesos, que si quieres negociar para darte la entrevista. Yo me molesté mucho porque me hizo cambiar un vuelo de avión, o sea esas son pérdidas para la empresa y son regañones para mí. Yo ya lo tenía seguro, así de sí, sí, ya me va a dar la entrevista. Me cambió toda la jugada y dije *ok*. Obviamente le dije a esta fulana sabes qué, dile que no se le va a apagar ni un quinto y que muchas gracias, que no me interesa. Fui,

busqué su dirección porque estaba escondida, averigüé dónde vivía, no moví el dedo del renglón y fui a *paparatzgearla*. Yo quería hacer bien las cosas, bien me refiero a una entrevista, a su versión, a todo. Yo me tuve que venir con la información que me dieron los vecinos, con la información que me dio el abuelo y con lo que yo vi, con las fotos que tomé con mi fotógrafo. Bueno, me habló para decirme..., me insultó, me mentó la madre, me dijo que me iba a demandar, me amenazó, que no sabía con quién me metía, bueno, y sabes qué, a final de cuentas no me preocupó. Nunca me había pasado algo así, porque sí sentí feo, pero ya después, pensando no tengo de qué preocuparme porque yo no inventé nada, porque están las imágenes y porque el abuelo, o sea el papá de ella me dio la entrevista antes. Yo me tengo que quedar con el material que tenga. Entonces son experiencias que dice ¡ay!, pero ella me puso a la abogada a insultarme horriblemente, y la tengo grabada, porque yo todo grabo, porque me amenazó.

* **¿Nunca has tenido miedo de que se te ataque de alguna manera?** No, esta ocasión sí. Ya después me reí porque dije, bueno, por qué me voy a preocupar si yo no estoy mintiendo, si yo tengo todas las pruebas. Por que me decía: “¡Es que!, ¡Mi papá no te dijo eso!” , claro que me lo dijo y lo tengo grabado. “Es que eres una mentirosa y una puerca, y tu jefa es una puerca y chingas a tu madre”, así, horrible, y mi mamá escuchando porque me habló al Nextel. Mi mamá sí se preocupó, pero yo me preocupé más por mi mamá que por mí, porque nunca me había pasado algo así. Entonces a final de cuentas dije: Bueno, y por qué me voy a estar preocupando por una loca que primero quiere vender la entrevista en 150 mil pesos y después me sale con que ya no quería hablar. Esta vieja lo que quiere es dinero, quiere sacar provecho de su situación y es válido, pero no con nosotros porque jugó sucio.

* **Algunas personas podrían considerar que presentar en cada publicación que en TV NOTAS pagan más por fotografías o videos no es ético, ¿qué piensas al respecto?** Si vale la pena por supuesto que se te paga.

* **¿Eso es ético?** Híjole, no sé. ¡Ay!, ¿eso es ético?, ¿el que tú pagues por la información?

* **De alguna forma me acabas de decir que son una publicación que investiga...** Sí es ético siempre y cuando investigues si es verídico o no verídico el material.

* **O sea, ¿ustedes reciben un material e investigan?** ¡Claro!, tenemos que investigar si hay fotomontaje en las fotos, si no, tenemos que hablarle al artista y preguntarle, si no te contesta el artista, ni modo lo sueltas, pero estás cumpliendo con avisarle al artista. Oye sabes qué me llegó este material, andas o no andas; estabas tomado o no estabas tomado; o “x”.

Tú lo viste con lo de Cinthia Klitbo y la niña Mercedes Molto, las agarraron bien borrachas, se les habló para preguntarles y las dos lo negaron, las imágenes no mienten.

* **¿Y cuando las imágenes no son tan claras, por ejemplo, de Belinda, se ve un tanto borroso, como si fuera con celular?** Ahí ya no sé, eso ya depende de los editores, ahí sí yo no sé. Pero sí se investiga, aparte eres un medio de comunicación, o sea, está en juego la credibilidad del medio. Yo creo que todo lo que se publica, de verdad te lo digo, esté borroso o no esté borroso, como tú quieras, tiene bases sólidas para atreverte a sacarlo. Nunca se sacan las cosas al ahí se va, nunca, nunca, nunca.

* **¿Cuál es el límite entre lo público y lo privado para TV nOTAS?** No, no hay límite, hasta donde el artista se deje y hasta donde tú logres.

* **¿Cómo detectas que algo no es factible que TV nOTAS lo publique?** Depende del artista, porque hay artistas que venden y artistas que no venden. Un artista que no vende si te tiene un escándalo por supuesto que lo metes ¿no?, como Beto el Boticario que anduvo con Adriana Lavat y con la mamá, ¿no?, esa fue una nota, una bomba, tú qué te ibas a imaginar que Beto el Boticario tenía eso ¿no?; uno a veces como reportero o como periodista ya amañado dice: ¡Ay no ese güey ya no me da nota!, ¡Ay no Pituca la India María, no qué flojera!, pero aguas, porque la India María, o los artistas, o la gente que ya está olvidada te puede dar la sorpresa y eso es lo que nosotros hacemos aquí. Si tú te das cuenta hay actores olvidados que te dan excelentes notas y que rescatamos, que hasta nosotros llegamos a rescatar.

* **¿Como Merle Uribe?** Pues tiene sus consentidos la jefa también.

Aquí cada reportero tiene sus facturas, ¿facturas qué es?, su bonche de artistas, si te das cuenta todo lo que hace con Wanda (Seux) es el mismo reportero, todo lo que hace con Merle es el mismo reportero. Yo como reportera, por ejemplo, mis facturas son Charly, las hermanas Lanuza, Joan Sebastian; y otro reportero no puede meterse en tus facturas porque tú a ese artista le llevas ya un seguimiento. De repente a mí se me resbala, se me va la onda y otra reportera se entera de que a Joan Sebastian lo están operando, dices: bueno. Se me fue, soy una güey, soy una tonta, pero aquí cada reportero tiene a sus facturas, bueno, es un decir.

* **¿También está la competencia dentro de la empresa?** Uff.

* **¿Cómo defines sensacionalismo, chisme y del morbo? ¿TV nOTAS hace uso de estos aspectos?** El sensacionalismo es hacer una nota "X" un súper notón, es hacerlo muy grande, muy escandaloso. Sensacionalismo, ejemplo, Beto el Boticario con la Lavat y la mujer, a lo mejor y Beto el Boticario no andaba con la Lavat, a lo mejor se dieron un beso y nosotros pusimos: ¿Qué, qué? Que Beto el Boticario tenía romances con la mamá y la hija, eso es sensacionalismo.

Chisme es dejarte guiar por lo de las famosas fuentes. Una fuente me dijo... ¿no? y ponerlo. Pero pues tú ya lo tienes grabado y...

* **¿En determinado momento demuestras quién fue la fuente?**... Exactamente. Chisme es dejarte guiar por lo que te dicen los demás, por creerle a los demás y tal vez no investigar, aunque aquí sí se investiga.

* **Entonces ¿TV nOTAS no publica chismes?, por ejemplo, te llega el chisme, investigan y lo publican, pero entonces dejaría de ser chisme, ¿no?** Dejaría de ser chisme. El chisme lo manejan en radio, en radio manejan mucho chisme. Nosotros hemos llegado a desmentir muchos chismes que dicen en programas de tele y de radio porque nosotros nos ponemos a investigar si es cierto o no.

Un rumor...

* **¿De ahí el se dice que...?** Ajá, ¡Ay! me platicó mi comadrita ta, ta, ta que... y también aquí lo hemos manejado, una fuente, pero a veces esas fuentes, eso es algo que tú no sabes, a veces esas fuentes cercanas son los propios artistas o son los propios familiares de los famosos.

A mí ya me pasó, a mí el propio esposo de una actriz me dijo: Nos estamos reconciliando, estamos yendo a terapia, pero por favor no quiero que se entere

fulanita, tuve que protegerlo y ponerle una fuente. Todo es verídico, pero tienes que proteger también a quien te da la información.

El morbo es como meterte más, como desmenuzar la información, como que ser más detallista. Un ejemplo que yo te puedo dar es la entrevista que le hice a Jorge Peralta cuando salió de la cárcel, al ex de Sabine. ¿A qué olía?, ¿Qué te hicieron?, ¿Te violaron?, ¿No te violaron?, ¿Qué comías?

* **Y ahí quién tenía la verdad ¿eh?, Sherlyn?** Nunca supe, Sherlyn me decía una cosa Jorge me decía otra.

* **Pero ¿Cómo los percibiste?** Los dos tienen muy mala fama, Sherlyn tiene muy mala fama, y él también, entonces no hay ni a quién creerle.

* **¿Cómo preparan cada publicación?** Ah! Es largo, ¿Te lo explico?, **Sí...** La revista es semanal, sale los martes. Tú trabajas de lunes a viernes o de lunes a domingo. Si trabajas de lunes a domingo descansas los lunes. Pero generalmente el lunes es de flojera, entre comillas, porque ya muchos empezamos a trabajar, a proponer y todo. El martes es llegar hacer una junta, el jefe de información en turno, la jefa, las coordinadoras, los reporteros, los fotógrafos, todos nos reunimos en esta sala de juntas y Matilde va ojeando la revista. Y va diciendo: Cumpleaños Merle Uribe, Paty Cuevas, fotógrafo Alejandro; tal nota, ta, ta, ta y ta, ta, ta, Mati te dice si está buena, si está mala, ¡Ay no! esta nota está de hueva; ¡Ay! ¿Quién fue el fotógrafo? y lo caga; ¡Ay! ¡Felicidades fotógrafo!; aquí son cagadizas y aplausos los martes.

Bono, si publicaste portada te dan tu bono, que tus mil, que tus dos mil, que tus tres mil, que tus cinco mil, que tus 10 mil pesos, depende del humor de la jefa y de la nota que hayas publicado. Y ya, el martes es empezar de cero, el martes si yo publiqué tres notas de portada a Matilde no le importa, tú el martes empiezas de cero y el jueves hay otra junta que se llama confesionario.

El famoso confesionario, todos los jueves nos tenemos que formar aquí y entrar uno por uno y decir: yo tengo esta nota, tengo esto, estoy investigando esto, fíjate que tengo planeado irme aquí, me dejas irme de viaje a tal lado, y ella decide, sí, no, no, sí, ¡Ah! mejor búscale por aquí, ¡Ay, muy bien!, felicidades.

Si traes tu nota de portada el viernes ya no vienes a trabajar, hasta el lunes. Pero si no, te dice: aquí nos vemos mañana y el viernes otra vez, a ver qué traes. Lo que tú piensas que es nota de portada a lo mejor tu jefa te dice: ay no que hueva, no, no, no, búscale por otro lado. Y hay semanas malas.

* **¿Y te ha pasado que traigas algo que tú no creías que fuera como para portada?** ¡Ah!, también me ha pasado, hay semanas muy buenas, hay semanas muy malas, pero aquí es que te vean que tienes las ganas.

* **¿Cuántos reporteros son?** Creo que 14 y como 10 fotógrafos.

Entonces tú ya empiezas desde el martes a hacer tus entrevistas telefónicas, haces tus citas, vas a los eventos, y vas generando tu información para el jueves decir fui a tal evento y me encontré a fulanito, perenganito y me dijo esto, esto y esto, ta, ta, ta... y tengo planeado, este fin de semana esto, ¡Ah!, *ok*, muy bien.

Y empiezan a armar tus notas. Haces tus transcripciones, las pasas a corrección; corrección las pasa a edición, en edición se hacen bolas, entregan los láser, los borradores de cómo quedan las notas. Mati acepta o no acepta, a lo mejor para Mati lo que te dijo en el confesionario de es muy buena nota, a lo mejor la guarda y jamás la publica, o la publica un mes después, o sea, son criterios muy variados y muy inteligentes, ella sabe por que lo hace, ¿no?

Hay un área de archivo en la cual tú pides tus fotos. Pon tú si yo tengo una entrevista con William Levy, no lo pude ir a ver y fue por teléfono, yo le pido a archivo, oye necesito una foto de William Levy, carita de su hijo y una foto de William con su esposa y archivo te la da. O sabes qué, fíjate que anoche hubo un evento con William Levy, necesito esas fotos, fue Alejandro Inzunza conmigo, te las dan y tú ya las pones. Tú entregas tu texto y tus fotos, tienes que entregarlos con un cintillo, una cabeza y una subcabeza. El cintillo es lo que va en la parte de hasta arriba, la cabeza lo fuerte y la subcabeza lo que va abajo. A veces te lo respetan, a veces los editores te cambian todo. Te cambian las cabezas y las vuelven amarillistas, fuertes o muy *light*. A lo mejor lo que tú pusiste súper amarillista, ellos le bajan el tono, todo eso depende de edición. A lo mejor lo que yo pensé que era la nota para Matilde o los de edición dicen: ¡Ay no!, la nota es esto.

* **¿Nunca has tenido problema en que ellos hayan cambiado o que hayan entendido otra cosa?** Sí se da, pero ya también depende de que tú exijas que no se ponga. Pero te dicen, no es que Matilde así lo quiere, ni modo. Pero a veces sí tú puedes decir: oye pero es que aquí yo no puse esto, yo no quiero y ya como que tratan de cambiarlo. Tú tienes que firmar tu nota, cuando ya está aceptada por Matilde, por todos, tú la tienes que firmar, leerla, volverla a corregir porque si de te va un error de dedo o algo también, los de corrección no son todo poderosos ¿no? se les van cosas, y tienes que corregir y pues volvérselas a dar.

Tienes que firmar tu nota y al firmar prácticamente también tu jefa se lava las manos.

* **Y si llegaras a tener algún problema, por ejemplo, esta chava que te amenazó con su abogada y todo, ¿Tienes todo el apoyo de la empresa?** Claro, aquí la empresa tiene un *buffet* de abogados y todo eso.

* **Supongo que sí han de ser muchos los que quieren demandarlos ¿No?** Hay unos reporteros que sí, otros que no, yo no. Yo gracias a Dios, no. Yo creo que apenas va a ser mi primer demanda esta pero yo creo que no porque ya no trascendió, o a lo mejor me llaga la sorpresa ¿no?, no me preocupa porque no estoy mintiendo; y ella asegura que estoy mintiendo.

* **¿Y no viste si sacó algo en otra publicación?** Me dijo que lo iba a desmentir en otra revista, me imagino que en *TV y Novelas*, pero en *TV y Novelas* no salió nada el lunes, entonces no sé si vaya a salir mañana.

* **¿Cuáles son los cambios más sobresalientes en *TV NOTAS* desde que apareció?** ¡Uy! Ha habido muchos cambios internos, se ha ido mucha gente. Gente muy talentosa, se fue una jefa de información muy buena. Pero es que a veces la presión es mucha, mucha competencia. Ya a nivel interno hay mucha presión, mucha competencia, muchos chisme, mucha mala vibra, como en todo; y a veces la gente como que se cansa.

Y también en el precio, la revista subió dos pesos, entonces nos exigen más. La jefa nos dice: "Pues el ama de casa va a decidir si compra un kilo de huevo o compra la revista, ¿no?, entonces tienen que hacer lo mejor".

* **¿A la revista la sostiene la compra del público?** Claro.

* **El crítico de televisión Álvaro Cueva plantea que lo que se dice que se vende en realidad no vende tanto. Y en realidad se sostienen con lo que es publicidad.** Pues las dos, pero tú lo has dicho, tú ves a la gente leyendo *TV NOTAS* y no *TV y Novelas*. Yo creo que también para que un negocio funcione debe de tener publicidad. Así como el programa de Álvaro, Álvaro

tiene un programa de tele si no me equivoco, y pues también debe tener publicidad, si no su programa no existiría, si no, de dónde le pagan.

No pues, es que te digo somos odiados, amados, cada quien es libre de opinar lo que quiera, lo que sienta, lo que percibe, ¿no?, yo te puedo decir que *TV nOTAS* es al continuación de *Notitas Musicales*, por ejemplo, entonces imagínate, ha crecido.

Y también nosotros hablamos del trabajo de los artistas, si tú te das cuenta hemos cubierto *Back Stage*, hemos cubierto obras de teatro, hemos hecho notas muy bonitas, unas notas de color muy padres, hemos cubierto conciertos, palenques, hacemos locaciones de telenovelas, o sea, hacen críticas de las telenovelas, de ciertos programas, o sea, es muy completa la revista, muy completa. Creo que si la revista fuera un programa de tele sería otro trancazo.

* **¿Nunca han pensado en ampliarse?** No, a mí me gustaría que tuviéramos nuestro programa de radio, porque luego hay muchas notas muy buenas que se quedan guardadas y sería bueno sacarlas, comentarlas, platicarlas. A mí sí me gustaría que hubiera un programa de radio *TV nOTAS*, ojalá.

* **¿Sabes cuál es la el número más vendido de TV nOTAS, qué contenía, y a qué crees que se debió el éxito de éste?** No, pero si quieres te lo puedo averiguar. Yo creo que fue Niurka, vende muy bien.

* **¿Cuál es la competencia directa de TV nOTAS? ¿Crees que la tenga?** No, supuesta y aparentemente te digo que es *TV y Novelas* y a veces *Mi Guía*, ¿no?, pero, pues sí, también hay que darle su crédito, luego sacan notas buenas que a nosotros se nos van. Pero de una nota que a nosotros se nos va a ellos se les va toda la revista, o sea, y la jefa luego nos dice: "Retomen esa nota". Pero cuando lo retomamos lo hacemos mil veces mejor.

* **¿Cuál es la diferencia entre TV nOTAS y las otras publicaciones de espectáculos?** Si llegamos a retomar una nota de *TV y Novelas* o de otra revista o de otro medio es porque *TV nOTAS* lo va a hacer mil veces mejor.

* **¿Alguna vez han tenido que recurrir a alguna fuente de espectáculos?** Diario...

* **Hacer referencia a otro medio...** Hemos pasado entrevistas, por ejemplo, yo hice la transcripción de una entrevista de José José que pasó en *El Gordo y la Flaca*, y sí se le pone el crédito. Sí hemos retomado entrevistas de otros programas, sí, pero no siempre, rara la vez.

* **¿Un programa que tú digas mis respetos en cuanto a los espectáculos que hacen?** Ventaneando.

* **¿Es lo más rescatable?** Lo más rescatable y a veces Gustavo Adolfo Infante y Maxine Woodside. Aquí diario se escuchan los programas, se ve la tele, todo.

* **¿Qué opinas de las críticas que establecen que revistas como TV nOTAS desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos?** Que no estoy de acuerdo. Es que no has desvirtuado, o sea es la información, y es la información que sale en todos los medios, nada más que *TV nOTAS* siempre lo va a hacer mejorado, tal vez por eso causa tanto morbo y tanto coraje en mucha gente. Y los mismos medios, tus propios colegas tratan de desprestigiarte porque no soportan que un medio sea capaz de superarlos. Es la misma competencia la que desvirtúa, trata de desvirtuar tu trabajo. Porque siempre te están desmintiendo. ¡Ah!, te desmienten pero hablan de tu nota, o sea, cómo.

O sea, Gustavo Adolfo Infante no hay un día que no hable mal de la revista, pero, los martes, te puedo asegurar que se chuta toda la revista y toda la semana habla de las notas de la revista aunque se pase desmintiéndolas. Pero siempre las toma en cuenta. Mejor que se ponga a buscar su propia información, ¿no?

- **Gracias Patricia.**

Entrevista a un corrector de *TV nOTAS* (anónimo)

El miércoles 4 de noviembre de 2009 tuve la oportunidad de entrevistar a un corrector de las publicaciones de *TV nOTAS*, el cual al acceder a contestar mis preguntas estableció: “Lo que yo quisiera es que mantuviéramos el anonimato”.

Personales:

***¿Dónde estudiaste periodismo?** No, estudié la carrera de filosofía en la UNAM.

***¿Cómo defines al periodismo de espectáculos?** Yo creo que cumple una función social muy importante que presenta información, que en el caso particular me consta, yo lo sé, fidedigna porque todo está grabado. Lo que se publica, todo está grabado, todo lo dijo el artista. No se inventan cosas, si lo que dijo el artista es mentira eso ya no es nuestra culpa, ¿si me explico?, en ese sentido es fidedigna y así lo defendemos nosotros en la revista. Si está publicado es porque así fue dicho, no le agregamos ni le inventamos nada. En ese sentido, por lo menos de este medio, de los otros medios yo cuestionaría muchas notas, que realmente tengan sustento y respaldo. Pero en el caso de nosotros se tiene una política que sé que se aplica. Y en caso de algún error o alguna equivocación de nuestra parte inmediatamente se reconoce el error y se da derecho de réplica, eso es importante.

Y estoy seguro de que cumple una función social simplemente porque contiene información de distintos ámbitos que son de interés público. En el caso particular de la sociedad mexicana, que yo creo que es extensivo a otras sociedades latinoamericanas principalmente, pero en este caso nos compete México, creo que la gente está ávida de, por toda la problemática social y política que se vive, de tener un momento de distracción y entretenimiento; y creo que cumple esa función.

De hecho hay una expresión en la editorial que habla de infoentretenimiento, es información que entretiene y desde el punto de vista de lo que te comentaba de que es información fidedigna, pues ahí está. Muchos la llaman amarillista escandalosa y puede serlo por la naturaleza de la información, pero eso no la hace ni mentira ni falsa ni nada. Simplemente es información que existe, que es real, y hay un medio, en este caso *TV nOTAS*, que la recoge y que a eso se dedica ¿no?, a recoger declaraciones de artistas.

Si es amarillista y si es escandalosa es porque así son los artistas. Porque esa información se genera por ellos, porque ellos hicieron, porque ellos dejaron de hacer, porque ellos dijeron, porque a ellos los descubrieron, porque el paparazzi los tomó en infidelidades o no infidelidades, ahí está, es real, eso sucede. Nosotros estamos pendientes de capturarles toda esa información.

*** ¿Cómo surgió tu interés por el periodismo de espectáculos, cómo llegas a él?** Circunstancialmente, hace muchos años decía que yo jamás trabajaría en un medio así porque no despertaba mi interés, no estaba dentro de mi panorama. Sin embargo, las circunstancias me llevan ahí y ahora que conozco el proceso de la naturaleza del medio simplemente no me arrepiento en lo absoluto. Me parece muy interesante, es otro mundo separado de los que yo conocía, todos muy interesantes también y, pues, bueno, es una actividad más, es un trabajo más.

El medio está plenamente consolidado ya cumplimos 15 años, digo cumplimos porque yo me siento parte de la revista. Yo no llevo tanto tiempo

ahí, llevo cinco años, pero he vivido muchas situaciones del medio. He ocupado diferentes puestos en la revista, por circunstancias se han dado cambios internos y yo he permanecido ahí, siempre con la camiseta puesta y muchas veces siendo crítico de la misma dinámica laboral que siento que en muchos casos se pueden corregir, se puede mejorar y optimizar.

Sin embargo, eso no depende de mí, desafortunadamente; depende de otras decisiones y yo me limito a cumplir con mi trabajo lo mejor que puedo, a tratar de llevar las mejores relaciones con mis compañeros y, aunque es un ambiente muy especial, se establece una dinámica y uno trata de que fluya lo mejor posible.

***¿En qué otros puestos has estado?** Fui coeditor de la revista y actualmente estoy en la corrección.

***¿Qué es lo apasionante y fascinante de tu profesión?** Bueno, en este caso, tener contacto de primera mano con la información que se maneja, eso es apasionante para mí, el tipo de información. La información de espectáculos es muy rica, es muy interesante, no es común, no es información que esté al alcance de la mano antes de estar publicada, digo, como mucha otra. Sin embargo, uno puede ir viendo semana con semana cómo reacciona quien generó la información, cómo puede rectificar o hacer caso omiso de lo que sucedió. Entonces puede cambiar, de un instante a otro, el aceptar o no que se generó esa información.

A mí se me hace padrísimo ver cómo en una nota, vamos a suponer que queda en evidencia algo, pero entonces a siguiente número se da un derecho de réplica, entonces ves si lo que dijo o declaro fulano, o salió, es verdad o no, según lo dice el artista. A veces lo desmiente, a veces lo acepta, pero luego viene la siguiente semana y entonces si hay dos involucrados, o tres, o cuatro, se recogen las opiniones de todos y luego hay contradicciones y uno se opone al otro, uno dice que sí el otro dice que no. Todo eso es muy interesante porque la publicación es semanal y así se va, o sea rapidísimo, y no te hablo de un diario, es semanalmente y también se me hace que se va así, rapidísimo, ¿no?

Eso es apasionante ver cómo de una semana a otra una versión puede tener ramificaciones o puede simplemente ser ignorada, o puede ser rectificada, o corregida, o aumentada, etcétera. Eso sería lo apasionante de la información de espectáculos.

***¿Antes de TV NOTAS habías estado en otro medio?** Bueno, había estado en un medio de comunicación pero no de espectáculos. Estaba como editor de la revista *Asamblea*, que es el órgano oficial de información de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, ahí estuve cuatro años. Pero es un medio que no maneja información del espectáculo, maneja otro tipo de información pero, como medio, en ese otro.

***¿Qué significa para ti formar parte de TV NOTAS?** Particularmente me siento orgulloso de formar parte del equipo que hace la revista más vendida de México. Es para enorgullecer a quien sea. Aunque muchos de mis compañeros no lo entiendan ni lo asuman así, yo sí. Yo desde que supe, desde la primera vez que escuché del tiraje y la venta de la revista dije: “pues estoy en un medio importantísimo”, no en balde nuestra directora ha salido, varias veces ya, en los últimos años, dentro de los 300 líderes más influyentes de México. Y digo, es por algo, por el impacto que tiene, obviamente, la revista en la sociedad, que se traduce en el número de lectores, y eso sí me agrada mucho. Me agrada

mucho estar en un medio importante. Yo no tenía antecedentes antes de llegar a la revista de qué tan importante era el medio, te digo fue circunstancial, pero ya estando ahí, dices: ¡Ah caray! Llegué a un trabajo, a un lugar muy importante. Entonces parte de esa historia la he vivido ahí directamente.

*** Antes ponían el tiraje ¿Por qué ya no?** Desconozco la razón pero, no se si siga existiendo el Instituto Verificador de Medios, que es el que, no conozco el procedimiento, pero me imagino que contratas una auditoría sobre las ventas y una vez que el instituto constata cuántos ejemplares se venden te dan la cifra. Pero sé, por referencia que son más de 600 mil a la semana, eso es un hecho. Si cuando se publicaban era 670 mil a la semana, yo te hablo específicamente de México. No tengo el dato ni tenemos acceso a esa información nosotros pero sé que son más de 600 mil a la semana, que es un tiraje muy importante.

*** ¿Qué características consideras que debe tener alguien que forma parte de TV NOTAS?** Va a sonar muy crudo y a lo mejor muy feo que lo diga, pero si yo fuera el responsable de seleccionar el personal habría mucha gente que no estaría ahí, hay mucha gente que no está comprometida. Un perfil ideal es una persona que esté comprometida y que crea en el trabajo que está haciendo y que sea conciente del medio en el que está.

Yo te repito, estar en un medio así, tan importante, debe ser motivo de orgullo, de ponerte la camiseta, de hacer tu trabajo lo mejor posible, de no estar buscando cumplir a secas, sino dar ese plus que muchos, desafortunadamente, no lo dan, no les interesa. Y bueno, digamos que la función que desarrollan es “suficiente” para que todo camine, entonces, pues no se les exige más. Pero simplemente si hubiera esa disposición mayor en todos los puestos las cosas funcionarían mejor y solitas, sin tanta presión atrás y aquí en cambio está la presión constante que es desgastante para todos, pero bueno, ese es el estilo que existe y se trata uno de adaptar.

Pero un perfil ideal es eso, a lo mejor suena trillado y no sólo en la revista, en cualquier ámbito, pues debe haber un compromiso, pero principalmente debes tener puesta la camiseta y dar más de lo que tu propio trabajo te pide. Eso se puede hacer pero tienes que creer en eso. Ese sería mi punto de vista al respecto.

Periodismo de espectáculos en México:

*** ¿Consideras que el periodismo de espectáculos es importante para la sociedad? ¿Por qué? ¿Es tan importante y trascendental como el político o el económico?** Yo creo que hay actividades, medios, ámbitos, cuya función social es servir, no expresamente, pero creo que cumplen esa función, como válvula de escape a las inquietudes de la sociedad. Las inquietudes de la sociedad principalmente, y actualmente, son de orden económico. Creo que las preocupaciones mayores actualmente no son ni políticas, ni sociales, han quedado relegadas; no que no le interese a la sociedad los aspectos políticos y sociales, pero ahorita creo que están completamente relegados y la preocupación principal de la gente es la situación económica con las implicaciones de preocupación que desde esa índole tienen.

Es decir, en lo que puedan o podamos resolver esa situación que no está en nuestras manos, bueno, también hay otra u otras áreas de los seres humanos que tenemos que satisfacer y una es el ocio que forma parte del ser humano. Y dentro del ocio está la cultura en todos los sentidos, el teatro, el cine, la lectura, la televisión, las revistas, los periódicos, todo eso forma parte, creo yo, de ese

gran ámbito, de ese gran aspecto, que complementa la riqueza de un ser humano en los diferentes planos.

Uno de ellos es satisfacer una parte de las emociones y de las vivencias; y creo, en este caso particular, que la revista de espectáculos cumple esa función social de estar ahí al alcance de la gente que le interese, contiene un tipo de información particular que satisfaga la curiosidad y el interés en otros temas. Todos los temas son válidos y todos pueden resultar interesantes.

* **¿Se ha devaluado el periodismo de espectáculos con el tiempo?** No, más bien yo diría que a mayor crisis social, que es la que estamos viviendo, más importancia adquiere el ámbito, por ejemplo, de las revistas de espectáculos, no nada más las revistas de espectáculos. A mí me llama la atención que siguen saliendo revistas nuevas y hasta periódico nuevos, que bueno ahí me pongo a cuestionar si los realmente los leen o no. Salen nuevas revistas y también de espectáculos, pero muchas así como salen se esfuman.

Entonces, siguiendo el orden de ideas de lo que te expresaba hace un momentito, creo que cumplen esa función social de satisfacer otras áreas de inquietud del ser humano y en el caso específico de las revistas de espectáculos contienen información de muchos chismes, bueno se les llama chismes, es información simplemente, de artistas y a la gente le interesa. A la gente le llama mucho la atención estar enterados de los chismes y de esa información muy digerible.

Y yo creo que al contrario, no sé si decir que ha tenido más bien un auge. Aunque por supuesto en el aspecto económico no lo creo, yo creo que, como todo, ha resultado golpeado. Pero yo no le veo ningún fin cercano, ni mucho menos ¡eh!

* **¿Crees que el periodismo de espectáculos está en crisis?** El modo de presentar la información quizá haya cambiado, a lo mejor en los últimos años se ha concentrado más o se ha dirigido más hacia lo espectacular, así lo llamativo, lo chismoso de las notas, esa es la tendencia de las revistas de espectáculos. Y si es así, simplemente yo lo entiendo que es simplemente porque vende más. Porque es información que más llama la atención de la gente.

O sea yo entendería el giro, en lugar de hablar de una obra de teatro o de una película o de la trayectoria de un artista, probablemente ahora pues sea el *paparazzi* que si le puso el cuerno a uno, que si no, pues porque es la información que le interesa a más gente. Y además yo creo que es dinámico. Es decir, no creo que vaya a perdurar por siempre este modo de presentar la información, si antes había un estilo, ahorita hay otro y seguramente más adelante va a cambiar.

* **¿El trabajo del periodista de espectáculos se ha desvirtuado, antes lo importante era investigar y ahora lo trascendental es ganar la noticia para venderla?** Yo creo que, acorde con la política de la revista, hasta donde yo la entiendo es conseguir la nota y si para eso se tiene que pagar, para que tú me des una nota, pues yo te pago, digo eso no está peleado, eso siempre se ha hecho. Pero la diferencia es que aquí se anuncia, aquí se ofrece, se ve, se puede leer. Antes se hacía pero no se decía nada, ahora lo puedes ofrecer. Y si efectivamente tú llevas una nota o información valiosa para la revista, que considere importante, te van a pagar o una fotografía.

* **¿Ustedes cómo saben que esa fotografía es cierta, que no es un truco?** Definitivamente se investiga, hay modos de investigar, qué tan cierta puede

ser, se cruza información. Han sido yo creo que mínimas las situaciones en las que una información resultó falsa, resultó inexacta, contadas ocasiones. Porque siempre se cruza información y además se lleva el pulso. O sea, llevar el pulso de la revista es saber qué situaciones son probables y que situaciones son improbables. Entonces cuando surge una situación de interés se investiga, se habla con diferentes personas, se constata si hay documentos, se piden documentos, se piden fotografías, se evalúan las imágenes, se produce información. Es decir, no digo que es imposible, pero es muy difícil que se publique algo si no se ha investigado y si no se ha constatado. Por lo menos en *TV NOTAS* y al menos en este sentido sé que son muy estrictos en ese aspecto. Contadas ocasiones, contadísimas que yo haya escuchado, por ahí se ha publicado algo que no resultó tan exacto como se decía.

* **En cuanto a los precios que pagan eso depende totalmente de...** Los criterios, que yo conozca no existe una tarifa. Se negocia, no directamente la titular para eso tiene jefas de información, pero hay ciertos estándares, pero la jefa tiene conocimiento, por supuesto, de todo y ella juzga si la información vale lo que se pide o no, y saber cuánto se ofrece. Y lo que hace mucha gente es que si no le gusta la cantidad la ofrecen a otro medio, a otra revista y la otra revista lo publica, muchas veces sucede así, lo mismo con las fotografías, con los *paparazzis* famosos. Cuando se ofrece una información se valora, si resulta para interés de la publicación o definitivamente no, se negocia, claro obviamente en el cuerpo de fotógrafos de la revista también se hacen *paparazzis* y esos no se pagan por afuera ni nada, es parte del trabajo de los fotógrafos.

* **¿El periodismo de espectáculos es un periodismo especializado?** Yo creo que es más fácil que lo realice alguien que ha tenido contacto, que ha estudiado materias relacionadas con periodismo, primordialmente. Pero si hay una persona entusiasta, que tenga de alguna manera el *timing* de poder sacar información y poderse acercar o que tenga muchos contactos y pueda obtener información no necesita más que le den el trabajo.

Es decir, quien entrevista al futuro reportero o empleado obviamente va a evaluar sus conocimientos, su trayectoria, su curriculum, etcétera. Pero en sentido estricto creo que puede haber hasta personas que simplemente su interés sea formar parte de una revista de espectáculos y que tengan esa chispa para poder desenvolverse en el medio y sobre la marcha aprender muchas cosas, eso sí lo creo.

* **¿En el ambiente de los espectáculos se hace uso de la superficialidad, o siempre hay investigación?** Yo creo que un papel importante lo juega también la especulación. Puede haber hechos que sea difícil constatar, pero que hablen por sí mismos. Es decir, si por ejemplo ves a alguien, por eso está el dicho este de: "No hagas cosas buenas que parezcan malas"; ves a un artista haciendo cosas buenas que parecen malas, pues tú especulas.

Y dices, bueno, si es un artista con una pareja estable y están en una situación sospechosa o que no tendría por qué, pues lanzas un punto de vista ¿no?, tú dices: mira lo cachamos muy cerca de la otra persona, a lo mejor puede estar muy cerca platicando, pero bueno "muy cerca de la persona". Por qué está cerca de la persona, o en actitud romántica, o tomándole la mano o qué sé yo.

Eso es en lo que nos empeñamos todos, aunque mi trabajo no es obtener esa información, es un empeño de los reporteros y de los fotógrafos, tratar de

encontrar todas esas situaciones que además los artistas son los que las hacen. Nada más hay que estar en el momento indicado para tomarle la fotografía o para verlo, tomarle la evidencia. No hay nada fuera de eso ¿no?

*** ¿Qué pasaría si el periodismo de espectáculos regresara a lo de antes, a hablar únicamente del trabajo de los artistas y dejar de lado los escándalos y aspectos de su vida privada?** Yo creo que dejaría de venderse porque, en el caso específico de la revista, la revista maneja una línea de información que es la que se publica semana con semana. Si esa revista en particular dejara de ofrecer esa información perderían el interés los lectores, los seguidores, los fans, y comprarían otra revista.

De hecho esa otra información, probablemente a la que te refieres, de regresar a lo de antes, hay muchas revistas que tienen ese tipo de información y que están dirigidas a otro público. Entonces, no creo que en este caso en particular, haya interés en cambiar o regresar. O sea, difícilmente la revista regresaría a presentar otro tipo de información que la que presenta, si no dejaría de ser lo que es.

*** ¿Es necesario que mejore el periodismo de espectáculos?, ¿Se puede hacer algo para mejorarlo? ¿Qué?** Sí, que los artistas, cosa que difícilmente va a suceder, los famosos y las televisoras, abrieran sus puertas para que se pudiera tener más información de sus artistas.

Tener la información de primera mano, tener la fuente, porque las televisoras vetan, dicen: no, no, tú no puedes pasar, bueno, pues entonces voy a seguir investigando y a ver qué descubro ¿no?, de todas maneras, si así como están las cosas se investiga y se sacan estas cosas, si de abriera a todos los medios de espectáculos, lo que yo te digo, yo creo que se enriquecería la información y habría mucho más datos por conocer.

Y para complementar la respuesta tendría que hablar de los programas de espectáculos que inundan la televisión en las tardes. Si tú te fijas, si has hecho un seguimiento de eso, puedes ver claramente cómo *TV nOTAS* marca la agenda de los espectáculos y eso le da un realce y una relevancia que yo particularmente disfruto y de la que me siento orgulloso. Porque siempre digo, bueno, mi jefa lleva el pulso, sabe perfectamente bien qué buenas notas se pueden publicar y es de lo que hablan todas la semana los programas de espectáculos y luego obviamente sacan la revista y dicen: “No, *TV nOTAS* dice esto, pero esto es mentira” y no sé qué, pero están hablando del medio, genera polémica y muchas veces: “pues una revista de espectáculos”, porque además nunca nos dan crédito, muy pocas veces nos dan crédito. Pues es el celo profesional, no dan el crédito constante. Hablan de las notas de la revista, entonces, creo que la responsabilidad en este caso es mayor todavía. Por ser la revista más importante como que tiene esa responsabilidad de seguir marcando la pauta y en eso se empeña la directora y todo el equipo, de publicar lo que pueda causar polémica y lo que, afortunadamente los artistas así son, siempre darán de qué hablar, siempre, no aprenden a ser discretos, no pueden, no está en su naturaleza. Entonces, pues siempre habrá notas.

Sobre *TV nOTAS*

*** ¿Cuál es la función social del periodismo que se hace en *TV nOTAS*?** Entretener a la gente, distraerla, proporcionar información de espectáculos, de artistas, de gente famosa en el medio del espectáculo. Además uno elige, el público es el que selecciona y elige ir al puesto y comprar la revista, nadie se las impone, nadie los obliga. Entonces, el propósito obviamente es que cuando

llegue la persona al puesto de periódicos de cincuenta o cien opciones que tiene se decida por la nuestra. Obviamente el interés es publicar la mejor información para que a la hora de elegir en lugar de estirar la mano a la derecha la estire hacia la izquierda y tome nuestra revista. El propósito finalmente y llanamente es vender la revista.

* **¿A qué público se dirige TV nOTAS ¿ (nivel socioeconómico, edad, género)** Yo me he hecho esa pregunta muchas veces. Yo no defino, probablemente hay estudios, lo ignoro, a qué público se dirige principalmente o qué público es el que principalmente lo consume, yo lo desconozco. Pero veo que todo el público la lee. Es decir yo he visto gente que se ve de buena posición económica que va y compra la revista y gente que puedo juzgar que es de escasos recursos o de menores recursos y va a un puesto y compra la revista. Veo revistas en todos los salones de belleza, veo revistas en todas las peluquerías, veo nuestras revistas en muchos lados, entonces eso me habla de diferentes estratos económicos que van y adquieren la revista. Y a eso súmale que cada revista la leen cuántas personas, porque si llega a la casa la revista está ahí se ponen a hojearla y luego la deja ahí llega el abuelito y se pone a leerla, en fin si eso lo multiplicas, porque no la lee una persona la revista nada más, la leen no sé cuántas personas leen cada revista. Multiplica 600 mil por cada revista, cuántos te gustaría, tres, cuatro, cinco, más, menos. Multiplícale 6 por cinco, digo, por decirte algo, ¿no?, tres millones nada más de entrada, si no es que más.

* **¿Cómo lograron el gran impacto que tienen en la sociedad al grado de ser una de las principales o más reconocidas revistas de espectáculos en el país?** Yo lo atribuyo a dos cosas principalmente, es mi particular punto de vista, que somos independientes, la revista es independiente, no pertenece a ninguna televisora, por lo tanto puede hablar de cualquier artista sin ningún compromiso y eso a la gente le puede resultar más interesante porque sabe que no es una revista tendenciosa que va a favorecer a una o a otra televisora, que siempre es el problema, cosa que sucede con el resto de los medios de espectáculos. La mayoría del resto de los medios pertenecen a una televisora o están financiadas por alguna televisora o alguna otra empresa. Y nosotros al ser independientes yo creo que es un factor muy importante que la gente valora.

Y otra que la información que publicamos es verdad. Y vuelvo a lo que te decía al principio, puede ser chismosa, puede ser escandalosa, puede ser amarillista, lo que tú quieras, pero es verdad porque lo dijo el artista y lo tenemos grabado, tenemos cómo respaldarlo. Si lo que dijo lo inventó, es mentira, o lo que sea, ese ya no es nuestro problema.

Eso información verdadera e independencia. Esos dos factores han sido el pilar del éxito de TV nOTAS en la sociedad mexicana, principalmente.

* **¿Qué es para ti la ética periodística?** Para mí es fundamental, no se practica todo el tiempo, no todos la practican desgraciadamente, pero para mí es importante porque forma parte y está estrechamente ligada con el compromiso que uno tiene en su trabajo. Si además del compromiso uno aplicara la ética al 100% otra cosa sería, habría mucho mayor información y eso abriría muchos canales de comunicación con los propios artistas, se quejan de que lo que se publica es mentira y bueno habría que ver hasta dónde es ético o no lo que se publica.

Si fuera 100% ético no habría nada de qué quejarse, porque habría ética de una parte y habría ética de la otra. Entonces todo fluiría, pero no es así, mucha gente yo creo que ni siquiera entiende los que es la ética, no sabe, no la ha practicado, entonces no la conoce.

Mucha gente creo que sí se comporta profesionalmente pero otros yo creo que ni siquiera han valorado la importancia de ser profesionales en lo que hacen. Y no te hablo exclusivamente de *TV nOTAS*, o sea es de todos los medios y no solo del espectáculo, te hablo de los periódicos y de otras publicaciones de corte político, por ejemplo, son puntos de vista de cada articulista, en fin ¿no?, y obviamente los programas de espectáculos que corresponde a los intereses de las televisoras, el enfoque que le dan, las críticas que hacen, se aprecia muchas veces y uno sabe que no son éticas.

Difícil es alguien que puede decir “yo soy la persona más ética de la televisión”, yo quiero ver quién puede sostener eso, o en una revista y demostrarlo.

***¿Existe un código de ética en *TV nOTAS*, Notmusa o bajo qué reglas éticas se rigen?** Bueno, evidentemente hay un código de ética y políticas establecidas. Yo no conozco un documento específico, nunca lo he visto circular, pero verbalmente, constantemente se van marcando las pautas de cómo debe de ser la actuación y el trabajo de cada quien que por supuesto implica ética, profesionalismo, ser reflexivo, ser profundo, tener esa chispa, analítico, y tratar de adelantarse a lo que puede suceder, tener esa condición que no todo el mundo la tiene, colmillo haz de cuenta, ir más allá de lo que estás viendo, pero que además te va a conducir a algo que es real. Y siempre son llamados a eso, a hacer las cosas de la mejor forma, etcétera.

Yo no conozco un documento donde esté plasmado, probablemente exista, pero yo nunca lo he visto circular. Más bien es como un compromiso formal ante la empresa de la cual formas parte ¿no?

*** Si existe, ¿Cuáles son los aspectos más importantes de este código? (me puedes mencionar algunos)** Un aspecto sería el dar derecho de réplica, eso yo creo que habla de ética profesional, ética periodística.

Otro aspecto es dar información verídica.

Y en los muy contados casos en los que se han licitado problemas porque la información es de dudosa procedencia o de dudosa verificabilidad obviamente ha habido correcciones, ha habido regaños y se han tomado decisiones cuando hay alguien que no actúa con esa ética.

Y otro aspecto, puede ser...pues principalmente yo destacaría esos dos

*** ¿En cuanto a lo que es la vida privada?** Mira, tu pregunta también tiene implicaciones más allá de lo que es propiamente la actividad que se desarrolla. Yo particularmente creo que un personaje público, trátase de un político, un artista, un escritor, alguien que es un personaje público, la frontera que lo divide de lo ético si estás interfiriendo o invadiendo su privacidad, casi no existe.

Si es público está expuesto al escrutinio de la sociedad, en este caso, los artistas son los que declaran y hacen o no hacen, nosotros no los forzamos a nada. Ellos se quieren escudar en que se está invadiendo su intimidad. Pero, pues yo digo que los famosos no tienen intimidad porque decidieron ser personajes públicos.

Entonces están expuestos ¿no?, lo que hagan ellos tiene mayor trascendencia que lo que haga un ciudadano común y corriente. Lo que hagan ellos le interesa más a la gente, o le interesa a más gente que lo que haga yo.

¿A quién le puede interesar lo que yo haga?, tal vez a mi jefa y a mi entorno inmediato, pero lo que hace un famoso sí tiene mayor irrelevancia, mayor impacto social, a la gente le interesa saber. Esa condición de famoso en la política, en el espectáculo le da, desde mi punto de vista, una condición diferente. Entonces, esa invasión a la privacidad yo creo que está en una frontera muy tenue que pues no hay tal, no hay tal.

Preguntas contestadas en un correo electrónico

* **¿Cómo aplican la ética en la selección y redacción de la información?** El criterio ético en la selección de las notas corresponde exclusivamente a la dirección editorial o, en su caso, al director general de la empresa. Respecto a la redacción, ésta es, generalmente el resultado de la transcripción literal de las declaraciones de los artistas o personajes involucrados en las notas.

* **Algunas personas podrían considerar que presentar en cada publicación de TV NOTAS que pagan más por fotografías o videos no es ético, ¿qué piensas al respecto?** Lo ético no estriba en ofrecer o no dinero a cambio de información, siempre que ésta sea fidedigna. Lo que a mi juicio sí resultaría indebido es publicarla sin realizar su confirmación previamente.

* **¿Cuál es el límite entre lo público y lo privado para TV NOTAS?, ¿existe?** La frontera entre uno y otro aspectos es muy tenue, porque los protagonistas de las notas, por tratarse de personajes eminentemente públicos, están más expuestos al escrutinio público y prácticamente su privacidad queda reducida a cuatro paredes.

* **¿Cómo detectas que algo no es factible publicarlo en TV NOTAS?** Como se señala anteriormente, la determinación sobre qué notas se publican o no cada semana corresponde a la dirección editorial y sus criterios particulares o valoraciones no trascienden ese ámbito.

* **¿Cómo defines sensacionalismo, chisme y morbo?, ¿TV NOTAS hace uso de estos aspectos?** Más que hacer uso de ellos, éstos van implícitos en la naturaleza misma de la información de espectáculos, pues el público lector está ávido de conocer la vida y obra de sus artistas favoritos y en realidad, es la gente quien le da esa connotación a los contenidos que lee.

* **¿Cómo preparan cada publicación?** La revista sale a la venta al público los martes de cada semana. Los dos días de cierre son los viernes y los domingos, los reporteros y *paparazzi* están toda la semana a la caza de información. Una ventaja que tiene la revista sobre la competencia, es que consigna notas que se generan en domingo, lo que se traduce en presentar lo “último” del espectáculo.

* **¿Con base en qué establecen las prioridades para la estructura y el contenido de las publicaciones de TV NOTAS?** La priorización de las notas la establece la directora editorial y en ocasiones tiene que ver con los contenidos propuestos por los reporteros. A veces se solicitan notas específicas. Sin embargo, las jefas de información son las que presentan el menú informativo a la consideración de la directora para definir cuál será considerada para su procesamiento y análisis.

* **¿Qué características debe tener alguien que forma parte del equipo de TV NOTAS?** Debe tratarse de una persona comprometida con el trabajo, es decir, saber que no tiene un horario establecido; conocer el medio del espectáculo; tener audacia y astucia para obtener información de los artistas;

sentir la camiseta de la empresa y tener consciente que labora para la revista más vendida de México.

***¿Cuáles son los cambios más sobresalientes que has visto en TV nOTAS desde que trabajas en la revista?** La innovación, la constante preocupación por estar al día con las necesidades de infoentretenimiento que demandan los lectores; capacidad de adaptación al medio; que toda la información publicada tiene sustento; que no reduce (aun en tiempos de crisis) el número de sus páginas.

***¿Sabes cuál es el número más vendido de TV nOTAS, qué contenía, y a qué crees que se debió el éxito de éste?** Si mal no recuerdo, fue la edición 381 (en febrero de 2004) y la nota que acaparó la portada fue la boda de Niurka y Bobby Larios. Se dedicaron ¡24 páginas de la revista a esta nota! Además fue una semana polémica porque TV nOTAS compró la exclusiva y por ello hizo un gran despliegue logístico de organización para que ningún otro medio tuviera acceso a esta boda.

Un auténtico suceso, por supuesto que hubo rencillas con reporteros de otros medios que buscaban ingresar indebidamente al lugar. Al final, la directora de la revista, así como varios reporteros de TV notas fueron entrevistados por televisoras como *Univisión* y *Telemundo*, para conocer los detalles del trabajo desarrollado para lograr este número.

***¿Cuál revista consideras que es la competencia directa de TV nOTAS?** La que se ostenta como tal es *TV y Novelas* (de editorial Televisa), sin embargo, los números indican que esta publicación se mantiene en alrededor de 60 por ciento atrás de TV nOTAS en ventas.

*** ¿TV nOTAS en realidad tiene competencia?** Por supuesto, existen varias publicaciones dedicadas a informar sobre el mundo del espectáculo, aunque no todas logran mantenerse por mucho tiempo en el gusto del público, pero constantemente nacen nuevas revistas, cuyo único objetivo es alcanzar y superar a TV nOTAS.

*** ¿Cuál es la diferencia entre TV nOTAS y las otras publicaciones de espectáculos?** Aunque pudiera pensarse que todas son similares, lo que distingue a TV nOTAS de las demás es la seriedad en la información consignada, que la revista en caso de alguna equivocación, lo reconoce públicamente y siempre concede derecho de réplica a quien pudiera verse afectado sin razón. Otra diferencia es el número de páginas que contiene. Una más, es la continuidad; TV nOTAS ya cumplió 15 años tendiendo una sola cabeza al frente y eso le ha dado mayor valor y congruencia.

*** ¿Qué opinas de las críticas que establecen que revistas como TV nOTAS desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos?** Sin duda, los tiempos cambian y ahora la velocidad con que se genera la información es vertiginosa y cubre un mayor espectro por lo que las nuevas técnicas, formas y procesos para elaborarla distan de las que existían anteriormente. No creo que el periodismo de espectáculos actual desvirtúe nada, simplemente aborda con mayor nitidez, proximidad y cercanía la vida de los artistas; es decir, que ésta no escapa del escrutinio general y por tanto, debe darse a conocer, en virtud de que es del interés del público a quien nos debemos.

*** Gracias.**

Entrevista a Nuria Ariza / reportera de *TV nOTAS*

El lunes 7 de junio de 2010, entrevisté a la reportera Nuria Ariza en las oficinas de *Notmusa*.

Personales:

***¿Qué estudiaste y en dónde?** Periodismo en el Centro de Estudios Universitarios en Periodismo, Arte, Radio y Televisión.

***¿Cómo defines al periodismo de espectáculos?** Obviamente es una fuente más, se genera muchísima información, pero hay de periodismo de espectáculo a periodismo de espectáculo. Yo lo veo de dos vertientes, el que es muy informativo y el que es la nota rosa, las revistas del corazón, del chisme y el escándalo.

***¿TV nOTAS?** *TV nOTAS* es una revista del corazón de chisme y de escándalo, claro que obviamente tiene que tener los tintes informativos ¿no?, pero una nota informativa la convierten en un chisme, o sea, pesa más el chisme como información que la información como tal de lo que se genera diariamente en este país en los espectáculos.

***¿Cómo surgió tu interés por el periodismo de espectáculos?** Siempre me gustó mucho la televisión y el cine; y veía mucho cine mexicano. Me acuerdo de Los Almada y cine de la Época de Oro. Tenía muy buena memoria para recordar o saber quiénes eran. Pero no es que tuviera yo un interés, sencillamente la suerte me fue llevando y fueron las oportunidades laborales las que hicieron que estuviera yo aquí y bueno me seguí de filo.

***¿Consideras que el periodismo de espectáculos es tan importante y trascendental como el político o el económico?** No, no, no... porque una nota de espectáculos no mueve a un país, pero una nota política puede mover a un país, puede ocasionar una marcha, puede generar un estado en el que, ¿cómo te diré?... te puedo poner mejor un ejemplo: Ahorita podemos decir que Ana Bárbara se está separando del Pirru, pero si decimos que sube la gasolina o que la tenencia va a subir el 30%, o que se murió el señor Cevallos, en fin, puede haber hasta un paro político. Si matan en este momento al presidente Calderón, imagínate la desestabilidad política que habría, no es lo mismo que maten al Pirru ¿no?, son factores que mueven.

***¿Qué es TV nOTAS?** La defino como la mejor revista de espectáculos de este país, la más vendida y la más leída más allá de las ventas, es decir, si la revista tira 750 mil ejemplares y hay un margen de devolución, te gusta, del 10%, pero independientemente que se vendan los 700 mil ejemplares, por familia una revista de *TV nOTAS* la leen cinco personas, por ejemplo, o en un salón de belleza más. Creo que es la revista más vendida, la más importante y la que siguen todos los demás compañeros de espectáculos. Es como un parte aguas, como una punta de lanza y un antecedente obligado semana a semanas para generar espectáculos en este país, chismes, los demás programas.

***¿Desde cuándo trabajas en TV nOTAS?** Llevo un año aquí. **¿Cuál es tu puesto?** Reportera, **¿No has estado en ninguna otra área?** En esta revista no, en otras sí.

***¿Qué significa para ti formar parte de TV nOTAS?** Me siento orgullosa de pertenecer a la revista más vendida de este país. Me gusta mucho lo que hago pero es una revista muy difícil porque hay que conseguir las exclusivas, hay

que conseguir las notas para que lleguen al lector. Y es estresante; es, a veces, cansado; pero es muy satisfactorio cuando tú ves, por ejemplo, en un espectacular una nota que tú hiciste, que quizás te llevó una semana, un mes o tres meses hacerla, pero es muy satisfactorio decir: 'es que yo escribí eso y lo van a leer 700 mil personas'. Es un orgullo.

*** ¿Qué características debe tener alguien que forma parte del equipo de TV NOTAS?** Primero, tener experiencia, mínimo tres años en el medio, mínimo. Dos, tener una buena agenda telefónica, mínimo, y si no puedes tener todos los teléfonos, bueno, tratar de tener una agenda en la que tengas a los artistas básicos ¿no?, que están en televisión o los más conocidos. Y segundo, tener ese toque como para olfatear la nota o tener muy buena labia para sacar la información, es eso, experiencia en el género de espectáculos del corazón, del escándalo y del chisme; y tener buena memoria ¡eh!, también, buena memoria para recordar las notas o al menos recordar a los famosos. **¿En cuanto a actitud, carácter, personalidad?** Pues, yo creo que la gente que trabaja en TV NOTAS, o al menos la gente que pretende trabajar en TV NOTAS, primero debe de tener tolerancia para todo, la tolerancia creo que es la base, para desvelarte, para hacer una nota, para que una orden te la den varios jefes, para tolerar las horas de estrés aquí y la espera también del artista. Pero debe de tener un carácter también bueno, tranquilo, debe de ser gente tranquila, no explosiva, porque es una revista fuerte y tú no puedes estar explotando cada instante. Tienes que tener un carácter tranquilo para poder sacar tu información con mente clara.

Periodismo de espectáculos en México:

***¿Consideras que el periodismo de espectáculos es importante para la sociedad? ¿Por qué?** Sí, sí como un factor de entretenimiento, nada más. Como un factor de entretenimiento pero debería de haber más información. O sea un noticiario de periodismo de espectáculos pero informativo, no tanto de chismes de espectáculos, sabes, como que poco a poco se ha ido degenerando. No tanto de chismes de espectáculos, se ha ido degenerando, como que ha perdido lo que debería de ser el periodismo de espectáculos de este país. Yo hoy día no sé quién va a estar en El Auditorio el viernes ¿no?, o yo no sé qué películas están ahorita en cartelera, creo que eso debería de ser, información; más que chisme, más información.

***¿Se ha devaluado el periodismo de espectáculos con el tiempo?** Sí claro, totalmente. Tiene esto, yo le calculo unos 15 o 16 años. **¿Cuántos años llevas en el medio del espectáculo?** 11.

***¿Crees que el periodismo de espectáculos está en crisis?** Noooo, al contrario creo que el periodismo de espectáculos está en su momento y en su apogeo. Mientras haya gente que le guste salir en las revistas y en los programas de televisión, siempre va a haber chismes del espectáculo, y siempre hay gente para todo en este país.

***¿Cuál es la función social del periodista de espectáculos?** Mira, yo creo que entretener ¿no?, realmente no apporto nada a la sociedad escribiendo un chisme de un famoso, la verdad. Es entretener al público y a lo mejor sacarlo un poquito de su rutina diaria, de su cotidianidad y bueno, que pasen un ratito de esparcimiento enterándose si fulanita está embarazada o zutanita se divorció porque no hago otra función, no estoy educando, ni estoy aportando nada para que una persona sea mejor en la sociedad, la verdad no. Pero es mi chamba.

***¿El trabajo del periodista de espectáculos se ha desvirtuado, antes lo importante era investigar y ahora lo trascendental es ganar la noticia para venderla?** No, fíjate que no. Se sigue investigando, obviamente sí trabajas por ganar la noticia, la exclusiva, como todos y en todas las fuentes, no solamente en el fuente de espectáculos, también en la fuente de deportes, en la de política, en la ciudad, finanzas ¿no?, siempre quieres tener tú la exclusiva de algo ¿no?. No solamente es tener el chisme, yo creo que también se investiga a fondo si es cierto o no, al menos aquí en *TV nOTAS* no pueden publicar algo que no sea verdad, o sea hay una calidad en la información en muchos sentidos y más allá de la información, también información gráfica, las fotos, las entrevistas que se puedan generar de acuerdo a una nota que esté ahí. Y yo creo que sí, se tiene que investigar una nota, tú no puedes dar una nota por darla. No, no, no, no se puede.

***¿El periodismo de espectáculos es un periodismo especializado?** No, no, no, no tiene complicación alguna. Es más fácil que tú te sepas, o es más fácil que una niña de 10 años quiénes son todos los actores que participan en una telenovela, que quiénes son los personajes de la Independencia de México, por eso es muy fácil trabajar el periodismo de espectáculos. Porque es más fácil en este país recordar si Michelle Vieth se divorció de Héctor Soberón porque salió en un videoescándalo, que recordar en este país a Lucio Cabañas o recordar la Guerra Cristera, o recordar algún evento social que haya marcado a este país. Entonces, es fácil trabajar en espectáculos, créeme.

***¿En el ambiente de los espectáculos se hace uso de la superficialidad, o siempre hay investigación?** No, de las dos, un 50 y... **¿Aquí en *TV nOTAS*?** no, no, no, superficial yo creo que es un 30% y el otro 70% es la investigación que se puede hacer de esa superficialidad, que tú le llamas, podría ser el rumor.

***¿Qué pasaría si el periodismo de espectáculos regresara a lo de antes, a hablar únicamente del trabajo de los artistas y dejar de lado los escándalos y aspectos de su vida privada?** Mira, depende, yo creo que se seguiría vendiendo porque la gente consume en este país lo que le das. Tú le das chismes, compran chismes; tú les das buena información, compran información, para mí. Y creo que si hubiese un periodismo de espectáculos más formal a lo mejor los actores no se quejarían tanto pues de que su obra no va bien, o de que la taquilla no estuvo bien en ciertas películas, o que el disco no se vendió. Porque, lo que pasa es que no informamos que fulanito acaba de sacar un disco, que zutanito está dirigiendo tal película o que menganito está en una obra de teatro ¿no?, sino que informamos que zutanito está embarazado, que menganito se divorció y que zutanito es *gay*.

***¿Es necesario que mejore el periodismo de espectáculos?, ¿Se puede hacer algo para mejorarlo? ¿Qué?** Mira en mi caso yo soy una sencilla reportera y la verdad, yo, si pudiese, a lo mejor dentro de esta revista a mí me gustaría que hubiera dos páginas dedicadas un poco más a la información ¿no?, dándole un poquito a la gente algo, en mi caso. Y en los demás programas también ponerle un poco de información, lo conjugaría.

***¿Alguna vez has tenido la oportunidad de plantárselo así a los jefes? Yo acato las órdenes y los lineamientos de la revista ¿no?, ¿No te causa ningún conflicto personal?** Pues noooo, porque finalmente como yo estoy dentro de esto me entero. Yo sí me entero quién sacó un disco, quién va a estar en concierto o qué película está, porque trabajo en esto. La demás gente no se

entera, a mí no me causa ningún conflicto, digo, realmente hay medios dedicados a esto, ¿no?, de informar.

***¿Cómo se podría limpiar la imagen negativa que se tienen del periodismo de espectáculos?** Caray, es que es como la nota roja ¿no?, la imagen negativa del periodismo, la nota roja y los espectáculos. Pero yo no creo que haya una imagen negativa de los espectáculos ¡eh!, a la gente le gusta. **Me refiero más a la parte de los críticos, como Álvaro Cueva donde plantea que ser periodista de espectáculos es como ser lo peor...** pues qué lamentable porque él también es periodista y escribe de espectáculos. Entonces, él solito se está echando tierra, ¿no?, o sea, él hace periodismo de espectáculos y un periodista, yo soy periodista de espectáculos, o puedo ser mañana periodista de ciudad, yo empecé en nota roja, escribí en sociales, hice mis prácticas en política y si mañana me ofrecen trabajo en periodismo deportivo me voy a hacer periodismo deportivo. Puedo ser periodista lo mismo aquí, en Perú, en China, en Bogotá, en Yugoslavia, porque el periodista es igual en todos lados. Son las mismas preguntas y tú lo debes de saber: qué, cómo, cuándo, dónde y por qué, según el maestro Vicente Leñero ¿no?, entonces, creo que Álvaro Cueva y todos los desertores; y todos aquéllos que hablan mal del periodismo de espectáculos son incongruentes porque escriben espectáculos.

Tú dime, él, con qué calidad habla de una telenovela, ¿quién lo nombró crítico de espectáculos?, ¿la sociedad?, él solo ¿no? Yo mañana llego y me dicen: oye Nuria vas a escribir una columna aquí en *TV nOTAS* y me pongo a escribir sobre telenovelas y las destrozo y todo, en un mes soy crítica de espectáculos. Pero eso te lo debería de dar la sociedad ¿no?

Sobre *TV nOTAS*:

***¿Cuál es la función social del periodismo que se hace en *TV nOTAS*?** Entretiene de una forma, pues, muy divertida. Es una revista que durante una semana la familia lee y comenta. Bueno, mira, lastimosamente te digo, no es algo que le deje mucho a la sociedad en el sentido histórico, ¿no?, cultural, pero, también hay que entretener, digo de una forma barata, también.

***¿A qué público se dirige *TV nOTAS*? (nivel socioeconómico, edad, género)** Tengo entendido que se dirige principalmente a las amas de casa ¿no? y es un público clase media, un poco media baja. Digamos, no con una gente que gana el salario mínimo, no puedes comprar una revista cuando ganas el salario mínimo ¿no?, no puedes comprar una revista que vale 22 pesos cuando medio kilo de pechuga vale 30, ¿verdad?, entonces, yo considero que es clase media, clase alta. La clase alta compra el *Hola* y el *TV nOTAS*. A los hombres les gusta mucho el *TV nOTAS*, creo que podría ser un público y pienso yo de 24-25 años hacia arriba, hacia los 60, los 65. De la clase media un poquito baja hacia arriba, sin problema ¡eh!; inclusive, dependiendo la portada, también la gente joven de 18, de 17, compran la revista, dependiendo ahí si de la portada. Pero en general son amas de casa obviamente ¿no?, las señoras que viven en Polanco, yo he ido a muchas casas donde vive “gente bien” y tienen su *TV nOTAS* de cajón, imagínate, al lado del *Hola* y de *Caras*. Es una revista muy vendida, la más vendida increíblemente.

*** ¿Cómo lograron el gran impacto que tienen en la sociedad al grado de ser una de las principales o más reconocidas revistas de espectáculos en el país?** La generación de exclusivas. El generar tantas exclusivas en una revista que generan impacto también en el público ¿no?, de pronto ven una

noticia y ¿cómo? (suspiro de sorpresa). El público en México tiene una peculiaridad, toman a los artistas como si fueran de su familia y les duele lo que les pasa, como si fueran parte de su familia. Entonces, cuando ven *TV nOTAS*, es como si les estuvieran contando algo que le pasó al primo, al tío o al hermano, y se espantan, la compran. Pero *TV nOTAS* es *TV nOTAS* por la calidad de fotografía, el formato, el color, las notas exclusivas bien redactadas, bien hechas e investigadas, y por supuesto El Portafolios... (Patricia Cuevas: y lo fresco de la nota porque el cierre es en domingo) ... imagínate que esta revista es la única que trae la boda, si fulana de tal se casó el sábado, *TV nOTAS* lo trae el martes, todos los detalles; si alguien se murió en domingo a las 11 de la noche, *TV nOTAS* trae el martes todos los detalles, cierra hasta el último minuto. El monitoreo, la gente que está aquí de guardia o los que nos ha tocado, cuando nos toca, revisamos los periódicos, el internet hasta el último minuto, hasta el twitter fíjate, ahora hasta el twitter es una herramienta para nosotros como periodistas de espectáculos.

***¿Tenías la misma visión de lo que era *TV nOTAS* antes de entrar? Sí** claro, por supuesto, y tenía miedo de entrar a *TV nOTAS*, pensé que no iba a poder. Dije: no voy a poder, cómo voy a conseguir una nota exclusiva, cómo.

***¿Qué es para ti la ética periodística?** Primero, no fallarme a mí misma ante el juramento que hice alguna vez cuando hice mi examen profesional, no fallarme a mí. Y no fallarle a mi estilo ¿no?, a mi estilo de hacer periodismo, a mi estilo de buscar a los artistas. Intento no lastimar, intento, hasta ahorita han sido contadas las veces que alguien me haya hecho algún reclamo, pero la verdad trato de no lastimar, esa es mi ética. Y el ganarme mi dinero honradamente, sin sobornos, sin amenazas, esa para mí es la ética profesional. El respeto que me merezco yo también ante los artistas, no dejar que nadie me grite, ni que nadie me humille.

*** ¿Existe un código de ética en *TV nOTAS*, *Notmusa* o bajo qué reglas éticas se rigen?** Pues sí, obviamente hay códigos de ética internos ¿no?, por supuesto el respeto al artista; por supuesto el respeto al medio; el no vender notas que tú estás trabajando afuera... Patricia Cuevas: confidencialidad... claro la discreción entre cada uno de nosotros. Sí claro que existen códigos de ética. **¿Está escrito como tal o sólo se te plantean cuando entras a trabajar, o los vas conociendo en el proceso?** Bueno, obviamente cuando entras a trabajar firmas un contrato, ¿no?, estás trabajando de manera exclusiva para *Notmusa*, no puedes firmar un contrato para trabajar en otra empresa, trabajas nada más aquí. No te permiten trabajar, yo no puedo hacer un programa de radio porque estoy trabajando aquí. Por qué, porque sin querer se me puede escapar una nota de las que hice aquí e imagínate. Y bueno, sobre la marcha, pues obviamente vas conociendo a tus jefes, te vas dando cuenta cómo trabajas, se ven los lineamientos, vas conociendo a tus compañeros y poco a poco te vas manejando.

*** Si existe, ¿Cuáles son los aspectos más importantes de este código?** Primero es la excelencia en tu trabajo, obviamente la objetividad, la veracidad. ¡Ay! Es que son tantos, pero, el profesionalismo ¿no?, creo con esos, ser un profesional.

*** ¿Cómo aplican la ética en la selección y redacción de la información?** Se aplica mucho con la investigación que tú hagas y obviamente con la información extra que consigas. Es decir, aquí no se publica una nota mientras tú no tengas una grabación que ampare tu nota ¿no?, obviamente hay artistas

que se sienten ofendidos cuando sale una nota de ellos, pero la mayoría de las notas están más que checadas. Y también sabes qué, la fotografía. Un papel muy importante en esta revista es la fotografía y una imagen habla más que mil palabras. Pero antes de sacar un *paparazzi* también se investiga, y se trata de hablar con el artista primero y decirle: oye mira, tenemos unas fotos tuyas y así, y así, y así. Bueno, algunos te cuelgan el teléfono y otros te dicen: cómo y te dan la nota. Y los que te dicen: no, no, no, no me interesa; sobre aviso no hay engaño ¿no?

***¿Cómo crees que se refleja la ética en el contenido de las publicaciones?**

En la investigación, mira en esta parte, *TV nOTAS* tiene algo que las demás revistas no tienen. Por ejemplo, ésta es una nota, aquí hay una entrevista para la señora (Anna) Ciocchetti, esto, estos recuadros. Estos recuadros es parte de lo que tú me preguntas, no solamente es la entrevista con ella, si ella aquí te dice: no es que yo me casé, me divorcié, entonces, aquí, tú qué le estás dando de más al lector, le das información. Porque a lo mejor si no estuviera esto, ¿no? y ella dice, no sé: me casé y fui muy feliz, entonces el lector se queda cuándo se habrá casado, con quién, y aquí lo dice: Anna se casó tal año, y tuvo tales hijos, tal, tal y tal. Estos recuadros, aunque no lo creas, para hacerlos te puedes llevar hasta un día o dos. Lo que pasa con el lector que no sabe cuánto se tardan para hacer una nota, de verdad, créeme, que es mucho tiempo, es muy estresante, ¿no? Mira, por ejemplo, aquí, en esta nota Hilda Aguirre habla mal de la señora Pinal, ¿no?... **dan el contexto de lo que han hecho cada una...** claro, es bien importante. Y si tú te das cuenta, chécate las revistas de espectáculos, busca los antecedentes. Esta revista tiene algo, a lo mejor, tú me preguntabas hace rato qué le da al público, bueno, hay una sección que yo no te he comentado porque es una sección social que se llama: *Y tú que te quejas* o *Gente como uno*, esa sección es para ayudar a la gente, realmente cuando aparecen aquí ciertas enfermedades o personas que están careciendo de algo, hablan, y cómo puedo ayudar. Es una sección que tiene mucho éxito, es una sección que mucha gente no lee porque es muy sensible y porqué te pega, pero, aunque no me lo creas, es una sección que ayuda y que ayuda mucho.

Patricia Cuevas: Y cuando ayuda la gente habla y agradece al reportero, le dice: gracias a ti ya pudo comer o ya como, o ya tengo mi casa, o sea, bien padre ¡eh!.

Eso es una buena ayuda social, esta revista lo tiene.

Patricia Cuevas: o mi hijo ya se salvó, o ya conseguimos la operación que necesitaba. Hubo un caso de un niño que robaron ¿no?, que secuestraron, y lo encontraron.

Algo que te da también esta revista, por ejemplo, aparte de los recuadritos, procuramos poner los datos que más se puedan de la persona que se está hablando, la edad, con quién se casó, si tiene hijos, si no tiene hijos, procuramos darle al lector muchísima información sobre su artista favorito. Y es investigación, a lo mejor es investigación frívola, pero es investigación. Es lo mismo como si me pusieran a escribir de política, me van a poner a investigar ¿no?, sobre Diego Fernández de Cevallos, es lo mismo, estoy investigando sobre otra persona ¿no?

***Algunas personas podrían considerar que presentar en cada publicación que en *TV nOTAS* pagan más por fotografías o videos no es ético, ¿qué piensas al respecto?** Yo no creo que no sea ético, está bien. Yo creo que cuando tú haces periodismo pues te tienes que basar en todo ¿no?, para lograr

las exclusivas. Es que es finalmente ganar una exclusiva. Y aparte, haces partícipe a la gente de la revista. Está padre y ahorita hay muchas herramientas como para poder hacer partícipe a la gente de una exclusiva. Y obviamente no es algo regalado, te estoy pagando porque estás haciendo una chamba ¿no?, te estoy comprando unas fotos.

* **¿Con todo esto de las nuevas tecnologías, cómo están seguros de que las fotografías son ciertas?** Bueno, obviamente aquí hay personal dedicado a verificar que el material que tú estés trayendo sea verídico ¿no?, la verdad, te voy a ser bien honesta, es muy raro que alguien venda algo; venden las agencias de *paparazzis* los que están dedicados al 100% a este negocio y son *paparazzos*, *paparazzos*. Pero que alguien del público llegue, toque y diga: oye te traigo unas fotos de Maribel Guardia besándose con otro y no es su marido, no. Es muy raro, muy, muy raro; en primera porque la gente no está acostumbrada a sacar su celular en un restaurante y tomarle fotos a un artista; es más fácil que se paren y le pidan un autógrafo, o que le digan al artista: te tomas una foto conmigo. En el año que yo llevo aquí, fíjate que no he visto a alguien venir a vender algo, casualmente. Digo, nunca me ha tocado a mí en el año que llevo aquí, ella lleva más tiempo no sé si ha visto que alguien del público...

Patricia Cuevas: rara vez, pero sí son más las agencias. Y obviamente también se verifica que sean fotos reales, que sean fotos actuales, porque te pueden decir: Ay lo vi la semana pasada, pero a lo mejor esas fotos tienen dos o tres meses ¿no? Entonces se checan todos esos detalles, te ponen a buscar al artista, a investigar. Aquí, como dice Nuria, se hace partícipe a los lectores, luego hablan los lectores y nos dicen: es que fíjate que están lanzando a Gaby Platas de su casa ¿no?, ¿ah sí?, ah, ok, perfecto, pues vas e investigas ¿no?, a ver si es cierto, o sea, no te quedas con lo que te dicen. Y la gente habla ¡eh!, a veces habla y te pasa los chismecitos y todo, a la gente le gusta, y nos apoyan mucho la verdad los lectores, y ya nuestra función es investigar si es cierto o no.

* **¿Cuál es el límite entre lo público y lo privado para TV NOTAS?** Pues yo creo que el límite ya sería poner fotografías que dañen la moral familiar ¿no?, me refiero ya a material como para adultos, **por ejemplo**, las fotos de sexo. **En el caso de Michelle Vieth...** bueno, esa aquí no se publicó, **recuerdo que pusieron que por respeto a ella no las publicaban...** se publicó en la competencia y yo estaba en la competencia en aquel entonces. Yo creo que es eso, material que pueda dañar las buenas costumbres y la moral de una familia, porque también esta revista la ven los niños. Entonces, tú no puedes poner fotografías de sexo explícito o bien poner la fotografía de un muerto. Hace poco yo estaba haciendo una nota del suegro de Sergio Goyri, encontré las fotos de él, cómo lo encontraron en Sinaloa, amagado; y por supuesto este tipo de material no se iba a publicar aquí. Creo que también se le merece mucho respeto a la familia, en ese sentido, el material fotográfico no es tan amarillista y esta revista la puede ver un niño y no tiene ningún problema. A lo mucho, bueno está viendo a las chavas en *bikini*, pero, ¿qué puede decir?, que están guapas ¿no?, nada más.

* **¿Cómo detectas que algo no es factible que TV NOTAS lo publique?** Lo que pasa es que hay ciertos artistas que no entran en el perfil de esta revista, hay artistas que están hechos a base de sus escándalos o que nada más han hecho un papel muy secundario en alguna cosa o que no tienen nada que

contar en esta revista. Esta revista tiene un perfil de chismes, de escándalos, de notas amarillistas y hay artistas que no tienen nada que decir aquí, entonces, no son del perfil, sencillamente, éste no es el perfil; o no es tan famosa como para estar. Porque estar en *TV nOTAS* también es un privilegio para muchos, te hablan y te dicen: Ay por favor, sácame en la revista. Pues tú conoces el perfil de la revista, ¿qué me vas a decir?: ay amiguita, pues que estoy sacando mi disco, no sirve; queeee: voy a hacer una película, no sirve; ¡eh! Que me estoy divorciando, deja lo pregunto. Pero si la artista no es tan famosa tampoco me la van a publicar.

*** Una declaración de Matilde Obregón establece que ella no se metía en la intimidad de los artistas porque los captan en lugares públicos ¿consideras que es así? Sí claro. Por ejemplo, los artistas se podrían quejar de que: pues sí soy artista pero ahorita no estoy trabajando, vengo a comer con mi familia, ¿no sientes que es invadir su privacidad?, aunque estén en un lugar público...** Bueno, te voy a decir una cosa, los *paparazzis*, ellos ni cuenta se dan cuando les están tomando la foto, o sea no se les invade su privacidad. Sería invadir su privacidad si está en un restaurante comiendo el señor Marco Antonio Muñoz y yo casualmente estoy ahí y luego y le digo: señor me regala una entrevista, honestamente sí, ¿no?, porque está comiendo, está con su familia y aparte me voy a ver imprudente; Más allá de que invada su privacidad creo que me voy a ver imprudente... (**Patricia Cuevas: o que el fotógrafo esté ahí ¿nooo? tomándole**)... sí, ni cuenta se dan cuando les están tomando fotos. Patricia Cuevas: sí se las toman, o sea que el fotógrafo esté así como tú y yo, ahorita, pues sí es incómodo, pero los fotógrafos están a metros y metros de distancia. Ni tampoco vamos y les tocamos a las puertas de su casa, oye me puedes dar una entrevista, no.

Patricia Cuevas: ojo, cuando hay una información que dudamos de que sea publicada, no te queda de otra que ir, buscarlo y tocarle, oye!!, qué te bateen, pues ya no es cosa tuya ¿no? Pero tiene que ser algo muy, muy, muy...

Patricia Cuevas: sí, y se dice se buscó a tal persona y no quiso darnos la entrevista Sí claro, pero así como, por ejemplo, yo ir y tocarles la puerta y por favor dame la entrevista; y estar husmeando en su casas, no, tampoco.

***¿Cómo defines sensacionalismo, chisme y del morbo? ¿TV nOTAS hace uso de estos aspectos?** Bueno, *TV nOTAS* es sensacionalista, pero no es chismosa fíjate. Es que *TV nOTAS* no es que sea chismosa y no es morbosa, yo creo que morboso es la prensa ¿no?, ese es morbo; o sea cuando tú quieres ver sangre, cuando una nota te causa cierta como adrenalina ¿no? y tu mente se vuela, la prensa es morbosa, poner una foto sangrienta en la prensa y pasar todos los días para ver qué foto salió, eso es morboso, para mí, ¿no?; el querer estar viendo algo constantemente en tu mente, eso es morbo, ¿no?; el morbo te lo genera una película pornográfica ¿no?; lo que no puedes tener a la mano es morbo y lo buscas, eso es morboso, lo que te es imposible o privado, eso es morboso ¿no?; *TV nOTAS* tiene sensacionalismo, tiene sus cabezas, información en su contenido. Es eso, yo así lo defino, no la veo como una revista chismosa, obviamente claro, este es un chismesin de que: este cuate es golpeador y desobligado, no pues a lo mejor sí es un chisme, pero hay de chismes a chismes ¿no?, Patricia Cuevas: ahí hay una fuente que te lo está confirmando y está grabado. Es un chisme cuando lo lanzas y no tienes bases, ni entrevista, ni foto. Exacto. Patricia Cuevas: aquí todo está sustentado con información, hasta los *paparazzis*, como dice Nuria, se investiga cuánto tiempo

estuvieron ahí en el restaurante, cuánto pagó, con quién estaba, a qué hora se fue, si llegó una chava, si se fue otra. Y le marcas al artista: oye. Y el paparazzi puede estar ahí cinco horas ¡eh!, desde que llega hasta que se va. Patricia Cuevas: hasta una foto está bien sustentada con la información como lo que el reportero y el fotógrafo, paparazzi, está viendo. Claro, es que un chisme, tú vives en tu edificio y te dicen: es que el cuate del dos le pegó a su mujer, pero te lo contó la señora del uno ¿no?, y a la señora del uno se lo contó el portero y al portero se lo contó el que fue por la leche porque lo escuchó. Patricia Cuevas: ¡ah! entonces voy con la señora del dos y le preguntó: oye, ¿es verdad que tu marido te golpea? Ella te va a decir si sí o si no, y tú lo plasmás).

* **Te puede llegar un chisme y tú lo conviertes en información...** Tú lo trabajas ¿no?, no es que lo conviertas, más bien que lo investigas ¿no?

* **¿Cómo preparan cada publicación?** ¡Uy! Reina, pues, en lo personal, yo llego los lunes, regularmente los lunes no hago mucho trabajo de escritura, más bien checo la agenda para ver a quiénes les voy a hablar, se hace junta con la jefa de información y vamos viendo, si se quedó trabajo de la semana pasada, una nota guardada, se trabaja, si se le tiene que aumentar o quitar, buscar más fotografías, los recuadros que te digo. Y si no hay notas de plano empezar a generar llamadas telefónicas, checarte los periódicos, yo generalmente siempre veo el *Esto*, por internet, *El Sol de México*, *La Prensa*, *El Universal*, Patricia Cuevas: Reforma, uno que otro más y, bueno, si veo algo que me interesa como para buscarlo, luego, luego le estoy hablando al artista y empiezan los monitoreos. Es decir, aquí se monitorea todo, todos los programas de chismes, claro, de espectáculos ¿no?; entonces, por ejemplo, si la señora Maxine Woodside dice que Lalo, El Mimo, está en el hospital o fulano de tal está en el hospital, de inmediato estás buscando el teléfono de la esposa, del hermano, del primo o del mismo actor para hablarle y preguntarle qué le pasó. Entonces ya sale una nota. Te checas quién cumple años esta semana, si por ejemplo, esta semana cumple años Ana Bárbara, ya le estás hablando para preguntarle qué va a hacer en su cumpleaños ¿no?; empiezas a buscar cómo vas a generar información esta semana. Cuando ya tienes una, dos, tres, notitas, ya las bajas, el audio, las escribes, se las pasas al jefe de información y ellos deciden si es buena, si no es buena, después pasa a otra jefatura de información, después con los coeditores y ya te dicen ponle esto, te faltó la edad, te faltó esto, pídele más fotos, en fin. Y aquí lo que te piden mucho es una nota de portada, que trabajes una nota de portada. De contenido puedes traer muchas, pero de portada, aquí lo que realmente te genera la permanencia en tu trabajo y como destacas es tu nota de portada. ***Y cuando la logras ¿qué?** ¡Ah! pues claro como en todo hay premios ¿no?, cuando tú generas aquí una nota de portada todos los miércoles se hace junta las 10 de la mañana, está todo el equipo completo de *TV NOTAS*, reporteros, todos los jefes de información. La revista sale en martes, los miércoles se hace la junta, está el dueño, están todos, todos, fotógrafos, todos juntos en una misma sala; y entonces el jefe pregunta qué nos pareció la revista, qué le hubiéramos puesto de más o qué le hubiéramos quitado de menos, qué se ha comentado en los medios de lo que salió en *TV NOTAS*, regularmente se cometa muchísimo. Y, bueno, empieza él a ver la revista hoja por hoja; y va comentando algunas notas, dice: esta quién la hizo, cada quien dice quién hizo cuál, se apuntan, porque aquí cada tres meses ven cuántas notas generaste y por nota de

portada te dan un bono, te aplauden y el jefe te dice: muy bien, me gustó mucho, qué buena nota. Y si eres muy bueno y traes seis portadas consecutivas te conviertes en reportero platino y tu bono es más alto. Entonces, bueno, todos queremos estar en la portada casi siempre porque así como tiene su desgaste el hacer esta revista, pues las guardias, quédate un viernes hasta las 11, 12; pues también, te digo que, tiene su recompensa, el dueño de todas las revistas de este edificio, personalmente, te dice: me gustó tu nota. Entonces, imagínate, eso es bien motivante. Que alguien con esa empegadura ¿no?, una persona tan ocupada como el señor Flores se tome la molestia de decirte: me gustó tu nota, pues, bueno, te motiva más. Y eso, no todos los medios lo tienen ¡eh!; Le platico de las juntas, que es bien motivante las juntas de los miércoles que te digan, que te aplaudan, que te den un bono. Y eso es todos los miércoles, va uno feliz a la junta. Patricia Cuevas: Y si no hay un bono de por medio que digan: ¡ah! No llegó a portada, pero qué buena está. Y dices: no recibí un bono, pero qué padre que lo reconozcan ¿no?, y que diga también a todo el equipo: pues gracias por todos los que forman parte de este equipo, gracias a cada uno de ustedes por lograr esto. Y eso es todos los miércoles, créeme, todos los miércoles, va uno feliz a la junta.

***¿Con base en qué establecen las prioridades para la estructura y el contenido de las publicaciones de TV NOTAS?** Eso es más de los jefes de información? Sí, yo creo que ellos se van dando cuenta dependiendo de qué tan exclusiva sea la nota, es que, es eso, entre más exclusiva sea la nota y más fuerte, pues obviamente está en la portada y la jerarquizan así. Patricia Cuevas: lo que tú crees que nadie te va a ganar un lunes, un periódico, un programa de televisión, y que tú sabes que nada más lo trae; y depende el artista, del tema, esa es al de ocho, que es esta, la principal. Debe de haber el lado bonito, luego aquí publicamos bautizos; el lado pues rudo, las notas fuertes; el atractivo visual. O sea, debe de haber un equilibrio ¿no?, este, notas tiernas, por ejemplo: un bautizo, una boda, un cumpleaños. Por ejemplo, ésta podría ser como la nota tierna, la nota bonita, ésta es la nota fuerte, éste es el atractivo visual obviamente; y así se van jerarquizando. Las de cintillo son, pues, como las más sencillas de portada, pero no pierden la fuerza ¿no?, ponerle un cintillito aquí también es muy valioso, estas dos. Éste es un cintillo de abajo, a la mera hora yo creo que salió esta nota un domingo o un fin de semana seguramente, por eso se metió aquí, ¿no?, para no perder que quedara en interiores se consigue aquí un espacio y tu cintillo siempre va.

Hay una junta y se lleva como a votación ¿no?, para eso están los editores, los jefes de información, el jefe. Lo que pasa es que mira, por ejemplo, esta nota, por qué no llegó a ser la de ocho, porque esto lo dice Hilda Aguirre, o sea ella explota, pero aquí hay material fotográfico (Nota: “Qué barbaridad! Cachamos a ‘Pirru’ saliendo de una casa de masajes ‘completitos’... mientras Ana Bárbara estaba en el doctor, publicada en el número 707 de la semana 22, el 15 de junio 2010) ***¿Y si o declarara Silvia Pinal, ahí cambia?** Patricia Cuevas: No, es que son muchos factores: es el material fotográfico, la entrevista, el artista, el artista cuenta mucho ¿no? Silvia Pinal es un ícono de este país, yo no digo que no, pero lo dijo Hilda Aguirre, o sea, finalmente las declaraciones son fuertes y son buenas, pero ¿tú sabes lo que es generar esta nota? (Pirru) De verdad mis respetos para mis compañeros que la hicieron. De meterte a una casa de citas, tomar las fotos adentro, del Pirru, esperarlo a salir. Patricia Cuevas: es material muy, muy, muy exclusivo ¡eh! O sea, es demasiado

exclusivo, porque lo de Hilda Aguirre lo pudo haber dicho después en otro medio ¿no? Patricia Cuevas: Noooo, y Hilda Aguirre lo va a publicar si le habla mañana a *Mi Guía a Tv y Novelas* y sale, porque aquí también somos muy selectivos ¡eh!, y lo que tú veas en *Tv y Novelas*, en *Mi Guía* es información que *TV nOTAS* rechaza, *TV nOTAS* es muy elitista en cuanto a la información. Ahora te voy a decir otra cosa bien importante, no sé, tú has escuchado que muchos artistas desmienten las notas, o los mismos compañeros periodistas de otros medios, bueno, *TV nOTAS* tiene una página e internet, cualquiera se puede meter y escucha los audios, que son reales. Ahí también se puede verificar que las notas son reales, ¿tú crees que aquí *TV nOTAS* miente?, cuando estás viendo al tipo salir de la casa de masajes, ahí está, esa es una prueba, esta es una buena nota, muy buena nota. Ve aquí dentro las chicas, todo, la casa de masajes; y obviamente hay entrevistas con ellas. Patricia Cuevas: no, y aquí la labor fue de... a lo mejor fue un *tip* ¿no?, a lo mejor alguien nos llamó y nos pasó el tip, pero aquí la labor es del fotógrafo ¿no?, en este caso, mis respetos, porque te trae todo, ¡órale!, tú como jefe, como reportero le dices al fotógrafo: oye ¿sabes qué? hazte este *paparazzi* en tal y tal dirección, y el fotógrafo así se voltee de cabeza tiene la obligación de traerte las imágenes. Y tú como reportero o jefe de información ya cumpliste al generar la nota ¿no?, entonces tú ya empiezas a investigar, haces tus recuadros, tus entrevistas y ya es un complemento de foto con la nota, o con la entrevista, (con) lo cual se hace un reportaje muy completo y le dieron cuatro páginas ¿no? Ve, por ejemplo, esta sección está muy padre, ésta es especial, muy a tiempo con el tema de Sudáfrica, y aquí también le están dando a la gente, esto, por ejemplo, sí le aportas a la gente. Porque bueno, al menos, la gente ya sabe que en el 2006 se legalizaron los matrimonios (gay) en Sudáfrica o cuánto vale una moneda en Sudáfrica, a lo mejor la gente que no ha viajado a Sudáfrica, bueno, esto le puede servir como una referencia. No es muy a fondo, pero imagínate, son detallitos de Sudáfrica. Patricia Cuevas: se dan cuenta cómo se vive en Sudáfrica, ¡Claro!, cuáles son los estadios. Las reflexiones, tú me decías hace rato qué aporta, a nivel de espectáculos te digo, no está aportando mucho, pero, por ejemplo, una reflexión, por ejemplo esta de Gandhi, te hace sentir bien ¿no? en el alma. Mariano Osorio, él está hablando aquí de los malos hábitos, por ejemplo el cigarro, aporta ¿no? mmmm... no sé, datos curiosos, mundo insólito son cosas que también de alguna manera dices: mira. Estas columnas de Guillermo Ochoa son motivantes. El recetario, hay gente que compra *TV nOTAS* nada más por el recetario o por los horóscopos, es increíble. Esta señora que habló para decir que tiene cinco años de casada, una bebé y ama a su esposo, pero que le quiere poner el cuerno o que ya se lo puso, qué barbaridad. Patricia Cuevas: y hay muchas personas que viven algo así ¿no?, entonces ya un especialista te está dando una respuesta. O el doctor Abel Cruz con sus jugos, ensaladas milagrosas y tés que ayudan; asesores legales, cuánta gente no tiene un problema y dice: hijole, y lo lee aquí dice: mira nada más. Entonces yo creo que también tiene su aporte, su aporte bueno. Hay uno de *tips*, éste es muy bueno. Hay gente que los colecciona eh, o sea está bien, está padre, ve, esto bueno hay gente que los tiene todos, es impresionante. Pues bueno, creo que es una buena revista.

***¿Cuáles son los cambios más sobresalientes en *TV nOTAS* desde que apareció?** Pues mira esta sección, por ejemplo, cuando yo llegué todavía no la

hacían, foto-nota es una sección nueva. De los cambios que he visto, Patricia Cuevas: esa sección es muy divertida. Ésta, Sólo una más es nueva; Mariano Osorio es nueva la columna, sí ha habido cambios, pero buenos, cambios buenos. Patricia Cuevas: por ejemplo, el Portafolios ya incluye entrevista.

***¿En cuanto a tu forma de trabajar?** En mi forma de trabajar, de cuando estaba Matilde a ahorita, o de un año para acá, no, yo sigo trabajando igual. El tratamiento de mi nota es igual, claro que ahora le tengo que buscar más datos, porque antes a lo mejor no me exigían tanto la edad del artista, pero ahora sí o el recuadro. Patricia Cuevas: no, y ahora una nota pasa por mil manos. Sí, antes nada más pasaba por dos manos, Patricia Cuevas: o tres, cuatro ¿no?; corrección, editores, Matilde y jefes de información, bye. Ahora no, ahora pasa por la esposa del dueño, por la coordinadora, por la otra coordinadora, por editores, por jefes de información. O sea, pasa por muchas manos y entonces, yo entregué una nota el lunes, en lo que revisan todas, chance y está hasta el jueves para que la termine ¿no?, *** ¿Y te la llegan a cambiar?** No, bueno me piden que le anexe, sobretodo, más información. Entonces, bueno, hay que buscarle. Patricia Cuevas: es calidad ¿no?, a fin de cuentas sí es tedioso, es molesto, porque estás acostumbrado y porqué te distrae en otras notas, pero cuando lo ves publicado dices: ¡Ah! No, pues sí se ve padre o qué padre que sí publicaron los recuadros y todo. Porque sí nos ha dicho el licenciado Carlos Flores que él no va a sacrificar ni una milésima la calidad de la información ¿no?, de su revista. Entonces, sí es muy exigente en ese sentido. Mira imagínate, bueno aquí todavía está la directora editorial pero ya no está.

***¿Cómo es eso?** Aparece en el directorio, pero ahí si no sabemos por qué todavía aparece. Patricia Cuevas: Matilde ya no labora aquí, pero a lo mejor es socia de Carlos ¿no? y por eso sigue apareciendo en el directorio. A lo mejor están todavía arreglando cómo van a quedar ¿no? O por derechos reservados del nombre, realmente no sabemos por qué. Pero ese tipo de preguntas tampoco las hace unos ¿no?, sería como imprudente.

***¿Cuál es el número más vendido de TV NOTAS, qué contenía, y a qué crees que se debió el éxito de éste?** En 16 años que lleva la revista, no, ese dato si yo no. No, pues es que tiene 16 años y ha tenido portadas impresionantes. Patricia Cuevas: pues yo creo que la de la boda de Niurka. Muchas ¡eh! Yo creo que son muchas. Patricia Cuevas: es que, es impresionante cuánto vende TV NOTAS, de verdad. Yo creo que este número es un trancazazazo (número 707 de la semana 22 junio 01) ¿no? porque nadie se imagina. Nooo, la que trajo Omar, de Lety Calderón. Patricia Cuevas: La de Lety Calderón con Collado también yo creo que se vendió muy bien. Y también fueron fotos reales y ese paparazzi existió aunque todo mundo se empeñó en desmentirnos, sí fue real, de verdad, si no, no se hubiera publicado.

*** ¿Cuál revista consideras que es la competencia directa de TV NOTAS?** TV y Novelas intenta ser la competencia. ***¿Trabajaste ahí?** Sí, estuve ahí y una temporada fue muy buena. En una temporada TV y Novelas trató por todos los medios, yo sé que llegó en algún momento como a cimbrar en el 2002 al 2004, más o menos, esos dos años, llegó en algunos momentos a cimbrar esta revista, trajo notas TV y Novelas muy buenas pero nunca pudo alcanzar a TV NOTAS. Y hoy día se ha caído tanto TV y Novelas, tanto, es una revista taaaan rosa, taaaan aburrida además, pero taaaan aburrida, ay que la verdad, aparte la ves en cinco minutos. Patricia Cuevas: tan conformista, se me hace muy conformista, como que se quedan así... a la mitad... la nota ahí plasmada, fotos

horribles y aquí no. Mal diseñada ¿no? Patricia Cuevas: Aquí se cuida todo, el diseño, la fotografía, la entrevista, la información, todo, todo, todo a detalle, cosa que no tienen las demás revistas. Y pudieran hacerlo, porque tienen todo para hacerlo ¡eh! , de verdad, pero se me hace que son como flojos y conformistas. Como que hay mucho conformismo en los demás medios, sobretodo escritos de espectáculos como *Mi Guía, TV y Novelas, TV y Más*. Yo creo que ahorita *TV nOTAS* no tiene competencia alguna. No, no tiene. Patricia Cuevas: Inclusive ni *Caras*, no *Hola*, ni *Quién*, porque también ellos compran sus exclusivas y *TV nOTAS* termina publicándolo igual. Yo creo que el único caso que el *Hola* le ha dado fuerte a *TV nOTAS*, yo siento, mi parecer, y eso lo veo como público, no como periodista; quizás cuando el *Hola* trajo a Aracely Arámbula embarazada de Luis Miguel y cuando presentaron a Miguelito, esos números, por esas notas, nada más ¡eh!, de ahí en fuera no veo cuáles más, porque es Luis Miguel, nada más por eso. Patricia Cuevas: Sin embargo, *TV nOTAS* trajo, destapó el romance de Luis Miguel con Aracely, destapó la reconciliación de Luis Miguel con Michelle (Salas), entonces también se la lleva de calle ¿no?, por mucho. Que sí te queda el gusanito de decir: ¡Ay!, por qué no nos la dio a nosotros ¿no?, ¿obvio no?, pues no. También ellos tienen su criterio y deciden en qué revista salir.

***¿Cuál es la diferencia entre *TV nOTAS* y las otras publicaciones de espectáculos?** La calidad, las exclusivas. La calidad en todo lo que te hemos dicho. El color, más llamativo.

***¿Qué opinas de las críticas que establecen que revistas como *TV nOTAS* desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos?** No, es que él es incongruente. O sea, él, lo que te digo, yo no tengo nada contra Álvaro Cueva, pero me parece lamentable que una persona que escribe de espectáculos, que se dice crítico, otra vez me pregunto ¿quién le dijo a él que era crítico de espectáculos?; digo yo soy periodista de espectáculos, reportera, porque bueno, mi gafete dice que soy reportera ¿no?, soy periodista porque tengo un título en mi casa y una cédula profesional que dice; licenciada en periodismo. O sea eso me lo dio a mí la escuela, este puesto me lo dieron aquí. Pero entonces yo te puedo decir que soy reportera. Pero a él, quién le dio un título que diga: crítico de televisión o de medios, o de cine. Eso a mí me molesta mucho, cuando alguien dice es que los críticos de cine, es que los críticos de televisión, hay un curso para ser crítico. Una cosa es ser columnista, tú como columnista, bueno, puedes hablar y puedes dar tu opinión. Pero ya decir: es que yo soy crítico de televisión, o sea cómo, porque tienes siete televisiones en tu casa y estás grabando todos los programas y críticas cuál está bien hecho, cuál está mal. Tú para criticar un programa de televisión tienes que tener un curso de producción, de dirección, de muchas cosas, no es nada más decir: es que actúa mal, es que estuvo mal la estenografía, es que... no, no es tan fácil. Yo no podría ser crítica de televisión ¡eh!, la verdad.

*** Te agradezco mucho.**

Entrevista a Alejandro Isunza /fotógrafo de TV nOTAS

El martes 30 de marzo de 2010, entrevisté al fotógrafo Alejandro Isunza en las oficinas de *Notmusa*.

Personales:

* **¿Qué estudiaste y en dónde?** Estudié fotografía en la universidad de El Claustro de Sor Juana durante tres años. No pude terminar porque ya no tuve dinero para pagar las colegiaturas. Es una escuela bastante cara. Me faltó un año.

* **Tu preparación es como fotógrafo, no como periodista....** Ajá, como fotógrafo profesional con una especialidad de fotografía de estudio, de retrato. Se puede decir que eso es lo que estudié.

* **¿Cómo defines al periodismo de espectáculos?** El periodismo de espectáculos en los últimos años ha tenido otra vertiente más hacia cuestiones morbosas y superfluas de la vida de los artistas y de los famosos de la farándula ¿no?, entonces, para mí el periodismo de espectáculos es eso. Manejar cuestiones muy personales, íntimas, incluso de los artistas y no sólo de los artistas, sino que también de los productores y de otros medio que tienen que ver también con el espectáculo.

* **¿Consideras que el periodismo de espectáculos es tan importante y trascendental como el político o el económico?** No, el periodismo de espectáculos es más bien de entretenimiento. Se me hace más importante y más trascendente, por ejemplo, el periodismo de la política porque tiene que ver con el rumbo del país, decisiones importantes que la gente tiene que tomar para que el país mejore culturalmente, económicamente y socialmente.

* **¿Cómo surgió tu interés por el periodismo de espectáculos?** Yo llegué al periodismo de espectáculos por azares del destino. O sea, por las mismas circunstancias que yo iba viviendo. En realidad para nosotros, los que estudiamos una carrera de fotografía, no hay mucho futuro si no es con contactos y si no es por palancas. El fotógrafo lleva una vida difícil. Si te gusta publicar tu trabajo y que los demás lo conozcan, es difícil. Es una élite muy cerrada. Entonces, si no conoces a alguien o si no te haces "cuate de alguien", no puedes trascender.

Yo llegué al periodismo de espectáculos, afortunadamente, por mis propios medios, a mí nadie me recomendó, yo vine aquí a pedir trabajo y pues sí han creído en mí. Yo siento que no soy mal fotógrafo y por eso me han dado la oportunidad en todos los lugares donde yo he ido a solicitar trabajo, me han dado la oportunidad porque le llama la atención mi trabajo. Pero difícilmente sucede eso ¿no?, de hecho yo estuve trabajando de otras cosas durante dos años porque como te digo no conozco a nadie, nos soy amigo de nadie, ps entonces no me dan trabajo.

* **¿Qué es lo apasionante y fascinante de tu profesión?**

De mi profesión hay cosas muy satisfactorias. Por ejemplo, viajar, conocer, desarrollar tu trabajo en otros lugares. Tienes el privilegio de conocer lugares bastante paradisíacos, no nada más puedes hacer todo el tiempo fotografías de espectáculos, sino que también he tenido la oportunidad de hacer, por ejemplo, paisaje, costumbrismo, uno que otro documental sobre cuestiones de la gente, cuestiones sociales en las diferentes regiones donde he visitado, los diferentes estados de la República. Incluso he tenido chance de viajar a Estados Unidos,

a Centroamérica, a Cuba, lugares donde yo no conocía y que el periodismo de política difícilmente te da la oportunidad de tomar esos viajes.

En los periódicos es muy diferente, yo trabajé en el periódico Excelsior muchos años también y todo se maneja igual, con palancas, con conocidos. Y bueno, ps si yo soy cuate del director a mí me van a dar los mejores viajes, las mejores notas donde tengo chance de lucir mi trabajo.

Y aquí no es tanto eso, aquí es un poco más democrático, más parejo. Todos tenemos la oportunidad de viajar aquí, todos tenemos nuestra visa, nuestro pasaporte y a todos se nos da la oportunidad por igual de realizar esos viajes.

***¿Qué es TV NOTAS?** Aparte de que es mi fuente de empleo, mi fuente de ingresos, es una revista que se vende muchísimo para mí es la más vendida de México. Pese a que su contenido no es muy de mi agrado, pero, pues es lo que a la gente le gusta ver.

A la gente le encanta enterarse de la vida privada e íntima de los artistas. Por eso la compran, desgraciada o afortunadamente, así es.

***¿Desde cuándo trabajas en TV NOTAS?** Tres años.

***¿Qué significa para ti formar parte de TV NOTAS?** Significa todo y nada a la vez, no sé. Si me he sentido realizado, significa un poco de realización; significa conocimiento; significa aprender cosas nuevas. Sobre todo tratar a los artistas, no es muy fácil que digamos. En ese sentido sí hemos batallado con muchos artistas porque son muy altivos, por no decir sangrones. Hay quienes son más humildes y hay quienes son más déspotas, más arrogantes.

Periodismo de espectáculos en México:

***¿Consideras que el periodismo de espectáculos es importante para la sociedad? ¿Por qué?** Sí, representa un factor importante de entretenimiento.

***¿Por qué sería importante el entretenimiento para la gente?** Porque a la gente no le puedes llenar la cabeza de cuestiones políticas que también es bastante malo. O sea, viendo que el país está pasando por una crisis política bastante fuerte, la gente muchas veces se harta de llenarse la cabeza de cuestiones políticas. Igual, la política como está en todo, tiene que ver con la salud, tiene que ver con la educación, tiene que ver con la economía. Entonces si tú le das a la gente un periodismo donde nada más ven ese tipo de cuestiones, pues se hartan, no les interesa. Se entretienen y les da curiosidad saber sobre la vida íntima de los artistas.

*** ¿Se ha devaluado el periodismo de espectáculos con el tiempo?**

Sí, definitivamente sí. Porque ha dejado de ser periodismo a mero chisme, se ha denigrado.

***¿Cuál es la función social del periodista de espectáculos?** Entretener, solamente entretener.

*** ¿El trabajo del periodista de espectáculos se ha desvirtuado, antes lo importante era investigar y ahora lo trascendental es ganar la noticia para venderla?** No, también se requiere de un trabajo. Hasta para lograr, por ejemplo, unas fotos de *paparazzi* tienes que investigar dónde viven, qué coche tienen, con quiénes se relacionan, a qué lugares les gusta ir. Sí implica un trabajo de investigación, más un poco como los investigadores privados ¿no?, y entonces esas técnicas de investigación las tiene que aplicar en tus notas porque de esa forma se logra, por ejemplo, algunas fotografías de *paparazzi* y cuestiones así.

***¿El periodismo de espectáculos es un periodismo especializado?** Sí, necesitas estar preparado. No cualquiera, sí tiene que ser un periodismo especializado, tienes que lograr una trayectoria para entonces saber cómo está el movimiento. Tienes que conocer a los artistas, tienes que crear una base de datos, desde sus domicilios hasta sus coches, y sus hijos, quiénes son, todo, todo, porque la gente lo que quiere saber es la vida privada de los artistas, la vida íntima, incluyendo familiar, sexual y todo ¿no?

***¿En el ambiente de los espectáculos se hace uso de la superficialidad, o siempre hay investigación?** Sí, definitivamente sí hacemos uso de la superficialidad. Explotamos lo superfluo, se puede decir. Para nosotros satisfacer en la gente esa necesidad de saber, satisfacer su curiosidad en cuanto a los artistas.

* **¿Qué pasaría si el periodismo de espectáculos regresara a lo de antes, a hablar únicamente del trabajo de los artistas y dejar de lado los escándalos y aspectos de su vida privada?** Pues yo creo que dejaría de ser un factor de entretenimiento y pasaría a ser otra vez un factor periodístico, como lo era antes.

* **Entonces, el trabajo que hace TV nOTAS ¿es periodismo?** No, no es periodismo. Es entretenimiento.

* **¿Es necesario que mejore el periodismo de espectáculos?, ¿Se puede hacer algo para mejorarlo? ¿Qué?** Sí, definitivamente se tiene que encontrar un equilibrio entre el periodismo verdadero de espectáculos y el chisme ¿no?, y el morbo. O sea *ok*, de acuerdo, el chisme vende, el morbo vende, pero, realmente lo tienes que equilibrar con un contenido de periodismo verdadero. No puedes estar atacando, atacando, atacando a los artistas y balconando su vida personal. También tienes que consentirlos, también tienes que decir: bueno, este, sí le puso el cuerno a su esposa, pero este cuate también está en esta novela, lo hace muy bien, tiene talento, es buen actor, es versátil y todas esas cuestiones. Pienso que debe haber un equilibrio entre todo eso ¿no?

Ok a la gente le encanta el chisme ¿no?, pero también tienes que decirle, pues es que no todo es chisme ¿no?, de esa forma, tal vez logrando un equilibrio ya se compensaría un poco.

* **¿Sientes que TV nOTAS hace eso?** No, no lo hace. *TV nOTAS* saca puro chisme, chisme, chisme, incluso hablando mal de los artistas y eso nos hace los más odiados. De todos los periodistas de espectáculos somos los más odiados por los artistas a tal magnitud que, por ejemplo, *Televisa* nos tiene vetados, no podemos entrar a sus eventos, a sus locaciones y todo lo tenemos que hacer a escondidas.

* **¿Cómo se podría limpiar la imagen negativa que se tiene del periodismo de espectáculos?** Precisamente con eso, logrando un equilibrio entre periodismo real y chisme. Desgraciadamente el chisme ya no lo puedes erradicar porque el periodista de espectáculos ha creado un monstruo con todo esto que es alimentar el morbo de la gente, el chisme. Solamente podrías rescatarlo utilizando como medio de conducto el equilibrio.

Sobre TV nOTAS:

***¿A qué público se dirige TV nOTAS ? (nivel socioeconómico, edad, género)** *TV nOTAS* está dirigida a todos los niveles socioeconómicos. A *TV nOTAS* yo la he visto en grandes, por ejemplo, cuando todavía estaba Valentina de Albornoz con su clínica, ahí tenía a *TV nOTAS* y veía gente de clase alta. Te estoy hablando de un nivel A, A+, ojeando la revista de *TV*

nOTAS y desde ahí hasta nivel C, E+, se podría decir que más *TV nOTAS* está enfocada a un nivel B, B medio.

Hombres y mujeres entre 12 y 50 años ¿no?, es una revista que tiene una gran capacidad de penetración.

***¿Cómo lograron el gran impacto que tienen en la sociedad al grado de ser una de las principales o más reconocidas revistas de espectáculos en el país?** Alimentado el morbo de la gente.

*** ¿Qué es para ti la ética periodística?** Es saber qué es lo bueno y qué es lo malo a tu juicio. Qué es lo que puede repercutir negativamente en la sociedad, qué puede ser un mal ejemplo o resultar una apología de algún delito o de alguna cuestión superflua o negativa.

Por ejemplo, las infidelidades, la gente lo puede tomar como ah pues si Gabriel Soto le fue infiel a Geraldine Bazán, pues yo también le voy a ser infiel a mi chava, pues si hasta los famosos lo hacen.

Esta cuestión es grave, ¿no?, ahí entra la ética profesional de los editores, finalmente son los que dicen esto se publica, esto no se publica. Los editores deben tener más ética que el reportero incluso ¿no?

*** Digamos, a ustedes nada más les corresponde traer la información y ya ¿depende de la ética de ellos?** Ajá, y de la de nosotros también, ¿no? La ética es eso, decir qué nota, o qué publicación puede incidir negativamente en la sociedad, sobretodo en la gente joven.

***¿Existe un código de ética en *TV nOTAS*, Notmusa o bajo qué reglas éticas se rigen?** No.

*** Tú en lo personal, en tu trabajo, ¿cómo aplicas la ética?** No la aplico.

No, yo como fotógrafo o como *paparatzzi*, digo pues bueno si se están besando y si le está poniendo el cuerno a su esposa, ahí lo tomo. Es lo que a mí me va a dar de comer en realidad.

*** Como persona, ¿qué valores rescatas de ti?** Yo en lo personal trato de ser honesto. Trato de ser humilde, aunque no siempre lo logro y bueno creo que en términos generales soy una buena persona. Vamos, no robo, no violo, no hago ningún delito y pues trato de ser honesto, de no mentir, de hacer el bien por lo menos a mi familia y a mis amigos.

***¿Cómo aplican la ética en la selección y redacción de la información?** No se aplica. No se aplica ninguna ética aquí en el periodismo de espectáculos, ninguna. Un chisme entre más fuerte, entre más grave, mejor. Va a vender más.

Y nosotros aquí, los dueños de esta compañía editorial y los grandes empresarios editoriales, solamente piensan en términos económicos, no les importan los términos periodísticos. Si para ellos una nota se vende, una nota que incida negativamente, por ejemplo, el hijo de Rodrigo Vidal que se le encontró por allá en Saltillo, Coahuila, se le encontró un hijo y que quién sabe qué, o sea si todo eso (que) incide negativamente en la sociedad vende, pues ellos lo van a sacar. No les importa la ética, no les importa el periodismo real de espectáculos, no les importa nada más que vender. El dinero, vender, vender, vender, es todo lo que quieren enriquecerse.

*** Algunas personas podrían considerar que presentar en cada publicación que en *TV nOTAS* pagan más por fotografías o videos no es ético, ¿qué piensas al respecto?** De esa manera nosotros establecemos contactos que nos avisan en dónde están los artistas para mandar nosotros *paparatzzis*. Nosotros tenemos *paparatzzis* ubicados en puntos estratégicos de la ciudad

donde sabemos que es frecuente ver a los artistas. Ellos están posicionados y en cuanto la gente nos habla por teléfono se le paga la llamada y se manda un paparazzi.

***No hay como un precio establecido...** No, según el artista. Te estoy hablando desde 500 pesos hasta tres, cuatro mil pesos.

***¿El trato es directo contigo?** No, el trato es directo con los jefes de información. Nosotros nunca manejamos dinero.

***¿Cuál es el límite entre lo público y lo privado para TV nOTAS?** No existe. No existe un límite entre lo público y lo privado, siempre se va a inclinar más TV nOTAS por lo privado; por cuestiones sociales, cuestiones sexuales, cuestiones familiares de los artistas. Siempre se va a ir más por lo privado. A TV nOTAS casi no le interesan las cuestiones públicas. Que si participó en una obra de teatro, que si hizo una develación en tal obra de teatro. No, esas cuestiones no le interesan a TV nOTAS.

***¿Cómo detectas que algo no es factible que TV nOTAS lo publique?** Ah pues cuando es algo, por ejemplo, TV nOTAS nunca va a publicar el tlaquetazo de una telenovela más que cuando los personajes son sumamente polémicos o han tenido chismes fuertes.

*** ¿Cómo defines sensacionalismo, chisme y del morbo? ¿TV nOTAS hace uso de estos aspectos?** Sí claro TV nOTAS hace uso del sensacionalismo, del chisme y del morbo. El morbo pues es todo aquello que tiene que ver con cuestiones sexuales de los artistas, si se operó el abdomen, que si se operó los glúteos, los senos, la cara. (Chisme) ah pues que si le puso el cuerno a su mujer, cuestiones siempre personales y cosas indebidas que hagan los artistas para nosotros es chisme. Sensacionalismo, bueno pues que si en tal novela tuvieron una escena de cama, eso para nosotros es sensacionalismo.

*** ¿Cómo preparan cada publicación?** Durante la semana a partir del lunes TV nOTAS el cuerpo de reporteros se dedica a buscar información, buscar notas, ya sea por llamadas telefónicas, por contactos o incluso muchos artistas tienen páginas en redes sociales y ahí te enteras de todo también. Se van recopilando notas, notas y notas y por ahí del miércoles, jueves o viernes, ya se empiezan a seleccionar cuáles son las mejores notas, cuáles son las que van a ir en la portada de tal modo que para el domingo que se hace el cierre de la edición tú ya debes tener armada tu portada y tus interiores. Tienes que estar en coordinación con los señores de la publicidad y tus interiores. Qué notas van a ir al principio, qué notas van a ir en medio, qué notas van a ir al final. *** Todo eso lo determinan...** Los coordinadores editoriales.

*** Con base en qué establecen las prioridades para la estructura y el contenido de las publicaciones de TV nOTAS?** Un artista entre más polémico mejor. Por ejemplo, Lucero es una persona muy polémica por la trayectoria y por los sucesos que han acontecido entorno a su carrera. Por ejemplo, Alejandro Fernández, siendo hijo de Vicente, también hizo una develación en tal obra n resulta un personaje muy polémico. Si tú tienes notas de esos artistas, entonces se utiliza el criterio para publicarlas.

Ellos dicen que como son artistas renombrados, no se diga Alejandra Guzmán, que son artistas polémicos y renombrados a cada rato por el entorno en el que se han desarrollado sus carreras artísticas, por declaraciones que han dado anteriormente y todo eso se considera que esos artistas son polémicos y por lo tanto publicables, venden.* **Por ejemplo, independientemente de los eventos a los que te manden, ¿buscas siempre preferentemente a este**

tipo de artistas? Sí, en un evento pues yo busco la nota ¿no?, el chisme. A ver qué están haciendo, no tanto es el evento en sí, sino lo que hacen.* **¿Estar al pendiente de sus movimientos?** Sí, por ejemplo, si a mí me mandan a cubrir el programa Segunda Oportunidad de *TV Azteca*, a mí no me interesa si el equipo rojo está nominado a ser expulsado. A mí me interesan los jueces, a mí me interesa cómo van vestidos. Me interesa si Dulce trae escote o si lo trae en la espalda o qué tipo de calzado traen. Me interesa, por ejemplo, si se está sacando el moquito, si se está acomodando una *bubby*, si se cayó, si se resbaló. O sea todas esas cuestiones son las que yo utilizo como criterio para cubrir la nota.

***¿Cuáles son los cambios más sobresalientes en *TV nOTAS* desde que apareció?** Desde que entré sí ha habido cambios, en primer lugar últimamente ya no está Matilde Obregón. Últimamente las riendas las lleva un consejo editorial que se está apenas adaptando a las necesidades de los reporteros y de los coeditores, y que bueno, todavía es muy pronto para decir si está dando frutos. En realidad ahorita la revista está en una etapa de transición en la que todavía no se establece bien qué es lo que se va hacer, qué línea editorial, qué criterios y qué rumbo va a tomar la revista.

***¿Desde que no está Matilde ha habido un cambio en la forma de trabajar?** Aún no, todavía se sigue haciendo igual, pero sí hay un consejo editorial que determina qué notas entran, qué notas no entran y ya traen un criterio establecido desde antes.

***¿Cuál es el número más vendido de *TV nOTAS*, qué contenía, y a qué crees que se debió el éxito de éste?** No, no lo sé.

***¿Cuál revista consideras que es la competencia directa de *TV nOTAS*?** La competencia directa es *Tv y Novelas*, esa es su competencia directa. *Tv y Novelas* surgió mucho antes que *TV nOTAS*, creo que ya lleva 20, 25 años que esta en el mercado. *TV nOTAS* tiene apenas 15 años, pero *TV nOTAS* ha logrado repuntar porque no tiene restricción alguna con los artistas.

O sea *TV nOTAS* te puede publicar lo que sea de cualquier artista y *Tv y Novelas* no. A *Tv y Novelas* le marcan una línea muy estricta donde dice ¿sabes qué? No puedes publicar nada de Eduardo Yáñez, nada que sea negativo. No puedes publicar nada negativo de Aracely Arámbula. Todo tiene que ser color de rosa, todo tiene que ser bien. Y bueno de este núcleo de artistas no quiero que me los toques, no quiero que hables ni bien, ni mal y bueno ya de todos los demás, pues lo que quieras.

***¿Cuál es la diferencia entre *TV nOTAS* y las otras publicaciones de espectáculos?** Las ventas, *TV nOTAS* es la más vendida por mucho, respecto a *TV y Novelas*, respecto a *Mi Guía*, respecto a la revista *Nueva* y muchas otras que tienen el mismo giro de chismes de los famosos.

* **Y en cuanto al trabajo que hacen es por lo mismo que me decías, ¿esto de irse por el morbo?** Sí, *TV nOTAS* es puro morbo ¿no?, nunca van a hablar bien de un artista o nunca van a hablar de su trayectoria artística o del talento que tienen. Siempre van a hablar de la vida privada, de sus errores, de sus infidelidades y de cuestiones sexuales. Desgraciadamente es lo que vende, desgraciadamente para la sociedad y afortunadamente para nosotros.

***¿Qué opinas de las críticas que establecen que revistas como *TV nOTAS* desvirtuaron el sentido del periodismo de espectáculos?**

Sí, sí estoy de acuerdo totalmente porque empezaron a sacar cuestiones íntimas de la vida social de los artistas. Sí. * **Gracias Alejandro.**

FUENTES CONSULTADAS

- Aguado Cruz, Eduardo Fernando. *Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana*. México, Trillas, 2009.
- Ander Egg, Ezequiel. *Introducción a las técnicas de la investigación social*. Buenos Aires, Humanitas, 1987.
- Armentia Vizuet, Ignacio; Caminos Marcet, José María. *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona, Ariel, 2002.
- Arroyo Almaraz, Isidro. *Ética de la Imagen*. España, Laberinto Comunicación, 2000.
- Azara, Pedro. *Imagen de lo invisible*. Barcelona, Editorial Anagrama, 1882.
- Aznar, Hugo, *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios, Barcelona España*, Ariel Comunicación, 1999.
- Aznar, Hugo; Villanueva, Ernesto (coordinadores), *Deontología y autorregulación informativa. Ensayos desde una perspectiva comparada*, México, Fundación Buendía, UNESCO, Universidad Iberoamericana, 2000.
- Baena Paz, Guillermina. *Géneros periodísticos informativos*, México, Pax, 1990.
- Baena Paz, Guillermina. *Metodología de la investigación*, México, Publicaciones cultural, 8ª edición, 2005.
- Barrera, Carlos (coord). *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, España, Ariel Comunicación, 2004.
- Bell, Judith. *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación*, España, Editorial Gedisa, 2005.
- Beristáin, Helena, *Diccionario de retórica y poética*, México, 7ª edición, Porrúa, 1995.
- Bond, Fraser, *Introducción al periodismo. Estudio del cuarto poder en todas sus formas*, México, Limusa, 1992.
- Calsamiglia, Helena; y Tusón, Amparo. *Las cosas del decir*, Ariel, Barcelona, 2000. p.15.

- Chapoy, Pati, *La indiscreta, 10 años de Ventaneando*, México, Grijalbo, 2006,
- Charles R. Wright, *Naturaleza y función de la comunicación de masas. Comunicación de masas*. México, Paidós, 1986.
- Fernández del Moral, Javier; Esteve Ramírez, Francisco. *Fundamentos de la información periodística especializada*, España, Síntesis S.A., 1993.
- Fernández del Moral, Javier (Coord). *Periodismo Especializado*. Barcelona España, Ariel, 2004.
- Font, Doménech. *El poder de la imagen*. Barcelona, Editorial Aula Abierta Salvat, 1981.
- González Reyna, Susana. *Géneros Periodísticos 1, Periodismo de Opinión y Discurso*, México, Trillas, 1991. p.5.
- González Reyna, Susana. *Géneros Periodísticos 1, Periodismo de Opinión y Discurso*, México, Trillas, 1ª reimpresión, 2005.
- Guajardo, Horacio. *Elementos de periodismo*, Ediciones Gernika, México, 1982.
- Hernández López, Rogelio, *Sólo para periodistas, manual de supervivencia en los medios mexicanos*, México, Grijalbo, 1999.
- Hernández Rodríguez, Edgar, et.al. *La Guerra en los medios y los medios de la guerra, Iraq 2003*, México, Comunicación y Política Editores, 2003.
- Herrán, María Teresa; Darío Restrepo, Javier, *Ética para periodistas*, Colombia, TM Editores, 1ª reimpresión, 1998.
- López de Zuazo, Antonio. *Diccionario del periodismo*, Madrid, Pirámide 1990.
- Marín, Carlos, *Manual de periodismo*, México, Grijalbo, 2004, 2ª reimpresión.
- Martínez Albertos, José Luis. *Curso general de redacción periodística.*, Barcelona, Mitre, 1884.
- Martínez Albertos, José Luis. *La noticia y los comunicadores públicos*, España, Ediciones Pirámide, 1978.

- Pêcheux, Michel. *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid, Gredos, 1978.
- Pérez Cotten, Marcelo; y Tello, Nerio. *La entrevista radial*, La crujía ediciones, Buenos Aires, 2004
- Priess, Frank. et.al. *Periodismo, ética, responsabilidad y paz: Reflexiones para periodistas*. Colombia, Uniboyacá, 2002.
- Prieto Castillo, Daniel. *La fiesta del lenguaje*, México, Editorial Coyoacán, 1994.
- Recio Dávila, Cirilo. *Apuntes sobre ética periodística*, México, Gobierno del estado de Coahuila, Editorial la República de las Letras, 2003.
- Riva Palacio, Raymundo. *Manual para un nuevo periodismo, vicios y virtudes de la prensa escrita en México*. México, Plaza & Janés, 2005.
- Rivadeneira Prada, Raúl, *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México, Trillas, 2004, 1ª reimpression.
- Rodrigo Alsina, Miquel. *La construcción de la noticia*, España, Editorial Paidós Comunicación, 1993, 2ª edición.
- Romero, Lourdes. *La realidad construida en el periodismo. Reflexiones teóricas*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2006.
- Ryszard Kapuściński. *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*, Bogotá, FCE, Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, Fundación Proa, 2004, p.23.
- Secanella, Petra M. *Periodismo de Investigación*, España, Tecnos, 1986.
- Trejo Delarbre, Raúl. *Volver a los medios, de la crítica a la ética*, México, Cal y Arena, 1997.
- Videla Rodríguez, José Juan, *La ética como fundamento de la actividad periodística*, Madrid, España, Fragua Comunicación, 2004.
- Vivaldi, Martín. *Curso de redacción*, Paraninfo, Madrid, 1982
- Wolf, Mauro. *La Investigación de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 1987.

Tesis:

- Beltrán Pérez, Tagle; García Cuevas, Norma Mónica; et. al., *La reivindicación del reportero de la fuente de espectáculos en la prensa escrita*, México, EPCS, 1998.
- De los Ángeles Pérez Casas, Gabriela. *Propuesta de lineamientos para la producción de programas de espectáculos en Organización Radio Fórmula*. México, Tesis UNAM, FCPS, 2000.
- González Rivera, Paola, *Los paparazzi como fórmula del éxito en el periodismo de espectáculos*, EPCS, 2003
- Morón Díaz, Paulina; y Rojas Medina, Sandra. *El negocio detrás del periodismo de espectáculos en México*, México, EPCS, 2005.
- Ochoa López, Verónica, *Periodismo Infantil: pasado y presente de los suplementos para niños del DF*, México, FCPyS, UNAM, 2000.
- Peláez, Miguel Ángel, *Ética Periodística*, FCPyS, UNAM, 2004.

Consultas electrónicas:

- Azteca internet 2009. Dirección URL: <http://www.tvazteca.com/vengalaalegria/especialista/ana-maria-alvarado> [Consulta 27 agosto 2009 19:20 horas].
- Bionatura, dirección URL: <http://bionatura.com.mx/historia.html> [Consulta 27 agosto 2009 a las 18:20 horas].
- Blog de Julio Carreto, *Niveles socioeconómicos de México según AMAI*, 20 de agosto de 2009. Dirección URL: <http://profecarreto.blogspot.com/2009/08/niveles-socioeconomicos-de-mexico-segun.html> [Consulta 5 de enero de 2010 a las 20:50 horas].
- Blog de Julio Morales, *La imagen*, 30 de junio de 2006. Dirección URL: <http://esperadactividad.blogspot.com/2006/06/sinergias-comunicativas-la-imagen.html> [Consulta 28 de enero de 2010 a las 16:00 horas].

- Comunicación, sociedad y cultura. Perfil biográfico y pensamiento. Infoamerica. Dirección URL: <http://www.infoamerica.org/teoria/pecheux1.htm> [Consulta 8 de febrero de 2010 a las 19:20 horas]
- Cueva, Álvaro, *Pozo de los deseos reprimidos, mejor periodismo de espectáculos*, publicado el 28 de agosto de 2007. Dirección URL: <http://www.celap.net/DOCUMENTOS/Alvaro%20Cueva%201.doc> [Consulta 10 de junio de 2009 a las 16:30 horas].
- De buenas a la 1, Dirección URL: <http://www.lasnoticiasmexico.com/95560.html> [Consulta 17 de agosto de 2009 a las 15:00 horas].
- Diccionario de la Real Academia Española. Dirección URL: [Real Academia Española, Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/](http://buscon.rae.es/drae/) [Consulta 15 de abril de 2009 a las 15:26 horas].
- Diccionario de la Real Academia Española. Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=chisme [Consulta 2 abril 2008 a las 15:32 horas].
- Diccionario de la Real Academia Española. Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=espectaculos [Consulta 2 abril 2008 a las 15:32 horas].
- Diccionario de la Real Academia Española. Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=imagen [Consulta 28 de enero de 2010 a las 15:26 horas].
- Diccionario de la Real Academia Española. Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=morbo [Consulta 2 abril 2008 a las 15:35 horas].
- Diccionario de la Real Academia Española. Dirección URL: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=periodismo [Consulta 15 de abril de 2009 a las 15:26 horas].
- Editorial Notmusa S.A. de C. V., 2003. Dirección URL: <http://www.notmusa.com.mx/index.swf> [Consulta 5 de junio de 2009 a las 2:25 horas].

- Fernández Obregón, Francisco Javier. *Especialización, futuro del periodismo*. Revista Latina de Comunicación Social, 1998. Dirección URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/0obr.htm> [consulta 8 de junio de 2009 a las 11 horas].
- Instituto Mexicano de la Radio (IMER) a través del Sistema Nacional de Noticiarios presenta: *Todos los lunes: la agenda en los medios* con Mario Campos de 09:05 a 09:30 horas dentro del noticiario Antena Radio Primera Emisión, por Horizonte 107.9 de FM; XEB, 1220 de AM y las 10 emisoras de IMER en la República Mexicana. Dirección URL: http://www.noticias.imer.com.mx/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=28&Itemid=197&limit=61&limitstart=61 [Consulta 10 de enero de 2010 19:00 horas].
- KALA 2005. Dirección URL: <http://www.kala.com.mx/sitio/kala.html> [Consulta 27 agosto 2009 a las 19:35 horas].
- *Ley de imprenta*, Dirección URL: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/leyes/imprenta.pdf> [Consulta 10 de julio de 2009 a las 16:00 horas]
- Liliana Lobet. *¿La función social del periodismo o periodismo social?*, s/editor, s/lugar de edición. Dirección URL: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Llobet.pdf [consulta 2 de junio de 2009 a las 15:22 horas].
- LinkedIn Corporation 2009. Dirección URL: <http://www.linkedin.com/pub/edda-montull/15/1ab/866> [Consulta 27 agosto 2009 18:30 horas].
- *Magnta*, Dirección URL: <http://www.magnta.com.mx/?Art=80> [Consulta 18 de agosto de 2009 a las 17:20 horas].
- Mario Campos, *Entrevista a Matilde Obregón y Álvaro Cueva*, México, Noticias IMER, 21 de abril de 2008. Dirección URL: http://www.noticias.imer.com.mx/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=28&Itemid=197&limit=61&limitstart=61 [Consulta 10 de enero de 2010 19:00 horas].

- M. Bárbara Martínez. Dirección URL:
http://www.123people.es/ext/frm?ti=person%20finder&search_term=barbara%20martinez%20gonzalez&search_country=ES&st=person%20finder&target_url=http%3A%2F%2Fird.yahooapis.com%2F_ylc%3DX3oDMTVnMW9kdWphBF9TAzlwMjMxNTI3MDIEYXBwaWQDc1k3Wlo2clYzNEhSZm5ZdGVmcmkzRUx4VG5makpERG5QOWVKV1NGSkJHcTJ1V1dFa0xVdm5lYnNBeUNyVkd5Y2REVEIUX2tIBGNsaWVudANib3NzBHNlcnZpY2UDQk9TUwRzbGsDdGI0bGUEc3JjcHZpZAMual81dUdLSWNYb1BqX0dkc0JYX20waXBxODV4b0VxV3ZoUUFEaW1J%2FSIG%3D12sar2jr5%2F**http%253A%2F%2Fwww.infolancer.net%2Ffreelance%2FMARIA BARBARA MARTINEZ GONZALEZ%2F6f3s9fabyiw91eutpw1§ion=weblink&wrt_id=344 [Consulta 27 agosto 2009 18:00 horas].
- Mendoza González, Jessica, *Chismes de papel*, México, El Universal.com.mx, 28 de diciembre de 2000. Dirección URL:
http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=14632&tabla=espectaculos [Consulta 7 de enero de 2010 22:00 horas].
- Notimex, El Siglo de Torreón, 28 de septiembre de 2005. Dirección URL:
<http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/172366.defiende-chapoy-al-periodismo-de-espectaculos.html> [10 de junio de 2009 15:47 horas].
- Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación, Dirección URL:
http://www.gobernacion.gob.mx/PNMI/PNMP_resultadosmi.php?idr=749&medio=3 [Consulta 5 de enero de 2010 20:15 horas].
- Potencial Humano TV, Fundación Mundial para la Paz A.C. Dirección URL: <http://www.leonardo.fm/mostrar.html?info=leonardostemberg> [Consulta 27 agosto 2009 a las 19:00 horas].
- Revista *Líderes Mexicanos*, Matilde Obregón, 1 de octubre de 2007. Dirección URL: <http://www.lideresmexicanos.com/2007/10/matilde-obreg-n/> [Consulta 18 de agosto de 2009 18:00 horas].
- Rubén Carbajal, Currículum. Dirección URL:
<http://www.rubencarbajal.com/home.html> [Consulta 27 agosto 2009 a las 20:00 horas].

- SAYFEX.COM. Dirección URL:
<http://www.terebermea.com.mx/portal/curriculum.htm> [Consulta 27 agosto 2009 a las 18:35 horas].
- Sesma, Humberto. *Periodismo de Espectáculos, secuestrado*, septiembre de 2008, Dirección URL: <http://www.etcetera.com.mx/pag40-43ane95.asp> [Consulta 10 de junio de 2009 15:30 horas].
- Van Dijk, Teun A. “Discurso, cognición y sociedad”, en *Signos. Teoría y práctica de lo educación* Octubre-Diciembre de 1997. p. 66-74. ISSN: 1131-8000. Dirección URL:
<http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso%20cognicion%20y%20sociedad.pdf> [Consulta 8 de febrero de 2010 a las 19:00 horas].

Revistas:

- Editorial Notmusa, *TV nOTAS*, Número 450. Semana 25, Junio 14, 2005.
- Editorial Notmusa, *TV nOTAS*, Número 564, Semana 34, Agosto 21, 2007.
- Editorial Notmusa, *TV nOTAS*, Número 726, Semana 41, Octubre 12, 2010.

Conferencias:

- Primer seminario sobre ética periodística coordinado por el profesor Óscar Casillas. Conferencia: “Ética periodística el regreso a los ciudadanos”. Lunes 26 de abril de 2010 a las 11:00 hrs. en el Auditorio Ricardo Flores Magón de la FCPyS. Participaron: Jacinto Rodríguez presidente de PRENDE (Fundación Prensa y Democracia de la Universidad Iberoamericana) y Juan María Alponente, profesor de la FCPyS, UNAM.