

875224



**UNIVERSIDAD VILLA RICA**

**ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**"EL ESPECTÁCULO: ¿PERIODISMO O CHISME?  
ESTUDIO DE DOS REVISTAS MEXICANAS:  
TVYNOVELAS Y TVNOTAS"**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:**

**NORELY MUÑOZ ROSENDO**

**Director de Tesis**  
LIC. DAVID EMILIO BARQUERO MARTÍNEZ

**Revisor de Tesis**  
LIC. MARÍA GUADALUPE CRUZ NUÑEZ

**BOCA DEL RIO, VER.**

**2006**

0352939



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.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE Norely Muñoz Rosendo

FECHA: \_\_\_\_\_

FIRMA *Norely*

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1 – METODOLOGÍA</b> .....	4
1.1. Planteamiento del problema .....	5
1.2. Justificación .....	7
1.3. Objetivos .....	8
1.4. Hipótesis .....	9
1.5. Variables .....	9
1.6. Definición de variables .....	9
1.7. Tipo de estudio .....	10
1.8. Diseño .....	11
1.9. Población y muestra .....	12
1.10. Instrumento de medición .....	14
1.11. Recopilación de datos .....	20
1.12. Proceso .....	21
1.13. Procedimiento .....	21
1.14. Análisis de datos .....	22
1.15. Importancia del estudio .....	22
1.16. Limitaciones del estudio .....	22
<b>CAPÍTULO 2 – MARCO TEÓRICO</b> .....	24
2.1. Periodismo .....	25
2.1.1. Breve historia del periodismo .....	26
2.1.2. El periodismo: definición .....	30
2.1.3. Los géneros periodísticos .....	34

2.1.4. Aspectos éticos .....	38
2.2. Periodismo de espectáculos y periodismo del chisme .....	44
2.3. La revista: publicación especializada .....	51
2.3.1. Las publicaciones en México .....	61
2.4. Publicaciones de espectáculos en México .....	72
2.4.1. Antecedentes .....	76
2.5. La televisión como propulsora del periodismo de espectáculos y del periodismo del chisme en México .....	81
<b>CAPÍTULO 3 – ANÁLISIS DE DOS CASOS: TVyNOVELAS Y</b>	
<b>TV NOTAS</b> .....	88
3.1. TVyNovelas .....	89
3.1.1. Análisis de caso de TVyNovelas .....	91
3.2. TV Notas .....	106
3.2.1. Análisis de caso de TV Notas .....	108
3.3. Gráfica del contenido principal de las revistas TVyNovelas y TV Notas .....	123
<b>CAPÍTULO 4 – CONCLUSIONES</b> .....	124
<b>FUENTES CONSULTADAS</b> .....	132
<b>ANEXOS</b> .....	137

## INTRODUCCIÓN

En 1993 se dio un giro en la historia nacional de la televisión mexicana cuando ésta se abrió a la competencia con la entrada de Televisión Azteca al mercado, dando fin al monopolio de cuarenta y tres años que hasta entonces había tenido Televisa. Con la competencia llegó una nueva opción y se redescubrió una nueva forma de atraer al público: el espectáculo.

Los espectáculos comenzaron a reclamar su lugar en un medio donde la política, los deportes, y hasta la bolsa y el tiempo, habían tenido cabida. El nacimiento de nuevos y más artistas, y la búsqueda de modelos sociales, hicieron que el periodismo de espectáculos tomara fuerza y se multiplicara como una plaga. Una industria había renacido. Una industria sobre la cual hasta el momento se ha escrito e investigado nada pues es un hecho que no existen muchos estudios al respecto.

Si bien, desde el inicio de la televisión y del periodismo en México los espectáculos y la prensa tabloide siempre habían estado presentes, no es hasta la década de los 90 cuando el fenómeno resurge en todo su esplendor. *Todo para la mujer* en la radio y *Ventaneando* en la televisión marcaron una fórmula que muchos programas más siguieron en ambos medios y que en la prensa encontró su mejor vehículo a través de las revistas.

Actualmente, la oferta de revistas que abordan alguna o varias de las áreas del espectáculo goza de la preferencia de los lectores asiduos a tal medio. Por tal razón, numerosas revistas se han sumado a la competencia. La promesa de todas es proporcionar la mejor y más actualizada información, y una gran cantidad de exclusivas, respaldadas por un grupo de profesionales del periodismo. La proliferación de medios que abordan los temas del espectáculo es una realidad. No obstante, también lo es el hecho de que en cierto modo se ha caído en un exceso; los límites entre los hechos noticiosos y la vida personal han perdido proporción, hasta llegar a un punto en que el periodismo de espectáculos parece haberse convertido en un periodismo del chisme. Precisamente, el eje central de este trabajo consiste en determinar hasta qué punto el chisme se ha apoderado del contenido de dichas revistas y así dimensionar un fenómeno que va a la alza en nuestro país.

Así, en la presente tesis se realiza un análisis de contenido de las principales revistas de espectáculos en México, *TVyNovelas* y *TV Notas*, con el fin de conocer qué tan apegadas están las publicaciones de espectáculos a las reglas básicas del periodismo, y se analiza la cantidad de contenido que destinaron a la vida privada y pública de los artistas.

Esta investigación es un intento por abrir, en la medida de lo posible, un espacio en la investigación de medios, que evalúe la calidad de la información; ampliar el campo de investigación en torno al periodismo proporcionando información acerca de un área poco estudiada hasta el momento y aportar conocimiento histórico de los antecedentes de las publicaciones de espectáculos en México.

Para lograr lo anterior, el estudio se ha dividido en cuatro capítulos. En el primero se desarrolla el instrumento de medición, las categorías bajo las cuáles se analizaron las revistas, el número de ejemplares seleccionados de cada una, así como todo lo relacionado a la metodología de este trabajo.

El segundo capítulo busca establecer lo que es el periodismo de espectáculos y el periodismo del chisme, tomando como base los principios que rigen al periodismo tradicional y lo que es el chisme. Asimismo, se muestra una breve historia del periodismo, la revista y las publicaciones de espectáculos en México. También se abordan las características principales de las revistas con el fin de indicar las causas que han permitido que éstas se establezcan como un medio permanente e idóneo para la transmisión de información relacionada con la farándula. Finalmente, un apartado donde se explica la importancia de la televisión en el surgimiento del periodismo de espectáculo y más tarde del periodismo del chisme.

En el capítulo 3, se muestran los resultados obtenidos del análisis de contenido precedidos por una breve descripción de la historia y características de las revistas de espectáculos que forman parte del estudio. Por último, las conclusiones se presentan en el capítulo 4.

**CAPÍTULO 1**  
**METODOLOGÍA**

### **1.1. Planteamiento del problema.-**

El periodismo de espectáculos es la actividad de brindar responsablemente cada cierto tiempo información verídica sobre las celebridades y/o famosos de la industria del entretenimiento (cine, música, radio, teatro y televisión), a través de uno o varios medios de comunicación. En la década de los noventa, el periodismo de espectáculos vivió un resurgimiento tras la aparición de TV Azteca en escena al volverse tanto un medio de promoción como de ataque. Sin embargo, el periodismo de espectáculos no se limitó a la televisión y poco a poco fue ganando mayores espacios tanto en la prensa como en la radio. Pronto, aquello que sucedía tanto frente a las cámaras como tras bastidores encontró más escaparates.

El mundo del espectáculo ha demostrado ser de gran interés para el público en general, prueba de ello es que en los últimos años se han multiplicado los espacios dedicados al espectáculo con la intención de satisfacer el deseo del público por conocer los proyectos y la vida de las estrellas. No obstante, el periodismo de espectáculos cubre cada vez más la vida privada de los artistas dejando a un lado la vida profesional; todo esto da como resultado lo que podría considerarse como un periodismo del chisme.

Por otro lado, hablar de lectura en México es sinónimo de escasez y aburrimiento. Poco es lo que se lee y poca la disposición que se tiene por tomar un libro y zambullirse en sus páginas. Según cifras de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) se lee aproximadamente un libro al año por persona, 25 por ciento de lo recomendado como mínimo por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la

Cultura (UNESCO). Aunado a esto México enfrenta un 9.5 por ciento de analfabetismo -10 millones de personas- según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), además de un alto nivel de analfabetismo funcional, es decir, personas que saben leer, pero no practican la lectura<sup>1</sup>. Debido a lo anterior, ha habido un decrecimiento en la producción de libros; sin embargo, en el caso de las revistas, ha sido todo lo contrario, en especial las de espectáculos.

Este estudio es un análisis de contenido que determinó si el chisme se ha convertido en la base del periodismo de espectáculos en México al analizar los números publicados durante el período mayo-septiembre del 2004 de las revistas *TV Notas* y *TVyNovelas*. Las preguntas de investigación que surgieron en un principio fueron:

- 1) ¿Cuáles son los antecedentes de las revistas de espectáculos en México?
- 2) ¿El chisme ha desplazado al hecho noticioso en las revistas de espectáculos en México? Y, si es así, ¿Cuál es el porcentaje de chismes presentados en el contenido de las revistas de espectáculos en México?
- 3) ¿Qué contenido utilizan en sus portadas para atraer a los lectores?

Lo anterior se contestó al hacer un recuento de las revistas de espectáculos que han surgido hasta la fecha en México. Asimismo se analizó qué tan apegadas están las publicaciones de espectáculos a las reglas básicas del periodismo, y se analizó la cantidad de contenido que destinaron a la vida

---

<sup>1</sup> Periódico Vanguardia, [en línea], *Mexicanos leen menos de un libro cada año*, Redacción Vanguardia, 2002, <http://www.vanguardia.com.mx/hub.cfm/FuseAction.Detalle/Nota.236087/SecID.29/index.sai>

privada y pública de los artistas. Igualmente, se analizaron sus portadas para determinar de qué manera atraen al público.

## **1.2. Justificación.-**

El espectáculo es un área que cada vez ocupa mayores espacios en todos los medios masivos de comunicación en México, sobre todo en medios impresos. Las revistas de espectáculos ocupan el primer lugar de preferencia de los lectores —cerca del 30%— sobre publicaciones de corte político o cultural —que tienen poco más del 12%<sup>2</sup>. Debido a esta demanda, han surgido un sin número de revistas de espectáculos que prometen dar la mejor y más actualizada información, y una gran cantidad de exclusivas respaldadas por un grupo de “expertos” en periodismo.

Si bien las revistas de espectáculos están en auge, también lo es el hecho de que en cierto modo se ha caído en un exceso. Los límites entre los hechos noticiosos y la vida personal parecen haber perdido proporción. Este desequilibrio que se presenta en el periodismo de espectáculos en las revistas, y principalmente su cobertura de los hechos noticiosos, es lo que motivó esta investigación.

Por medio del análisis de las principales revistas de espectáculos se determinó que tanto el chisme se ha apoderado del contenido de dichas revistas y así dimensionar un fenómeno que va a la alza en nuestro país. De ahí el título de este trabajo: “El Espectáculo: ¿Periodismo o Chisme? Estudio de dos revistas mexicanas: *TVyNovelas* y *TV Notas*”. Esta investigación es un

---

<sup>2</sup> Riva Palacio, Raymundo, “Cultura política, medios de comunicación y periodismo en México”, *Revista Mexicana de Comunicación*, Año XII, No. 57, enero-marzo de 1999, pp. 24-28.

intento por abrir, en la medida de lo posible, un espacio en la investigación de medios, que evalúe el contenido de la información periodística dedicada a los espectáculos. También se intentó ampliar el campo de investigación en torno al periodismo, ya que se proporciona información acerca de un área poco estudiada hasta el momento y aportar conocimiento histórico al investigar los antecedentes de las publicaciones de espectáculos en México.

### **1.3. Objetivos.-**

#### **Objetivo general:**

Determinar qué espacio ocupa el chisme en el contenido de las revistas de espectáculos *TVyNovelas* y *TV Notas*.

#### **Objetivos específicos:**

1. Describir los antecedentes de las publicaciones de espectáculos en México.
2. Identificar las tendencias temáticas de las publicaciones *TVyNovelas* y *TV Notas*.
3. Identificar las tendencias temáticas de las portadas de las revistas *TV Notas* y *TVyNovelas*.
4. Establecer el balance que existe entre textos e imágenes en las revistas de espectáculos.
5. Definir las características de las revistas de espectáculos a partir de dos casos.

#### **1.4. Hipótesis.-**

**Hipótesis de trabajo:** El chisme predomina sobre la información de espectáculos en las revistas *TVyNovelas* y *TV Notas*.

**Hipótesis nula:** El chisme no predomina sobre la información de espectáculos en las revistas *TVyNovelas* y *TV Notas*.

#### **1.5. Variables.-**

**Variable Independiente:**

El chisme

**Variable dependiente:**

Las revistas de espectáculos

#### **1.6. Definición de variables.-**

Chisme:

*Definición conceptual:* Información trivial o comentario negativo acerca de la vida íntima de personas ausentes y que, por lo tanto, no puede ser comprobado. Su intención es provocar rumores que se difundan a la sociedad y, a su vez, reacciones que indispongan a unas personas con otras.

*Definición operacional:* Noticias, entrevistas, reportajes, editoriales, crónicas, artículos y columnas.

### Revistas de espectáculos:

*Definición conceptual:* Publicación periódica que aborda información sobre una de las áreas de la industria del entretenimiento (cine, música, teatro y televisión) o varias de ellas. Por lo general, ofrece promociones, exclusivas, fotografías, carteles y otros obsequios. Aparece cada semana, quince días, mes u otro período con el mismo título.

*Definición operacional:* *TVyNovelas* y *TV Notas*.

### **1.7. Tipo de estudio.-**

Se realizó un estudio descriptivo; éste consistió en medir, evaluar o recolectar datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes de un fenómeno, en este caso el contenido de las revistas *TVyNovelas* y *TV Notas*, para así describir lo que se investigó.

Con este estudio se determinó si el chisme se ha convertido en la base del periodismo de espectáculos al analizar las revistas mexicanas de este género y cuantificar la cantidad de chismes en su contenido, en ningún momento se pretendió dar una explicación de este fenómeno, sino simplemente describir sus características tal como se presenta en la actualidad.

A pesar de que este estudio fue principalmente descriptivo, también se hizo una investigación histórica al realizar una breve indagación sobre los antecedentes de las publicaciones de espectáculos en México con la intención de identificar los orígenes de dicho género.

### **1.8. Diseño.-**

Se llevó cabo una investigación no-experimental, utilizando un diseño transversal descriptivo. La investigación no experimental se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes, y se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que ya ocurrieron, o se dieron sin la intervención del investigador.

El diseño transversal descriptivo se realiza en un momento único en el tiempo; y tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables o ubicar, categorizar y proporcionar una visión de una comunidad, un evento, un contexto, un fenómeno o una situación. El procedimiento consiste en medir o ubicar a un grupo de personas, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, en una variable o concepto y proporcionar su descripción.

Este tipo de diseño se adecuó muy bien a esta investigación porque lo que se buscaba era identificar, observar y describir las revistas de *TVyNovelas* y *TV Notas*, específicamente durante un período de cinco meses, en este caso, los meses de mayo, junio, julio, agosto y septiembre del 2004. La variable independiente a estudiar (chisme) no fue manipulada ya que es un concepto que ha sido definido con anterioridad. No hubo asignación al azar de los sujetos de estudio porque ya pertenecen a una categoría, en este caso son las revistas de espectáculos.

## **1.9. Población y muestra.-**

### **Población:**

Debido a la gran variedad de revistas de espectáculos mexicanas y el poco tiempo disponible para realizar este estudio, se decidió utilizar solamente aquellas publicaciones semanales que tuvieran por lo menos 5 años de antigüedad y un tiraje de por lo menos 500, 000 ejemplares a nivel nacional. Las publicaciones seleccionadas fueron: *TVyNovelas* y *TV Notas*.

También se limitó el tiempo de estudio a cinco meses que comprendió de mayo a septiembre del 2004; en este periodo se publicaron veinte ejemplares que sirvieron para sacar la muestra, ya que se trata de revistas semanales.

### **Muestra:**

Se seleccionó una muestra probabilística. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó el software *STATS™* presentado por *Comunicometra, S.C.* y por *Decision Analyst, Inc*; este programa viene incluido en el cd-room de obsequio del libro *Metodología de la Investigación* de Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio en su tercera edición del año 2003. A continuación se especifican los pasos que se siguieron en el programa *STATS™* para el cálculo de la muestra:

- 1) Se determinó el tamaño del universo. En el lapso de cinco meses cada revista semanal emitió 20 ejemplares, tomándose en cuenta que son dos publicaciones, el tamaño del universo fue de 40.

- 2) Una vez establecido el universo, se indicó el error máximo aceptable, el porcentaje estimado de la muestra y el nivel deseado de confianza; en este caso fue de 5%, 99% y 95% respectivamente.
- 3) Con lo anterior, obtuve el tamaño de la muestra que fue de 12.13; por razones de redondeo quedó en 12 y se repartió de esta manera: 6 ejemplares de *TVyNovelas* y 6 ejemplares de *TV Notas*.

Para el intervalo de selección se utilizó el procedimiento de selección sistemática de elementos muestrales que consiste en la aplicación de la siguiente fórmula:

$$K = \frac{N}{n}$$

K: intervalo

N: universo

n: muestra

El resultado final fue de un intervalo de cada 4.6 números. Así los números analizados fueron: No. 18, 22, 26, 30, 34 y 38 de la revista *TvyNovelas*. Mientras que de la revista *TV Notas* fueron los números 390, 394, 398, 402, 406 y 410.

Cabe mencionar que la publicidad se descartó del estudio; los horóscopos, las trivias, los tips y carteles sólo se tomaron en cuenta para la clasificación general del contenido de las revistas sin llegar a su análisis, pues éstos son complementos y obviamente no se refieren a hechos informativos ni responden a un formato periodístico.

### **1.10. Instrumento de medición.-**

Para esta investigación se utilizó el análisis de contenido. Éste comienza a ser utilizado en el siglo XVIII y según Bernald Berelson, citado por Thomas D. Stewart, es "un método de investigación que permite la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación"<sup>3</sup>. De acuerdo a este autor la objetividad se logra al realizar un proceso sistemático, aunque esto no resulta total, ya que el investigador determina las categorías y unidades en que se segmentará el texto a examinar.

El análisis de contenido se utiliza con tres propósitos:

1. Describir características de los mensajes de comunicación.
2. Hacer inferencias al conocer antecedentes de tales mensajes.
3. Hacer inferencias sobre las consecuencias de los mensajes.

Este método permite examinar tanto textos escritos como visuales o auditivos, así como las variedades o géneros que pueden existir dentro de cada uno.

También, el análisis de contenido permite estudiar objetos de comunicación ya existente y adaptarse a éstos. Es decir, la información que busca conocer el investigador ya existe y no se produce por una especificación posterior como sucede en el caso de las entrevistas, encuestas y experimentos, por ejemplo. De la misma manera, el análisis de contenido facilita la codificación de grandes volúmenes de información, además de ofrecer la posibilidad de cuantificar frecuencias para posteriormente realizar una interpretación.

---

<sup>3</sup> Stewart, Thomas D., *Principles of Research in Communication*, EE.UU., Ally and Bamon, 2002, p.21

Con la intención de lograr un mejor análisis, el estudio se dividió en tres partes:

1. Clasificación del contenido de las publicaciones de acuerdo al género periodístico al que corresponden: informativo, de opinión u otro (las recomendaciones, las trivias, los horóscopos, entre otros).
2. Análisis profundo sobre lo abordado en el contenido correspondiente a los géneros informativos y de opinión.
3. Análisis básico sobre el contenido de las portadas, su balance de temas y gráficos.

El estudio de estas áreas se realizó con la intención de identificar, en primer lugar, el contenido general de la publicación y, por tanto, la información que ésta privilegia. Es decir, establecer si se le da prioridad al género informativo, al de opinión o bien a otras cuestiones. En el caso de los géneros informativos y de opinión, se buscó establecer a qué se le presta más atención (tema), además de qué tan exhaustiva es la presentación de la información (notas y reportajes). Finalmente, el análisis de portadas ayudó a establecer aquellos elementos sobre los cuales la revista se apoya para atraer la atención del lector (vida personal o profesional del artista, imágenes o contenido).

#### **Clasificación del contenido de las publicaciones según el género periodístico:**

Las categorías se definen de la siguiente manera, tomando las dos primeras de Vicente Leñero y Carlos Marín en su libro *Manual de Periodismo*:

1. Género Informativo: Implica el relato puntual de los hechos, sin lugar a opiniones por parte del reportero. Dentro de éste se incluyen las siguientes subcategorías:
  - a. Nota o noticia informativa: Comprende información sobre un hecho actual, desconocido e inédito. Los elementos que integran la noticia son el hecho (qué), el sujeto (quién), el tiempo (cuándo), el lugar (dónde), la finalidad (por qué y para qué) y la forma (cómo).
  - b. Entrevista: Responde a una conversación periodística y se divide en entrevista noticiosa, entrevista de opinión y entrevista de semblanza. La primera responde a la necesidad de obtener información sobre un hecho; la segunda busca recoger las impresiones de quien está envuelto en el hecho, es decir, sus juicios, comentarios o percepciones; y la tercera se realiza para obtener datos referentes al carácter, el modo de pensar, datos biográficos, anecdóticos o de trayectoria de un personaje.
  - c. Reportaje: Es el género mayor del periodismo, dado que en él convergen revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o más entrevistas, las notas de la columna y el relato secuencial de la crónica, al igual que la interpretación de los hechos. En este caso el reportero se vale de ciertos recursos literarios.
2. Género de opinión: Permite la emisión de juicios por parte de quien escribe en relación al hecho. Se divide de la siguiente manera:
  - a. Artículo: Es el género a través del cual el periodista expresa sus ideas, opiniones o puntos de vista sobre un tema o hecho.

- b. Editorial: Espacio donde la publicación da a conocer su punto de vista sobre un hecho o tema determinado.
  - c. Crónica: Es el relato secuencial y detallado de los acontecimientos de un hecho.
  - d. Columna: Informa y comenta sobre uno o varios acontecimientos de interés general. Aparece siempre en el mismo espacio, con nombre y periodicidad fijo, además de ser escrito por el mismo autor.
3. Otros: En esta categoría entra todo aquel contenido que no tiene relación con el periodismo o con los personajes del espectáculo (los horóscopos, las trivias, los tips, los carteles, cartas a la redacción, etc.).<sup>4</sup>

### **Análisis de los géneros Informativo y de opinión:**

#### Género Informativo (noticias informativas, entrevistas y reportajes)

Se utilizaron de manera uniforme las siguientes categorías:

1. Extensión general: Se trata del espacio que ocupa la noticia, entrevista o reportaje dentro de una página(s). Se divide en las siguientes subcategorías: Mínima (media página o menos), Corta (1 a 2 páginas), Mediana (3 a 4 páginas) y Larga (de 5 páginas en adelante). Esta división se determinó a partir de la observación de las extensiones de las revistas a analizar.
2. Extensión textual: Importancia que le asigna a las palabras. Se subcategoriza de esta manera: Mínima (1 a 3 párrafos), Corta (4 a 6 párrafos), Mediana (7 a 8 párrafos) y Larga (9 párrafos en adelante). Al

---

<sup>4</sup> Véase Anexo 1.

igual que a extensión general, esta división se establece a raíz de la observación de las revistas a analizar.

3. Extensión gráfica: Importancia de las imágenes como medio de información periodística. Se divide en cuatro subcategorías: Mínima (1 a 3 imágenes), Corta (4 a 6 imágenes), Mediana (7 a 9 imágenes) y Larga (9 o más imágenes).
4. Contenido principal: Tendencia temática de las publicaciones. Resultan las siguientes subcategorías: Opinión del artista (sobre algún tema), Trayectoria del artista, Proyecto de trabajo (musical, teatral, televisivo, etc.), Vida personal (romances, divorcios, bodas, vida familiar, etc.) y Premios/Premlaciones<sup>5</sup>.

En el caso de las noticias informativas y reportajes se agregó la siguiente categoría:

1. Cobertura periodística: Determina qué tan exhaustiva es la información en las noticias. Se subcategorizaron de acuerdo a las preguntas que debe responder toda nota informativa: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué o para qué. Una nota informativa se considera completa si ha respondido por lo menos a cuatro preguntas. Esta categoría también se aplica al reportaje<sup>6</sup>.

Para las notas informativas también se agregó la siguiente categoría:

1. Utilización de adjetivos: Se buscó establecer la objetividad del periodista al hacer comentarios sobre un artista, es decir, se midió el uso de

---

<sup>5</sup> Véase Anexos 2-4.

<sup>6</sup> Véase Anexos 3 y 4.

adjetivos usados. Se divide en las siguientes subcategorías: Nulo (0 adjetivos), Moderado (1 a 2 adjetivos), Abundante (3 a 4 adjetivos) y Excesivo (5 en adelante)<sup>7</sup>.

### Género de opinión (artículos, editoriales, crónicas y columnas)

Básicamente se utilizaron las mismas categorías que en el género informativo con algunas variaciones en las subcategorías. Estas categorías se utilizaron de manera uniforme y quedaron así:

1. Extensión general. Subcategorías: Mínima (media página o menos), Corta (1 página), Mediana (2 páginas) y Larga (3 páginas en adelante).
2. Extensión textual. Subcategorías: Mínima (1 párrafo), Corta (2 párrafos), Mediana (3 párrafos) y Larga (4 párrafos en adelante).
3. Extensión gráfica. Subcategorías: Mínima (1 imagen), Corta (2 imágenes), Mediana (3 imágenes) y Larga (4 o más imágenes).
4. Contenido principal. Subcategorías: Vida Intima del artista (romances, divorcios, bodas, vida familiar, etc.), Vida profesional del artista (desempeño laboral) y Programas (telenovela, noticieros, etc.)<sup>8</sup>.

### **Análisis de las portadas:**

Se establecieron las siguientes categorías:

1. Uso de titulares: Esta categoría busca medir la cantidad de titulares utilizados para llamar la atención del lector. Se divide en cuatro

---

<sup>7</sup> Véase Anexo 3.

<sup>8</sup> Véase Anexo 5.

- subcategorías: Escaso de (1 a 3), Moderado (4 a 6), Abundante (7 a 9) o Excesivo (10 o más)
2. Extensión gráfica: Se trata de cuantificar las imágenes utilizadas para atraer al lector. También tiene cuatro subcategorías: Corta (1 a 3 imágenes), Mediana (4 a 6 imágenes), Abundante (7 a 9 imágenes) o Larga (10 o más).
  3. Tema del titular: Se busca establecer qué temas son utilizados para atraer la atención del lector. Aquí hay dos subcategorías: Profesional (titulares que se refieran al trabajo del artista) y Personal (titulares relacionados con la vida íntima del artista). Con el objetivo de cuantificarlas, se han dividido a su vez las anteriores subcategorías en: Nula (0 menciones), Escasa (1 a 3 menciones), Moderada (4 a 6 menciones) o Alta (7 ó más menciones)<sup>9</sup>.

### **1.11. Recopilación de datos.-**

En la recolección de datos se llevaron a cabo los siguientes pasos:

1. Primero se definió con precisión el universo y se extrajo una muestra representativa.
2. Más adelante se establecieron las unidades de análisis.
3. Se continuó con el establecimiento y definición de las categorías y subcategorías que presentaron las variables de investigación.
4. Se prosiguió con la elaboración de las hojas de codificación.
5. Con lo anterior, se efectuó la codificación.

<sup>9</sup> Véase Anexo B.

6. Una vez terminada la codificación, se vaciaron los datos de las hojas de codificación y se obtuvieron los totales para cada categoría.
7. Para finalizar se realizaron los análisis estadísticos apropiados.

#### **1.12. Proceso.-**

- Reunir información que aborde los antecedentes de las publicaciones de espectáculos en México.
- Realizar el análisis de contenido de las revistas de espectáculos mexicanas.
- Interpretar los datos resultantes del análisis de contenido.

#### **1.13. Procedimiento.-**

- Consultar Internet en busca de referencias bibliográficas.
- Visitar bibliotecas.
- Establecer universo, unidades de análisis, categorías y subcategorías.
- Elaborar hojas de codificación.
- Efectuar la codificación de frecuencias.
- Vaciar datos, obtener totales y analizar estadísticamente los datos.
- Realizar gráficas.
- Observar los resultados e interpretarlos.

#### **1.14. Análisis de datos.-**

Se llevó a cabo un análisis estadístico por medio de una computadora, utilizando el programa *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*, en español: Paquete Estadístico para Ciencias Sociales, versión 12.0. Primero se describieron los datos (variables) y posteriormente se efectuó el análisis estadístico para relacionar las variables.

#### **1.15. Importancia del estudio.-**

Este estudio aportará información acerca de un tema poco abordado hasta el momento, me refiero al periodismo de espectáculos y de un nuevo género que se ha venido desarrollando en los últimos tiempos: periodismo del chisme; con esto se ampliará el campo de investigación en torno al periodismo.

También se contribuirá con conocimiento histórico acerca de los antecedentes de las publicaciones de espectáculos en México y de la revista en general.

Por otro lado, la calidad con la que el periodismo es ejercido en el área de espectáculos resulta sumamente importante, ya que este tipo de publicación se ha convertido en el texto básico que lee el mexicano.

#### **1.16. Limitaciones del estudio.-**

La principal limitante de este trabajo fue la poca bibliografía que existe acerca del periodismo de espectáculos y el periodismo del chisme como tal. En libros nacionales este tema es casi inexistente mientras que en libros extranjeros se toca muy poco.

Otro problema que surgió fue la dificultad para conseguir los números de las publicaciones requeridas para la investigación, ninguna de las editoriales encargadas de publicar *TV Notas* y *TVyNovelas* venden números atrasados; por lo tanto, las revistas tuvieron que rastrearse en puestos de periódicos y revistas usadas.

**CAPÍTULO 2**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1. Periodismo.-**

El periodismo tiene cuatro motivos principales para existir: Informar, Interpretar, guiar y divertir. Dentro de éstos, el primero representa la columna vertebral del periodismo. Idealmente sólo debe proporcionársele al lector o espectador la noticia sin hacer comentarios al respecto o expresar una opinión sobre el tema, a menos de que el género lo permita como en la columna, el editorial, el artículo o la crónica.

La oportunidad, precisión, veracidad y objetividad son algunas de las características que deben reflejar las noticias. Es precisamente el último punto el que más controversia genera a su alrededor. Cada hecho puede ser interpretado de distintas maneras según quienes hayan participado en él. El periodista tiene la obligación de mostrarlas todas y no escapa de incluir la suya. Es aquí donde entra la discusión de la ética, la opción de elegir.

Colombo indica que "el periodismo tiene como causa y efecto de su trabajo la condición esencial de las democracias: la libertad"<sup>10</sup>. No obstante, no debe tomarse a ésta como un pretexto para utilizar la información a conveniencia. Por el contrario, debe considerarse a la libertad de prensa como una libertad que informa, ya que permite que quien la reciba tenga conocimiento de más aspectos sobre un hecho.

La libertad sobrevive solamente si se le utiliza, aunque su uso irresponsable erosiona sus bases. Por lo tanto, la ética de los medios de

---

<sup>10</sup> Colombo, Furio, *Últimas noticias sobre el periodismo*, 2ª ed., Barcelona, Anagrama, 1998, p.7.

comunicación abarca más que la imparcialidad: protege y preserva a la libertad misma.

Sin embargo, en la práctica los medios no funcionan siempre respetando la libertad de los otros. Es una realidad que los medios son un negocio y por tanto uno de sus objetivos es generar utilidades. Una forma de lograrlo es vendiendo la noticia por medio de titulares más llamativos, ofreciendo información exclusiva o bien haciendo de ésta un espectáculo o del espectáculo, noticia.

Los siguientes apartados tienen como objetivo dar un recorrido por la historia del periodismo, construir una teoría sobre el periodismo de espectáculos y del chisme tomando como base al periodismo tradicional, sus géneros y los problemas éticos que enfrenta; aclarar los conceptos asociados a este tipo de información; y abordar la historia y particularidades de las revistas tanto de forma general como las especializadas en el espectáculo en México.

### **2.1.1. Breve historia del periodismo.-**

Antiguamente las noticias se manejaban o transmitían como una tradición oral, a ésta le siguieron los manuscritos hechos sobre papiros, pergaminos o papel, en los cuales egipcios, persas y griegos (entre otros) relataban lo que sucedía a su alrededor, dejando, de esta manera, una constancia material de los acontecimientos de diversas épocas. Un ejemplo claro de esto se da en Babilonia, donde, al parecer, existían ciertas personas que desempeñaban la tarea de historiógrafos, y cuya responsabilidad parecía ser la de escribir diariamente los acontecimientos públicos, religiosos y

económicos en tablas de arcilla, valiéndose de signos cuneiformes (con forma de cuña) para ello.

Como indica Héctor Troyano, "el periodismo como tal nace en Roma desde el momento en que se comenzaron a realizar comentarios, memorias históricas y actas, en las que no sólo aparecen edictos sino también noticias de sociedad, sucesos y comentarios"<sup>11</sup> (también existían diarios de información pública, uno de ellos era el *Acta pública* y el otro el *Acta diurna*, que eran de carácter oficial). Más adelante, en la Edad Media, la práctica escrita de la información cayó en desuso, aunque algunos reyes escribieron las crónicas de sus gestas y los juglares contaron, de pueblo en pueblo, las hazañas de guerreros, los milagros y los acontecimientos de la época en las diversas regiones de Europa, volviéndose, de esta manera, a la tradición oral.

Es en el siglo XIII cuando se vuelve a las formas escritas de consignar lo que sucede, con la creación de la *Nouvelle manuscrite*, en donde se difundían noticias. Más tarde, en el siglo XV, aparece el *Journal d'un bourgeois*, en París, con noticias y anécdotas. Sin embargo, éstos sólo eran medios efímeros que no gozaban de mucha popularidad, lo que habría de cambiar durante el Renacimiento italiano, cuando comienzan a aparecer un gran número de avisos y hojas narrando lo que pasaba. Así, nacen, en Venecia, las *gazzetas*, en las cuales se daban noticias de los acontecimientos portuarios y comerciales, propiciando que, a lo largo de toda Europa, el uso de este tipo de publicaciones entrara en boga; además, la aparición de la imprenta de tipos móviles (en 1436, aproximadamente), contribuyó al auge de este tipo de medios de

<sup>11</sup> Troyano, Héctor, *Periodismo cultural y Cultura del periodismo*, Ariel, 1999, p.24.

comunicación, estimulando a los intelectuales a publicar esta clase de escritos, los cuales fueron tomando forma de semanarios, diarios, revistas, etc., siendo en Inglaterra donde se empieza a hacer periodismo de interés público, haciendo de lo político tan sólo un tema más.

El primer periódico impreso se publicó en Alemania, en 1457, con el título de *Nurenberg Zeitung*. En 1493, circularon por Europa varias ediciones de una hoja titulada *Descubrimiento del Nuevo Mundo por Colón*. En América, la primera publicación fue la *Hoja de México* (era un volante); que surge en 1541, y en la cual se narraban los sucesos acontecidos durante el terremoto de Guatemala. Lo anterior muestra que las publicaciones nacían con un fin particular o a raíz de un hecho específico y que no tenían ni periodicidad ni constancia, esto más o menos hasta el año 1600.

En 1615, en Francfort del Meno, aparece el *Frankfurten Journal*; en 1640, en Italia, la *Gazzeta publica*; en 1641, en Barcelona, se funda la *Gaceta semanal*; en 1661, en Madrid, nace la *Gaceta*; en 1695, en Inglaterra, el *Stanford Mercury*, modelo que sería copiado en México años más tarde, y que daría como resultado la publicación de *El Mercurio Volante*.

Casi todos los impresos tenían formas diferentes y utilizaban géneros distintos para expresarse, pues no sucedía, como hoy en día, que dentro de un mismo periódico existiesen varios géneros.

En el siglo XVII, proliferan en América, especialmente en México y Lima, hojas volantes que se publicaban, casi siempre, con el pretexto de la llegada de alguna flota proveniente de Europa, así como con las noticias más notables del Virreinato. Un siglo más tarde, se establecen periódicos continuos y con

secciones diferentes, de los cuales el más antiguo es la *Gaceta de México* y *Noticias de la España* (1792).

Hasta ese entonces, el periodismo se limitaba a las formas impresas y orales, pero con la llegada de la radio, a principios del siglo XX, esto comenzó a cambiar, al tiempo que la visión de los periodistas se hacía cada vez más amplia, haciéndose imperativa la necesidad de conocer a fondo lo que pasaba. Lo anterior ocurre primero en Estados Unidos y en algunas partes de Europa, convirtiéndose, años más tarde, en un modelo que terminaría por ser trasplantado a otras partes del mundo.

De acuerdo con la aparición de cada medio de difusión: imprenta, radio, televisión, medios electrónicos; el periodismo ha ido evolucionando según las exigencias y posibilidades que cada medio impone, lo que ha hecho que actualmente, se entienda que, para cada medio, hay una forma de ejercer el oficio comunicativo.

Cuando se consolidan los medios masivos de comunicación empiezan a nacer las diversas corrientes de la comunicación, así como los estudios sobre ella, a la vez que los géneros periodísticos se caracterizan y definen más cuidadosamente, convirtiendo al periodismo en lo que algunos teóricos han dado por llamar "el cuarto poder".

### 2.1.2. El periodismo: definición.-

En términos sencillos se puede entender al periodismo como "una actividad de información repetida cada cierto periodo de tiempo a través de las agencias, la prensa, la radio o la televisión"<sup>12</sup>. Por otra parte, Martín Vivaldi define el periodismo como la actividad de comunicación social cuya misión fundamental es la de difundir entre los hombres información, orientación y pasatiempo en intervalos de tiempo determinados. Estas definiciones engloban la función principal del periodismo, pero deja fuera otras percepciones o divisiones con respecto a éste. Es decir, menciona que el periodista tiene como principal labor informar, expresar o comunicar algo, orientar, enseñar y entretener de forma periódica a la sociedad; sin embargo, deja fuera las cuestiones éticas y de responsabilidad social que enfrentan los profesionales de la información.

Para Horacio Hernández Anderson el periodismo "es el relato e interpretación de hechos actuales, a la luz de ciertos principios, con el objeto no sólo de informar sino de orientar, día a día, a las personas que viven en sociedad"<sup>13</sup>. Esta definición, algo parecida a la anterior, menciona la interpretación de los hechos por medios de ciertos parámetros éticos, es decir, el periodista debe basarse en ciertos principios para dar a conocer la información a la sociedad.

---

<sup>12</sup> López de Zuazo Alzar, Antonio, *Diccionario del periodismo*, Madrid, Ediciones Pirámide, 1990, p. 148.

<sup>13</sup> Hernández Anderson, Horacio, *El Periodismo*, Chile, Imprenta Victoria, 1949, p.57.

En cuanto a la información que debe proporcionarse a la sociedad, según Fraser F. Bond, existen dos posturas. La primera indica que se le debe dar al público aquello que quiere o desea, mientras que la segunda señala que el público debe tener la verdad.

Las dos posturas sostienen que el público debe obtener información, pero se diferencian en cuanto a que la primera deja abierta la posibilidad de que se proporcione al público de datos o detalles no comprobados e incluso falsos. Esto permite que se caiga en impresiones o bien en noticias sensacionalistas. Esta posibilidad determina a los medios informativos como empresas que sólo buscan obtener mayores ganancias sin importar lo que se tenga que hacer o inventar y las consecuencias que conlleve. En consecuencia, desde esta perspectiva, el periodismo deja de ser una labor puramente informativa para transformarse en una opción más de entretenimiento e ingresos monetarios.

La segunda postura se refiere a que el público debe tener la verdad al conocer los hechos como sucedieron, pues éstos hablan por sí mismos. La función que toma aquí el periodismo coincide con la planteada por Martín Vivaldi y Hernández Anderson: el periodismo como herramienta orientadora. Al informar, se proporcionan datos sobre un tema particular y, en consecuencia, se provee a la sociedad de argumentos para poder tomar una postura o contar con una opinión sobre el tema en cuestión.

Con lo anterior, se puede concluir que el objetivo principal del periodismo es informar y, sin embargo, lograrlo es difícil ya que depende de la libertad y la ética de los que tienen en sus manos tal información. Para esto, Clifford G.

Christians recomienda "contextualizar los derechos individuales dentro de bienes comunes con el fin de evitar caer en la parcialidad y buscando establecer de nueva cuenta al periodismo como medio de servicio"<sup>14</sup>.

Una definición que busca integrar más aspectos es la que presenta Warren G. Bovée, profesor emérito de periodismo en la Universidad de Marquette de Estados Unidos. Él define al periodismo como:

una forma de comunicación masiva que: provee de conocimiento útil y práctico (en vez de teórico); es o trata de ser literalmente verdadero, antes que inventado o ficción; es proporcionada por personas con al menos algún control sobre el contenido de los mensajes que comunican y ayuda a los destinatarios del conocimiento en la toma de decisiones en temas que están enfrentando<sup>15</sup>.

Esta definición engloba las cuestiones éticas del periodismo así como su función ineludible de informar o comunicar. Además especifica la utilidad que el periodismo tiene para la sociedad como una forma de adquirir conocimiento que permita la toma de posturas o decisiones con respecto a algún tema. La definición sólo deja fuera la cuestión periódica de la información, aunque ésta se sobrentiende.

El periodista, para transmitir la información, puede valerse de la palabra escrita y de las imágenes, ya que en ambas existe un emisor que trata de expresar una idea, y un receptor que descifra el contenido decodificando el mensaje. En nuestros días es común que el periodismo recurra al lenguaje verbal y al visual.

A partir de la información visual, tanto escrita como gráfica, pueden constituirse varios tipos de información:

<sup>14</sup> Christians, Clifford G., *The Idea of Public Journalism*, en Glasser, Theodore L., *The Common Good as First Principle*, Nueva York, The Gullford Press, 1999, p.79.

<sup>15</sup> Bovée, Warren G., *Discovering Journalism*, EE.UU., Greenwood Press, 1999, p.28.

- Información visual lingüística: Consiste en textos informativos y publicitarios escritos en forma lineal formando un discurso.
- Información visual paralingüística: Engloba todos los elementos integrados en la información visual icónica, escritos, gráficos, imágenes etc., en tanto el icono en su totalidad puede dar un significado diferente al del contenido textual por sí solo, reforzando o cambiando con un gráfico el significado del mensaje o enfatizando su significado literal.
- Información visual no lingüística: Comprende la tipografía, la estructura visual del mensaje, fotografías, dibujos, etc. Si el mensaje o texto periodístico está formado también por imágenes puede hablarse de un lenguaje periodístico visual.

El mensaje periodístico transmite ideas o hechos que se obtienen de las fuentes de información y se envían al público en diferentes formatos impresos: revista, periódico, etc.; que constituyen los medios impresos de comunicación social. De esta manera, el periodismo también puede describirse de acuerdo con el tipo de información que ofrece o bien por la forma en la que narra los hechos. En general, "el periodismo puede dividirse en dos géneros, el informativo y el de opinión"<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Leñero, Vicente y Marín, Carlos, *Manual de Periodismo*, México, Grjalbo, 1986, p.39.

### 2.1.3. Los géneros periodísticos.-

Un género periodístico es una forma literaria que se emplea para contar sucesos de actualidad a través de la prensa. También se puede considerar como una forma de expresión escrita que difiere según las necesidades y objetivos de quien lo hace.

El periodismo informativo es aquél que se limita a relatar los acontecimientos y se caracteriza por la publicación de noticias, entrevistas o reportajes:

- a) La noticia o nota informativa: Comprende información sobre un hecho actual, desconocido e inédito. Los elementos que integran la noticia son el hecho (qué), el sujeto (quién), el tiempo (cuándo), el lugar (dónde), la finalidad (por qué y para qué) y la forma (cómo).

Se debe de relatar, con la mayor objetividad y veracidad posible, cómo se han producido los acontecimientos o hechos. En la noticia no se dan opiniones, su propósito es meramente informativo; su redacción no incluye interpretaciones o comentarios del periodista. Se compone de tres partes: titular, lead o entrada y cuerpo de la noticia.

- b) La entrevista: Responde a una conversación periodística, proporciona información y puede emplearse para casi todos los géneros periodísticos con la finalidad de recolectarla. Se divide en entrevista noticiosa, entrevista de opinión y entrevista de semblanza.

La primera responde a la necesidad de obtener información sobre un hecho; la segunda busca recoger las impresiones de quien está

envuelto en el hecho, es decir, sus juicios, comentarios o percepciones y la tercera se realiza para obtener datos referentes al carácter, el modo de pensar, datos biográficos, anecdóticos o de trayectoria de un personaje.

- c) El reportaje: Es el género mayor del periodismo, dado que en él convergen "revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o más entrevistas, las notas de la columna y el relato secuencial de la crónica"<sup>17</sup>, al igual que la interpretación de los hechos. En este caso el reportero se vale de ciertos recursos literarios.

Generalmente se realiza cuando se trata de ampliar o complementar una noticia; o a veces para narrar un suceso. Entre sus propósitos también se encuentra el de entretener y documentar. En el reportaje, el periodista le da vida a lo que cuenta, moldeando a su gusto los elementos de información obtenidos.

Al añadirle comentarios y críticas al periodismo informativo, éste se transforma en periodismo de opinión donde entran el artículo y el editorial. "La crónica y la columna pueden incluirse dentro del periodismo de opinión o bien considerarse como géneros híbridos, es decir, que cuentan con un equilibrio entre opinión e información sin inclinarse por uno u otro"<sup>18</sup>. Los géneros de opinión se definen de la siguiente manera:

- a) El editorial: Es el espacio donde la publicación da a conocer su punto de vista sobre un hecho o tema determinado. El editorial nunca lleva la firma de su autor, ya que representa la opinión colectiva del

<sup>17</sup> Leñero, Vicente y Marín, Carlos, *op. cit.*, nota 16, p.185.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 39.

periódico o revista. A través del editorial, los lectores pueden conocer la opinión abierta y directa del medio sobre distintos temas de actualidad, así como sus planteamientos ideológicos implícitos.

Por lo general, los editoriales opinan acerca de noticias que aparecen en ese mismo número o en números recientes. Los temas de actualidad tratados en un editorial suelen ser aquellos que entrañan una mayor trascendencia y una gran importancia para el medio que lo publica.

- b) El artículo: Es un género muy subjetivo, ya que a través de éste el periodista expresa sus ideas, opiniones o puntos de vista sobre un tema o hecho de gran importancia. La función del artículo es similar a la del editorial.

A diferencia del editorial, el artículo va firmado y representa la opinión particular de su autor. En ocasiones, incluso esta opinión puede ser diferente a la postura institucional del periódico expresada en sus editoriales. Otra diferencia es que los temas tratados en los artículos pueden ser mucho más variados puesto que los editoriales sólo abordan noticias que poseen una gran relevancia.

- c) La columna: Se encarga de informar y comentar sobre uno o varios acontecimientos de interés general. "Aparece siempre en el mismo espacio, con nombre y periodicidad fija, además de ser escrito por el mismo autor"<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> *Ibidem*, p.157.

Puede haber columna informativa, de comentario y crítica o de reseña. La libertad expresiva en estos casos es total con dos únicas limitaciones: el número de palabras establecido por el periódico y la claridad debida a los lectores.

- d) La crónica: Es "el relato secuencial y detallado de los acontecimientos de un hecho"<sup>20</sup>. En la crónica se pretende recrear el ambiente en que el evento o noticia se llevó a cabo y se le da mucha importancia a los detalles. El estilo de la crónica es objetivo al igual que el de la noticia, pero el periodista se permite una mayor libertad expresiva en el uso del lenguaje, hasta el punto de crear un estilo personal.

Hay diferentes tipos de crónica: Informativa, opinativa e interpretativa. En todos estos tipos son válidos los comentarios y opiniones. En el caso de la crónica interpretativa el cronista también puede suponer el por qué de los hechos narrados.

Los géneros informativos son aquellos que se relacionan frecuentemente con los problemas éticos del periodismo, ya que son éstos los que deben de restringirse al mero acto noticioso y por tanto, definirse como exactos, objetivos e imparciales. En las notas, entrevistas o reportajes el que debe hablar es el hecho y lo hace por medio del periodista. Los géneros de opinión o híbridos permiten al periodista establecer una postura con respecto a un tema con base en argumentos.

---

<sup>20</sup> *Ibidem*, p.155.

Son muchos los elementos a tomarse en cuenta al buscar definir al periodismo. Para fines de este estudio, el periodismo se define como la actividad de brindar responsablemente, cada cierto tiempo, información verídica a través de uno o varios medios de comunicación. Como actividad responsable se entiende el manejo puntual de la Información, es decir, aquél que tiene en cuenta tanto la necesidad de que ésta sea verídica –comprobable y alejada de especulaciones, rumores o intereses-, como las consecuencias que pueda tener tanto para los involucrados en la noticia, los receptores y hasta el mismo emisor.

#### **2.1.4. Aspectos éticos.-**

Una vez definidos el periodismo y sus géneros, es conveniente mencionar los principios que todo periodista debe tener, así como los conceptos que frecuentemente se relacionan con la prensa que maneja información sobre los participantes de la industria del espectáculo.

Todo periodista responsable necesita un código de ética para desempeñar de manera profesional el periodismo; debe apegarse a éste para presentar todo aquello que tenga que ver con la información, desde una fotografía hasta un titular. A continuación se enlistan los principales valores que debe contener este código de ética:

- **Exactitud:** Se refiere a que deben relatarse los hechos de la manera más puntual posible. En otras palabras, el periodista debe hacer una búsqueda rigurosa de información para evitar imprecisiones o malentendidos.

La relación entre exactitud y la verdad es ambigua dado que en muchas ocasiones la información que se publica es otorgada por organismos gubernamentales o sólo muestra una versión de los hechos. Aún así, la prisa y la posibilidad de darle seguimiento a un acontecimiento justifican en numerosas situaciones la falta de exactitud en una nota informativa.

- Imparcialidad: La prensa debe mostrar los hechos sin tomar partido por una de las partes involucradas. Ésta "debe mostrar todos los puntos de vista y tener claro que la opinión no tiene cabida en el periodismo de información; el periodista debe balancear los intereses en conflicto"<sup>21</sup>. Asimismo, debe quedar abierta la posibilidad de la réplica con el fin de que las partes envueltas den respuesta a las acusaciones de las que son sujeto.

La imparcialidad puede resultar problemática de muchas maneras. Por ejemplo, ¿es justo reportar las acusaciones que se hacen sobre una persona que puede ser inocente?

- Independencia: Los medios masivos de comunicación deben ser independientes, es decir, sostenerse por sí mismos. "Tanto las empresas de comunicación como los periodistas deben evitar caer en un conflicto de intereses al aceptar regalos, un trato especial o privilegios que comprometan su credibilidad y objetividad. La prensa

---

<sup>21</sup> Klaidman, Stephen y Beauchamp, Tom L., *The Virtuous Journalist*, Nueva York, Oxford University Press, 1987, p. 21.

debe tener claro que está libre de toda obligación salvo de la fidelidad que le debe al público"<sup>22</sup>.

En la práctica, la recolección de información crea una interdependencia entre los medios y las fuentes, donde ambos buscan obtener los mejores resultados. El reportero persigue la mejor información y está consciente de que debe cultivar fuentes para que a futuro pueda contar con éstas. Por su parte, las fuentes cultivan reporteros que les favorezcan. En todos los medios se enfrenta esta situación. Sin embargo, en la industria del entretenimiento forma parte incluso de la campaña de promoción o mercadotecnia de un artista, película, programa u obra de teatro. Es común que se envíen discos compactos para dar a conocer el material más reciente de un cantante, que se inviten periodistas a la *premiere* de una película donde se corren con todos los viáticos e incluso que se condicione una entrevista exclusiva con el cantante de moda. Todos estos intereses nos llevan a cuestionarnos el grado de independencia que existe en la actualidad en el periodismo del entretenimiento.

- **Objetividad:** Es tal vez uno de los principios más controversiales que puede haber. Significa que el medio debe presentar los acontecimientos lo más fielmente posible a como se dieron, respaldándose en hechos y desechando sus opiniones y juicios de

<sup>22</sup> Velázquez, Luis, "100 Puntos para un código de ética periodística", *Revista Mexicana de Comunicación*, Año XIII, No. 59, julio-septiembre de 1999, pp. 11-16.

valor sobre el caso. "Los periodistas deben de permanecer lo más distanciados posibles (emocionalmente) del acontecimiento"<sup>23</sup>.

Mindich discute en su estudio sobre la objetividad los componentes que la conforman. El primero es el distanciamiento y se refiere a que los hechos deben hablar. El segundo se refiere a que el reportero debe abordar todos los lados de una historia (imparcialidad); le sigue el estilo de redacción: la pirámide invertida – lo más importante debe ir primero, seguido de detalles interesantes y terminando con los pormenores -. Lo siguen los hechos con base en los cuales se debe redactar la nota (exactitud) y finalmente se encuentra el balance, con el fin de "no presentar una nota distorsionada"<sup>24</sup>. Todos estos elementos integran de acuerdo a Mindich la objetividad, conformándola como un "valor por demás complejo de adoptar"<sup>25</sup>.

Este valor se pone en tela de juicio al tomar en cuenta que el reportero debe interpretar las distintas versiones sobre un hecho y seleccionar la información que dará a conocer a través de su nota. Por lo tanto, ya ha hecho un juicio que puede diferir del que haría otro reportero. Tomando en cuenta este punto, se recomienda "servir al público con exactitud y honestidad al buscar la verdad y reportarla"<sup>26</sup>.

<sup>23</sup> Klaldman, Stephen y Beauchamp, Tom L., *op. cit.*, nota 21, p. 44.

<sup>24</sup> Mindich, David T. Z., *Just The Facts: How "Objectivity" Came to Define American Journalism*, Nueva York, University Press, 1998, p. 8.

<sup>25</sup> *Idem.*

<sup>26</sup> Iggers, Jeremy, *Good News, Bad News*, EE.UU., Westview Press, 1999, pp. 38 y 39.

Sin embargo y a pesar de los esfuerzos, la transparencia que se busca cumple la objetividad, como valor periodístico, en la práctica resulta difícil de cumplir. Fuller señala tajante: "nadie ha alcanzado nunca la objetividad periodística, y nadie podrá"<sup>27</sup>.

La frase, por más dura que parezca, no deja de mostrar una realidad, a pesar de que ésta puede ser relativa, dependiendo de los lentes con los que se le mira. Por otro lado, siempre queda la postura que puntualiza que el reportero debe tener como principio el bien común y decidir, con base en éste, aquello que debe incluir la nota.

- Responsabilidad: La prensa debe tener siempre presente que la forma en que obtenga y maneje la información puede tener consecuencias tanto en los involucrados en la noticia como en los lectores. En consecuencia, el reportero buscará cumplir en la medida de lo posible –y con los problemas ya antes mencionados– con su labor informativa. "Es la responsabilidad posiblemente el valor más importante de todo medio al tomar conciencia sobre lo que implica el manejo de información y la verdad, aquello de lo que es responsable la prensa"<sup>28</sup>.

La falta de responsabilidad por parte de un medio puede conllevar tanto la pérdida de credibilidad para éste como problemas

---

<sup>27</sup> Fuller, Jack, *News Values: Ideas for an Information Age*, Chicago, University of Chicago Press, 1996, p. 14.

<sup>28</sup> Ettema, James S. y Glasser, Theodore L., *Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue*, Nueva York, Columbia University Press, 1998, p.175.

legales, además de las consecuencias que puedan sufrir aquellos a quienes se involucra.

En cuanto a la publicación de aspectos de la vida privada de las personas públicas, William L. Rivers y Cleeve Methews, en su libro *La ética en los medios de comunicación*, mencionan que sólo es válida cuando se refiere a información acerca de personas públicas cuyas acciones y decisiones repercuten en la vida y desarrollo de la sociedad y que, a su vez, esta información afecte la vida de la comunidad y su toma de decisiones.

Por la forma en cómo se maneja la información, el periodismo puede ser sensacionalista o amarillista, si lo que se publica es información de sucesos y escándalos; o bien, especializado o de investigación si ofrece información a fondo sobre un área o temática determinada. Más adelante estos temas serán definidos ampliamente.

Los principios o valores que encierran los códigos de ética se aplican a todas las ramas del periodismo y a todos los medios de comunicación que tienen como fin principal informar. A pesar de esto, cada medio cuenta con características diferentes que le permiten presentar la información de una manera especial, aparte de combinar tal labor con la diversión, la interpretación y la orientación.

## 2.2. Periodismo de espectáculos y periodismo del chisme.-

El término espectáculo debe entenderse bajo los límites de la industria del entretenimiento. El entretenimiento es "todo aquello que busque divertir o distraer al público y que esté protagonizado por artistas, celebridades o personalidades famosas"<sup>29</sup>. La música, el teatro, la televisión y el cine pueden considerarse como espectáculos masivos. Cada uno tiene características específicas a pesar de compartir el mismo objetivo. Es importante señalar que como entretenimiento estos medios sólo buscan principalmente distraer; el poder dejar un mensaje o enseñanza resulta un valor agregado.

Es conveniente mencionar las diferencias entre fama y celebridad hechas por David Giles. "Fama es la notoriedad que adquiere un individuo debido a ciertos sucesos o logros personales, mientras que una celebridad es esencialmente un producto mediático"<sup>30</sup>.

Una celebridad puede ser conocida sin haber realizado algo en particular que le destaque de los demás, mientras que los famosos son aquellos que son o buscan ser reconocidos por sus logros. En la industria del entretenimiento mexicano figuras como Luis Miguel o Verónica Castro pueden ser consideradas como famosas, mientras que los participantes del *reality show Big Brother* como Azalla, "La Chiva", etc., son celebridades. Las primeras son reconocidas por sus éxitos en la música o las telenovelas, mientras que los segundos son

---

<sup>29</sup> Reeves, Richard, *What the People Know: Freedom and the Press*, Inglaterra, Harvard University Press, 1998, pp. 101-111.

<sup>30</sup> Giles, David, *Illusions of Immortality: A Psychology of Fame and Celebrity*, EE.UU., St. Martin Press, Inc., 2000, p. 3.

recordados como una figura más sin relacionársele con un trabajo o logro en específico.

Por lo tanto, se puede definir al periodismo de espectáculos como la actividad de brindar responsablemente, cada cierto tiempo, información verídica sobre las celebridades y/o famosos de la industria del entretenimiento (cine, música, radio, teatro y televisión), a través de uno o varios medios de comunicación. Por consiguiente, éste no responde a la relación que comúnmente se la da con los rumores o chismes y que lo establecen como información vana o superflua.

Dentro del periodismo de espectáculos se pueden encontrar todos los géneros periodísticos, aunque predominan las notas informativas, las entrevistas y las columnas.

Ahora bien, según la Real Academia Española, el chisme se define como "la noticia verdadera o falsa, o comentario con que generalmente se pretende indisponer a unas personas con otras o se murmura de alguna"; también como "el que versa sobre algo de poca importancia"<sup>31</sup>. Esta definición hace alusión a información sin comprobar o deliberadamente inventada con el fin de provocar una reacción entre las personas afectadas. También sobre información de poca relevancia.

Vicky Hay lo define como "el acto de escuchar cierta información sobre el carácter de alguien y decirle a dicha persona lo que otros hablan de ésta"<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> Diccionario de la Real Academia Española, *Chisme*, 2004, <http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>

<sup>32</sup> Hay, Vicky, *The Essential Feature*, Nueva Cork, Columbia University Press, 1990, p. 137.

Esto coincide con la definición anterior al referirse a exponer a las personas a información sobre ellas mismas para ver su reacción.

Las sociólogas Janet Lynne Enke y Donna Eder, mencionadas por Honrad Bloom en su libro *Global Brain: The Evolution of Mass Mind from the Big Bang to the 21st Century*, definen el chisme como el "comentario negativo que se hace de una persona ausente que no puede defenderse en ese momento"<sup>33</sup>.

Aunque el rumor se puede utilizar como sinónimo de chisme, existen ciertas diferencias. El chisme son fragmentos de información acerca de la vida privada de personas conocidas. El chisme se convierte en rumor cuando tales fragmentos "se acumulan y reconstruyen para formar un relato que más tarde circula en un más amplio sector social"<sup>34</sup>. De esta manera, un rumor es del conocimiento público, el cual resulta de un proceso de interpretación colectiva que se hace de un chisme.

Los chismes o rumores no pueden ser fácilmente comprobados de manera clara y convincente. Sin embargo, las reacciones que generan pueden ayudarlos a reforzar su supuesta veracidad. Tal es el caso de cuando se publica información falsa sobre algún artista, se espera que lo niegue de manera agresiva y así el público pensará, ante su reacción, que en parte es verdad.

---

<sup>33</sup> Bloom, Howard, *Global Brain: The Evolution of Mass Mind from the Big Bang to the 21st Century*. EE.UU., John Wiley and Sons, Inc., 2000, p. 76.

<sup>34</sup> Gillespie, Marie, *Television, Ethnicity and Cultural Change*, Londres, Routledge, 1995, p. 150.

Tomando en cuenta lo anterior, podemos definir el chisme como la información trivial o comentario negativo acerca de la vida íntima de personas ausentes y que, por lo tanto, no puede ser comprobado. Su intención es provocar rumores que se difundan en la sociedad y a su vez reacciones que indispongan a unas personas con otras.

Por otro lado, el chisme ha sido parte del ser humano desde que existe el lenguaje, es una forma de comunicación que simboliza intimidad. A pesar de ser información banal, dentro de las relaciones sociales juega un papel importante. Su continua actividad reafirma y fortalece las relaciones entre las personas. Chismear con otros es señal de que existe suficiente confianza entre los miembros de un grupo y que se es parte de éste. Los individuos pueden expresar abierta y francamente sus opiniones sin temor a ser rechazados o juzgados. El chisme se da más comúnmente en interacciones cara a cara, entre dos personas y en pequeños grupos.

En el caso de las revistas y periódicos, el chisme "es una forma de escritura de 'pequeña conversación' acerca de otras personas (en este caso los artistas) que presupone y cultiva un cierto tipo de intimidad llamada intimidad no recíproca a distancia"<sup>35</sup>. Los periodistas asumen que sus lectores tienen una íntima relación con las personalidades de quienes se escribe. Son personas que ya saben aspectos de la vida de un artista, por lo tanto estarán interesadas en conocer información adicional de los cambios que se producen en su vida privada. Los periodistas del chisme son proveedores de secretos públicos, ya

---

<sup>35</sup> Thompson, John B., *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*, Inglaterra, Polity Press, 2000, p. 28.

que transmiten información de manera pública y accesible a todo aquel que la quiera leer.

Debido a esto, las secciones de espectáculos o las revistas de este género son consideradas de "chismes", precisamente por tratar con información que va más allá del mero hecho informativo e inmiscuirse en la vida de quienes hacen el espectáculo. De esto se puede deducir que el género del espectáculo se convierte en chisme cuando se empieza a hablar de los divorcios, amoríos, conflictos con adicciones, preferencias sexuales y todo lo correspondiente a la vida privada de los artistas.

A causa de los temas íntimos que trata el periodismo del chisme, se le considera sensacionalista. El sensacionalismo se refiere a exagerar con titulares, fotografías o textos las noticias de sucesos sangrientos o morbosos.

En relación con el sensacionalismo vale la pena tocar otros elementos que se dan en el periodismo del chisme y del espectáculo. El primero es el amarillismo y básicamente refiere al mismo uso escandaloso que se le da a la información en la prensa sensacionalista.

No obstante, el amarillismo se caracteriza por el uso frecuente de titulares a cuatro columnas, primeras planas o portadas con una variedad de temas reportados, el uso generoso e imaginativo de ilustraciones o fotografías, aunados a la tendencia de recaer en fuentes anónimas.

Los otros dos elementos relacionados con el sensacionalismo son la censura y la exclusiva. "La censura es el control que se ejerce sobre la

información<sup>36</sup>. Ésta puede ser ejercida por el medio, el periodista o reportero, o algún organismo ajeno a éstos.

La información más peleada en la industria en que recientemente se ha convertido el periodismo de espectáculos y también del chisme es la exclusiva. El conseguir información nueva que ningún otro medio tiene es la meta de muchas publicaciones. Siempre y cuando la exclusiva trate sobre asuntos de la vida profesional no habrá problema alguno y se podrá seguir considerando periodismo de espectáculos. Sin embargo, esta búsqueda de la exclusiva cae en los excesos con el uso de *paparazzis*, la creación de lealtades por conveniencia, el uso o modificación de declaraciones e incluso la invención de éstas o noticias completas, generando noticias sensacionalistas que en muchos casos dejan fuera los hechos y que terminan por convertir al periodismo de espectáculos en periodismo del chisme.

Por lo anterior, se puede definir al periodismo del chisme, como un periodismo sensacionalista que tienen como objetivo proporcionar regularmente información trivial o comentarios negativos acerca de la vida privada de las celebridades y/o famosos con la finalidad de provocar rumores y a su vez indisponerlos unos con otros y provocar reacciones en éstos, a través de uno o varios medios de comunicación.

Con el fin de diferenciar al periodismo de espectáculos y al periodismo del chisme, podemos decir que el periodismo de espectáculos es aquel que informa exclusivamente sobre la vida profesional de un artista, sus películas, telenovelas, obras de teatro, etc.; realiza críticas constructivas sobre su trabajo

---

<sup>36</sup> López de Zuazo Alzar, Antonio, *op. cit.*, nota 12, p. 41.

y no inventa noticias para desvirtuar la imagen de los que se dedican al espectáculo. Su motivo es entretener con el mayor profesionalismo posible y tomando sus noticias de fuentes confiables y comprobables. Mientras que el periodismo del chisme es aquel que proporciona información sensacionalista o parte de está proveniente de fuentes poco confiables; su prioridad es la vida privada de los artistas, divorcios, infidelidades, matrimonios, pleitos, etc. Realiza comentarios negativos con la intención de provocar al artista o provocar enojo entre ellos. También tiene el propósito de entretener, sólo que sin importar el cómo lograrlo ni las consecuencias.

### **2.3. La revista: publicación especializada.-**

La revista es una "publicación periódica que aborda algún campo de interés específico y que aparece cada semana, quince días, mes u otro periodo de tiempo con el mismo título"<sup>37</sup>. También es una colección de textos impresos (ensayos, poemas, artículos, historias, etc.) que a menudo presenta imágenes y contiene temas de interés general escritos con un lenguaje coloquial utilizado por la mayoría de la población a la que está destinada.

Las revistas se diferencian muy claramente de los periódicos en que éstos tienen una frecuencia diaria y, además, sus grandes páginas, por lo general sin encuadernación, se imprimen en pulpa de papel, de muy baja calidad, mientras que las revistas suelen tener, como ya se mencionó anteriormente, una frecuencia variable (semanal, quincenal, mensual, etc.), están confeccionadas en papel de cierta calidad y sus páginas, de un formato más pequeño, van encuadernadas. Por lo general, los diarios se ocupan casi exclusivamente de noticias de actualidad, mientras que las revistas tocan muy poco las cuestiones de actualidad y están destinadas a un público más especializado.

Desde el principio la revista ha sido uno de los medios más populares tanto para los empresarios como para los lectores, ya que no exige tantos trámites legales como una estación de radio o un canal de televisión y asegura un segmento del mercado a diferencia de los periódicos.

Las formas literarias que se presentan en una revista pueden ir de la historia corta al ensayo, pasando por la entrevista, la crónica, la reseña, el

---

<sup>37</sup> *Ibidem*, p. 173.

artículo de utilidad, informativo y el bosquejo de personalidad<sup>38</sup>. El uso de uno o varios de éstos depende del tipo de revista de que se trate.

Precisamente esa flexibilidad es la que le ha permitido a la revista adentrarse y permanecer en el gusto de los lectores, pues ésta le ofrece a los interesados información especializada y actual. Sin embargo, es posible encontrar dos artículos sobre el mismo tema en revistas dirigidas a públicos distintos aunque con un enfoque diferente.

Las revistas son medios impresos muy heterogéneos; su clasificación puede llegar a ser muy variada. Una de sus clasificaciones es la siguiente:

- Según su circulación y origen las revistas pueden ser: nacionales, regionales, comunales, institucionales, privadas e internacionales.
- Según su especialización, hay revistas de información general, de noticias, especializadas y técnicas. Una característica importante de las revistas especializadas es que profundiza en los temas tratados, por lo que los lectores acuden a ellas en momentos de tranquilidad y le dedican más tiempo a su lectura.
- Con base en su contenido las revistas pueden ser políticas, ideológicas, artísticas, deportivas, literarias, de moda, humorísticas, etc. Otras clases pueden ser: ilustradas, de historietas, de síntesis, colecciones<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> Berry, Thomas Elliot, *Journalism Today: Its Development and Practical Applications*. EE.UU., Chilton Company, 1958, pp. 339-356.

<sup>39</sup> Martínez Valle, Mabel, *Medios gráficos y técnicas periodísticas*, Argentina, Ediciones Machi, 1997, p. 8

Una clasificación que se enfoca más a su contenido es la presentada por Thomas Elliot Berry:

- “De calidad”: Están dirigidas a lectores maduros que desean información más especializada, así como normas literarias más elevadas. Un ejemplo es *Letras Libres*.
- De campo o área: Están destinadas a satisfacer las necesidades de un grupo que comparte interés por un área, sea ésta una distracción o una profesión. Generalmente contiene información que le genera utilidad en la práctica a quien la lee. La *Revista Mexicana de la Comunicación* es un ejemplo.
- De crítica y opinión: Ocasionalmente incluyen novelas, aunque en muy raras veces; se caracterizan por contar con información sobre algún área de interés, así como comentarios al respecto. La revista *Proceso* entra en esta categoría.
- De género: Están dirigidas a hombres y mujeres de cierta edad. Incluyen información similar a la de las revistas populares pero con material seleccionado de acuerdo al gusto del género al que se dirijan. Ejemplos son *Buen Hogar* y *Men's Health*.
- De interés o especialidad: Se dedican a una actividad especial y a diferencia de las de campo o área no necesariamente incluyen información de negocios. *Deporte Ilustrado* es un ejemplo de este tipo de revista.

- De Síntesis: Recopilan artículos e información de interés general. Dentro de esta categoría está la revista *Reader's Digest*.
- Gráficas: Se caracterizan por presentar la información mayormente a través de fotografías. La revista española *Hola* es un ejemplo.
- Populares: Se dedican a ofrecer relatos en forma de novela, además de artículos sobre asuntos y personajes de actualidad. La revista *Cosmopolitan* se encuentra dentro de esta categoría<sup>40</sup>.

Estas divisiones son sólo una muestra de cuan diversificado está el mundo de las revistas. Éstas pueden hablar de cualquier tema y satisfacer las necesidades de quienes comparten una afición. Mientras exista un número de personas que compartan el gusto por cierto tipo de ropa, comida o actividad siempre existirá la posibilidad de crear una nueva revista.

Es importante señalar que las revistas tienen dos clases de lectores: primarios y secundarios. El lector primario es aquel que compra la publicación; el lector secundario es quien disfruta de la compra del primario. Se calcula que, en promedio, cada ejemplar de revista puede ser leído por cinco usuarios diferentes. Las revistas son consideradas como un medio permanente, ya que generalmente conservan sus lectores primarios y secundarios.

La estructura periodística de las revistas puede dividirse en: editorial, artículos de fondo, reportajes y artículos instructivos ilustrados; también pueden estar divididas en secciones fijas.

---

<sup>40</sup> Berry, Thomas Elliot, *op. cit.*, nota 38, pp. 367-380.

Los formatos o tamaños de las revistas se han estandarizado de la siguiente manera: carta, media carta, y doble carta, aunque actualmente se cuenta con publicaciones de otros tamaños.

Las revistas se distribuyen en forma primaria a través de suscripciones o por venta directa; la forma secundaria de distribución se presenta en lugares donde los lectores esperan recibir alguna forma de atención o servicio, un ejemplo de esto son las revistas que encontramos en las salas de espera de los consultorios médicos.

Una revista está compuesta por el fondo y la forma:

- 1) El fondo corresponde a la estructura periodística, esta determinada por la naturaleza de los asuntos que se tratan y la política editorial de cada empresa periodística, por su posición ideológica frente a los hechos de interés colectivo.
- 2) La forma es la estructura física, compuesta por la presentación, el tamaño, la tipografía, la distribución de materiales gráficos y escritos, por la distribución de información en secciones, por el tipo de papel, de impresión, etc.

Como cualquier medio impreso, la revista posee una estructura básica que le da forma y características específicas en la estructura periodística, es decir, el contenido de la publicación.

En el trasfondo de una revista se encuentra la información, base de la publicación, y el contenido que maneja, el que se trata a través de géneros periodísticos, más adelante se definen dichos géneros. De acuerdo con los géneros, la revista se divide en secciones que pueden ser fijas o temporales.

El diseño de la revista parte de la necesidad de ofrecer presentaciones cada vez más atractivas a la vista y valorando el diseño como un recurso más de comunicación. A diferencia de otros medios impresos, la revista comunica de forma gráfica y literaria.

Otro factor determinante de una revista está constituido por los elementos de la página editorial; entre ellos se encuentran: tamaños, formatos estilo tipográfico, color, fotografías e ilustraciones. En este sentido, el diseño de la revista debe ser atractivo, con un tamaño cómodo para que el lector la compre.

El éxito de las revistas se debe a que están dirigidas a un público específico y pueden adaptarse a las necesidades de sus lectores constantemente. "Por medio de cambios de imagen, nuevas secciones o una forma de decir las cosas se puede beneficiar una revista. Aunado a lo anterior, el diseño de la revista la hace más atractiva ante el lector en comparación con el periódico"<sup>41</sup>.

En cuanto a sus orígenes, podemos decir que las revistas modernas provienen "de los primeros folletos, libros de coplas y almanaques impresos"<sup>42</sup>. Entre las primeras revistas se encontraban la alemana *Erbauliche Monats Unterredungen* (1663-1668), la francesa *Le Journal des Sçavants* (1665, posteriormente rebautizada como *Le Journal des Savants*) y la inglesa *Philosophical Transactions of the Royal Society of London* (1665) que eran,

---

<sup>41</sup> *Ibidem*, pp. 333-336.

<sup>42</sup> Encyclopedia Britannica Online, *Magazine*, 2005, <http://www.britannica.com/ebc/article?tocId=9370933&query=magazine&ct=>

esencialmente, colecciones de sumarios (y más tarde ensayos) acerca de temas relacionados con el arte, la literatura y la ciencia. Las más destacadas de entre las revistas de ensayos del siglo XVIII fueron, quizá las británicas *The Spectator* (1711-1712, 1714), y *The Idler* (1758-1760). A imitación de estas últimas, el español Clavijo y Fajardo fundó *El Pensador* que, entre 1762 y 1767, se dedicó a criticar las costumbres sociales españolas.

Las revistas de Francia y Alemania, comenzaron a introducir información de tipo general a finales del siglo y, poco a poco, se fueron concentrando en la literatura y la ciencia. Entre las más interesantes se encuentra la longeva *Allgemeine Literatur-Zeitung* (1785-1849), una publicación alemana dedicada a tratar y difundir las nuevas tendencias literarias. El abate Marchena creó *El Observador* con informaciones generales políticas y literarias, pero sólo pudo publicar seis números entre 1787 y 1788, ya que por sus ideas revolucionarias fue prohibida por la Inquisición.

Las revistas por lo general de claras tendencias políticas y con artículos escritos por eminentes autores y políticos, comenzaron a publicarse en Inglaterra a principios del siglo XIX. Entre ellas destaca, *The Edinburgh Review* (1802-1929), del partido *Whig*, que fue una "de las más influyentes de su época"<sup>43</sup>, y contaba entre sus colaboradores con Walter Scott y Thomas Carlyle. En el resto de Europa surgieron pronto otras revistas semejantes a ellas, como la francesa *Revue des Deux Mondes* (1829) y la alemana *Literarisches Wochenblatt* (1820-1898).

---

<sup>43</sup> Enciclopedia Microsoft Encarta 2000 [CD-ROM] Edición Básica, *Publicaciones periódicas*, Microsoft Corporation, diciembre de 2000.

En España, el siglo XIX fue de una gran sequía para el periodismo en general debido a los gobiernos absolutistas que ejercían una dura censura de prensa que no permitía ninguna información o comentario político. Por eso se desarrollaron las revistas literarias también de claras tendencias estilísticas que, en realidad, expresaban posiciones políticas y en ellas se formularon polémicas, como la célebre sobre el romanticismo entre *El Europeo* y *El Censor*.

En el segundo cuarto del siglo XIX aparecieron en Inglaterra revistas semanales y mensuales que alcanzaron gran popularidad. Algunas de ellas eran ilustradas, y muchas se solían vender por un precio módico. Entre las más destacadas se encontraban *The Mirror* (1822-1849) y *The Cornhill Magazine* (1860-1939). Esta última, editada en sus comienzos por William Makepeace Thackeray; fue la primera publicación económica que incluyó en sus páginas novelas de escritores contemporáneos por entregas, algunas de las cuales eran del propio Thackeray. Esta sección había surgido en Francia en el periódico *Le Presse* en 1836. España se sumó a esta innovación y así publicaron muchas de sus obras o artículos autores como Mesonero Romanos, Larra o Pérez Galdós.

Las primeras revistas ilustradas modernas hicieron su aparición durante la segunda mitad del siglo XIX. Entre ellas las más importantes fueron la inglesa *Illustrated London News* (1842), la francesa *L'illustration* (1843-1944), la alemana *Die Woche* (1899-1940) y la estadounidense *Harper's Weekly* (1857-1922). Hacia el final del siglo, sin embargo, la fotografía fue sustituyendo gradualmente a los grabados de artista.

la que caben historietas gráficas, textos literarios de autores contemporáneos e informaciones acerca de la realidad de la ciudad en la que se edita.

Otra de las novedades que aportó el comienzo del siglo XX fue la creación de revistas semanales de actualidad, entre las que se encuentran cuatro que aún continúan publicándose, *Time* (1923), *Newsweek* (1933), *Life* (1936-1972, renacida como mensual en 1978) y *Ebony* (1946).

A lo largo de siglo XX, la publicación de revistas se fue consolidando como una actividad altamente rentable en todo el planeta. Quizá, el país en que más revistas se publican actualmente sea Japón (donde existen varios millares de revistas distintas), seguido de los Estados Unidos. De todas maneras, debido al aumento de los costos del papel, la impresión y la distribución, y de la aparición de la televisión —que restó al medio gran parte de sus lectores y anunciantes—, muchas revistas se cerraron en las décadas de 1960 y 1970. Sin embargo, la mayoría de las revistas especializadas y de gran calidad, como *Scientific American* (1845), *National Geographic* (1888) y *Art in America* (1913) han mantenido sus ventas a pesar del clima general de reducción del mercado.

Fue a partir de la consolidación de la libertad de expresión y del crecimiento económico paralelo cuando comenzaron a surgir títulos destinados cada vez a públicos más reducidos y variados. Uno de los terrenos en los que se ha producido una mayor expansión ha sido el de la divulgación científica, y durante los últimos años han surgido revistas destinadas a saciar la curiosidad de los lectores hacia temas científicos o pseudocientíficos, y que explican de un modo conciso y muy gráfico los últimos desarrollos en las distintas disciplinas. Entre las publicaciones más vendidas del género se encuentran *Muy*

*Interesante y Quo*. El otro gran sector en crecimiento es el de las revistas informáticas. Con la extensión de los ordenadores domésticos y de las redes informáticas telefónicas, como Internet, y la aparición de tecnologías en las que se integran las imágenes, los textos y los sonidos —multimedia—, ha crecido espectacularmente la demanda de información por parte de un público que, en su mayoría, se encuentra desorientado ante el rápido avance de la técnica aplicada a este campo.

Algunas publicaciones latinoamericanas importantes del siglo XX han sido *Sur*, en Argentina; *Amanta* en Perú; *Atenea* en Chile; *Revista Nacional de Cultura*, en Venezuela; *Eco*, en Colombia; así como *Orígenes* y *Bohemia*, en Cuba.

### **2.3.1. Las publicaciones en México.-**

En el caso de México, el primer periódico con carácter de revista fue *Iris*, aparecido tras finalizar el Primer Imperio en febrero de 1826. Se dirigía a las mujeres y se considera el primero que publicó caricaturas políticas, además de ser el primero que presentó una litografía: un figurín de modas coloreado, obra de Claudio Linati. Ya para 1839 se publicaba la revista *El Diario de los Niños*, donde aparecieron las primeras ilustraciones que se trabajaban a partir del método xilográfico llamado “madera de ple”, obra del español S. Vega.

Por otra parte, algunos autores mencionan a *El Semanario de las Señoritas Mexicanas* como la primera revista femenina del país, este diario se publicó de 1841 a 1842. En la década de 1840 se publicaba también la revista *El Espectador*, realizada en el taller del tipógrafo Rafael de Rafael. Entre 1851

y 1853, el editor Ignacio Cumplido publicó la revista *La Ilustración Mexicana*, ornamentada con hermosas litografías que concedían prioridad a los temas mexicanos y con portadas realizadas por Casimiro Castro.

Las revistas literarias se desarrollaron desde mediados del siglo XIX hasta principios del XX, acogiendo la obra, en prosa y verso, de los mejores escritores de la época. Ejemplos de ello son:

- *La Revista Mexicana*, desarrollada gracias a las restricciones impuestas al periodismo en tiempos de Santa Anna, lo cual favoreció a las publicaciones no políticas.
- *La Revista Científica y Literaria de México*, que ya se publicaba hacia la década de 1840 y donde se presentaban, entre otras cosas, novelas por entregas, como *El pistol del diablo*, de Manuel Payno entre 1845 y 1846.
- *Las Revistas Literarias* publicadas por Ignacio M. Altamirano hacia 1868 para contribuir al desarrollo de una literatura nacional.

Algunas de estas publicaciones eran revistas establecidas por asociaciones literarias y culturales estables e importantes, como: *El Año Nuevo*, órgano de la Academia de Letrán; *El Ateneo Mexicano* de 1844, correspondiente a la sociedad del mismo nombre; *El Registro Yucateco* (1845-47 y 1849), publicado por la Sociedad de Amigos alentada por Justo Sierra O'Reilly; *El Mosaico* (1849-1850), órgano de la Academia de Ciencias y Literatura de Mérida; y *El Ensayo Literario* (1850-1852), publicación oficial de la Falange del Estudio de Guadalajara.

Altamirano fundó también la revista *El Renacimiento* (1869), considerada por algunos sólo como un "periódico literario", pero que llegó a ser una de las empresas culturales más importantes de su época, pues concedía especial relevancia a los asuntos de la cultura nacional. Tan relevante fue su existencia que, en la década siguiente, se fundaron no menos de 35 revistas literarias en la capital y en los estados siguiendo su ejemplo: *La Linterna Mágica* (1872), *El Artista* (1874-1875), *La Alianza Literaria* (Guadalajara, 1876) y *La Aurora Literaria* (Guadalajara, 1877-1890). Más tarde aparecerá *La República Literaria* (1886-1890), fundada por José López Portillo, mientras que en la capital destacaba *La Juventud Literaria* (1887-1888), que dio a conocer a la nueva generación modernista.

Hacia 1873, por primera vez una mujer queda al frente de un periódico. Ella fue Águeda Lozano, poetisa, quien colaboró con Manuel Acuña y otros para realizar la revista *El Búcaro*, destinada al público femenino.

A fines del siglo sobresalieron dos importantes publicaciones:

- La *Revista Azul* (1894-96), fundada por el poeta y escritor Manuel Gutiérrez Nájera, donde aparecieron los trabajos de los poetas modernistas Justo Sierra, Manuel José Othón, Amado Nervo, Luis Urbina, Juan José Tablada y otros.
- La *Revista Moderna* (julio de 1898-1903 y 1903-1911), fundada por Bernardo Couto Castillo, dirigida posteriormente por Jesús E. Valenzuela y, en su segunda época –cuando fue llamada *Revista Moderna de México*–, por Amado Nervo. Fue un hito dentro de la historia del periodismo literario en Latinoamérica por la calidad de sus

colaboradores (Tablada, Jesús Urueta, Efrén Rebolledo, Rafael López, Luis G. Urbina, Rubén M. Campos, Ciro B. Cevallos, Balbino Dávalos, Rafael Delgado, Federico Gamboa, Enrique González Martínez, etc.), pues era el órgano que ponía en contacto a los poetas y artistas (pintores, dibujantes, músicos) modernistas de todo el continente. También presentaba obras de autores europeos e hispanoamericanos, todo ello ilustrado con dibujos y viñetas de Julio Ruelas, Jorge Enciso, Roberto Montenegro, Germán Gedovius y Lázaro Pavía.

Por otra parte, en 1888 Justo Sierra fundó y dirigió la *Revista Nacional de Ciencias y Letras* (1889-1890), impulsora de la cultura, de corte clásico y políticamente imparcial —aunque de tendencia liberal—, donde participaron escritores nacionales y extranjeros.

En 1896 entró en circulación *Cómico*, un semanario de 16 páginas que, hasta 1901, reseñó lo correspondiente a la zarzuela, las tipes y las coristas, incluyendo fotos de semidesnudos, información sobre el cine —con comentarios sobre escenas eróticas— y mucha publicidad acerca de remedios para recuperar la potencia viril.

Entre 1897 y 1899 circuló *Frégoli. Semanario Ilustrado*, quizá la primera revista para caballeros que hubo en México. Su fundador y primer director fue Rafael Medina; valía 5 centavos y se adquiría por suscripción. Trataba sobre las "pomográficas" figuras del espectáculo de la época, como tipes y coristas, pero también incluía poesía humorística.

El siglo XX se inaugura con la publicación de *El Burro* (1900), cuyo ejemplar, de 16 páginas, valía 10 centavos; tenía portadas gruesas y excelente impresión en blanco y negro. Aceptaba suscripciones nacionales y extranjeras y en la capital se repartía a domicilio. Tenía fotos de las artistas frívolas de la época y secciones de comentarios e información sobre los espectáculos. Para 1901 pasó a llamarse *La Bohemia*, aunque desapareció casi enseguida.

Como antecedente del movimiento revolucionario aparecieron varias revistas de oposición; la más importante fue *Regeneración*, fundada en 1900, que circuló temporalmente en la clandestinidad y de la cual se tiraron hasta 30,000 ejemplares en 1906. Era vocera del magonismo —corriente revolucionaria de izquierda encabezada ideológicamente por Ricardo Flores Magón— y del Partido Liberal, por lo que propagaba la resistencia contra la reelección de Díaz, exigiendo a la par transformaciones sociales como la jornada de ocho horas, el desarrollo del sistema educativo, etc.

Una de las primeras revistas literarias de este siglo fue *Savia Moderna*, fundada por Alfonso Cravioto y Luis Castillo Ledón en 1906. Fue como una protesta contra los intentos de resucitar la *Revista Azul*, con la consecuente supervivencia de valores culturales considerados como caducos.

En los últimos años del porfiriato surgieron muchas revistas ilustradas para hombres, de contenido atrevido y con portadas e interiores decorados con artísticas viñetas pícaras y cartones erótico-humorísticos. Sus portadas eran en papel satinado, a color, y manejaban un humorismo picante, con alusiones sexuales en doble sentido.

En 1910 nació *Frivolidades*, ejemplo de la gráfica satírico-erótica de la época. Costaba 10 centavos, aparecía los domingos y tenía entre 16 y 24 páginas. Fue dirigida en principio por Manuel de la Torre. Se llegaron a tirar 25,000 ejemplares, los cuales contaban con muchos anuncios publicitarios. Su mayor atractivo eran las ilustraciones de mujeres semidesnudas, así como los chistes y cartones humorísticos. En ese mismo año apareció *La Risa*, que salía los sábados, a 10 centavos. Tenía portada grande a color y 14 páginas repletas de viñetas, chistes de doble sentido, cuentos picarescos, notas teatrales, etc. La publicaba la Compañía Editorial Nacional.

Entre 1917 y 1918 apareció *Confeti*, alegre y atrevida publicación. Costaba 20 centavos, tenía 16 páginas y aparecía los jueves. Reseñaba el teatro de revista y manejaba el humorismo pícaro, con grabados de semidesnudos femeninos, viñetas y caricaturas, así como fotos coloreadas de tipos frívolas, cuentos eroticoides, novelas picantes por entregas y poemas de doble sentido.

Otra más de este tipo fue *Vida Alegre*, de pequeño formato y portadas a color con grabados de mujeres semidesnudas. Era la versión mexicana de la revista española *Pepipiu*. Vallía 20 centavos, tenía 14 páginas y ofrecía chistes picantes, dibujos y caricaturas con desnudos y semidesnudos, crónicas teatrales, relatos pícaros, versos y reseñas sociales. Tuvo tres épocas y llegó a circular hasta 1929.

La revista *Pegaso* fue fundada conjuntamente por Enrique González Martínez, Efrén Rebolledo y Ramón López Velarde antes de 1920. Una publicación ya conocida desde los años veinte, fue la *Revista de Revistas*,

*Interesante y Quo*. El otro gran sector en crecimiento es el de las revistas informáticas. Con la extensión de los ordenadores domésticos y de las redes informáticas telefónicas, como Internet, y la aparición de tecnologías en las que se integran las imágenes, los textos y los sonidos —multimedia—, ha crecido espectacularmente la demanda de información por parte de un público que, en su mayoría, se encuentra desorientado ante el rápido avance de la técnica aplicada a este campo.

Algunas publicaciones latinoamericanas importantes del siglo XX han sido *Sur*, en Argentina; *Amanta* en Perú; *Atenea* en Chile; *Revista Nacional de Cultura*, en Venezuela; *Eco*, en Colombia; así como *Orígenes* y *Bohemia*, en Cuba.

### **2.3.1. Las publicaciones en México.-**

En el caso de México, el primer periódico con carácter de revista fue *Iris*, aparecido tras finalizar el Primer Imperio en febrero de 1826. Se dirigía a las mujeres y se considera el primero que publicó caricaturas políticas, además de ser el primero que presentó una litografía: un figurín de modas coloreado, obra de Claudio Linati. Ya para 1839 se publicaba la revista *El Diario de los Niños*, donde aparecieron las primeras ilustraciones que se trabajaban a partir del método xilográfico llamado "madera de pie", obra del español S. Vega.

Por otra parte, algunos autores mencionan a *El Semanario de las Señoritas Mexicanas* como la primera revista femenina del país, este diario se publicó de 1841 a 1842. En la década de 1840 se publicaba también la revista *El Espectador*, realizada en el taller del tipógrafo Rafael de Rafael. Entre 1851

y 1853, el editor Ignacio Cumplido publicó la revista *La Ilustración Mexicana*, ornamentada con hermosas litografías que concedían prioridad a los temas mexicanos y con portadas realizadas por Casimiro Castro.

Las revistas literarias se desarrollaron desde mediados del siglo XIX hasta principios del XX, acogiendo la obra, en prosa y verso, de los mejores escritores de la época. Ejemplos de ello son:

- *La Revista Mexicana*, desarrollada gracias a las restricciones impuestas al periodismo en tiempos de Santa Anna, lo cual favoreció a las publicaciones no políticas.
- *La Revista Científica y Literaria de México*, que ya se publicaba hacia la década de 1840 y donde se presentaban, entre otras cosas, novelas por entregas, como *El fístol del diablo*, de Manuel Payno entre 1845 y 1846.
- *Las Revistas Literarias* publicadas por Ignacio M. Altamirano hacia 1868 para contribuir al desarrollo de una literatura nacional.

Algunas de estas publicaciones eran revistas establecidas por asociaciones literarias y culturales estables e importantes, como: *El Año Nuevo*, órgano de la Academia de Letrán; *El Ateneo Mexicano* de 1844, correspondiente a la sociedad del mismo nombre; *El Registro Yucateco* (1845-47 y 1849), publicado por la Sociedad de Amigos alentada por Justo Sierra O'Reilly; *El Mosaico* (1849-1850), órgano de la Academia de Ciencias y Literatura de Mérida; y *El Ensayo Literario* (1850-1852), publicación oficial de la Falange del Estudio de Guadalajara.

Altamirano fundó también la revista *El Renacimiento* (1869), considerada por algunos sólo como un "periódico literario", pero que llegó a ser una de las empresas culturales más importantes de su época, pues concedía especial relevancia a los asuntos de la cultura nacional. Tan relevante fue su existencia que, en la década siguiente, se fundaron no menos de 35 revistas literarias en la capital y en los estados siguiendo su ejemplo: *La Linterna Mágica* (1872), *El Artista* (1874-1875), *La Alianza Literaria* (Guadalajara, 1876) y *La Aurora Literaria* (Guadalajara, 1877-1890). Más tarde aparecerá *La República Literaria* (1886-1890), fundada por José López Portillo, mientras que en la capital destacaba *La Juventud Literaria* (1887-1888), que dio a conocer a la nueva generación modernista.

Hacia 1873, por primera vez una mujer queda al frente de un periódico. Ella fue Águeda Lozano, poetisa, quien colaboró con Manuel Acuña y otros para realizar la revista *El Búcaro*, destinada al público femenino.

A fines del siglo sobresalieron dos importantes publicaciones:

- La *Revista Azul* (1894-96), fundada por el poeta y escritor Manuel Gutiérrez Nájera, donde aparecieron los trabajos de los poetas modernistas Justo Sierra, Manuel José Othón, Amado Nervo, Luis Urbina, Juan José Tablada y otros.
- La *Revista Moderna* (julio de 1898-1903 y 1903-1911), fundada por Bernardo Couto Castillo, dirigida posteriormente por Jesús E. Valenzuela y, en su segunda época —cuando fue llamada *Revista Moderna de México*—, por Amado Nervo. Fue un hito dentro de la historia del periodismo literario en Latinoamérica por la calidad de sus

colaboradores (Tablada, Jesús Urueta, Efrén Rebolledo, Rafael López, Luis G. Urbina, Rubén M. Campos, Ciro B. Cevallos, Balbino Dávalos, Rafael Delgado, Federico Gamboa, Enrique González Martínez, etc.), pues era el órgano que ponía en contacto a los poetas y artistas (pintores, dibujantes, músicos) modernistas de todo el continente. También presentaba obras de autores europeos e hispanoamericanos, todo ello ilustrado con dibujos y viñetas de Julio Ruelas, Jorge Enciso, Roberto Montenegro, Germán Gedovius y Lázaro Pavía.

Por otra parte, en 1888 Justo Sierra fundó y dirigió la *Revista Nacional de Ciencias y Letras* (1889-1890), impulsora de la cultura, de corte clásico y políticamente imparcial —aunque de tendencia liberal—, donde participaron escritores nacionales y extranjeros.

En 1896 entró en circulación *Cómico*, un semanario de 16 páginas que, hasta 1901, reseñó lo correspondiente a la zarzuela, las tipes y las coristas, incluyendo fotos de semidesnudos, información sobre el cine —con comentarios sobre escenas eróticas— y mucha publicidad acerca de remedios para recuperar la potencia viril.

Entre 1897 y 1899 circuló *Frégoli. Semanario Ilustrado*, quizá la primera revista para caballeros que hubo en México. Su fundador y primer director fue Rafael Medina; valía 5 centavos y se adquiría por suscripción. Trataba sobre las "pornográficas" figuras del espectáculo de la época, como tipes y coristas, pero también incluía poesía humorística.

El siglo XX se inaugura con la publicación de *El Burro* (1900), cuyo ejemplar, de 16 páginas, valía 10 centavos; tenía portadas gruesas y excelente impresión en blanco y negro. Aceptaba suscripciones nacionales y extranjeras y en la capital se repartía a domicilio. Tenía fotos de las artistas frívolas de la época y secciones de comentarios e información sobre los espectáculos. Para 1901 pasó a llamarse *La Bohemia*, aunque desapareció casi enseguida.

Como antecedente del movimiento revolucionario aparecieron varias revistas de oposición; la más importante fue *Regeneración*, fundada en 1900, que circuló temporalmente en la clandestinidad y de la cual se tiraron hasta 30,000 ejemplares en 1906. Era vocera del magonismo —corriente revolucionaria de izquierda encabezada ideológicamente por Ricardo Flores Magón— y del Partido Liberal, por lo que propagaba la resistencia contra la reelección de Díaz, exigiendo a la par transformaciones sociales como la jornada de ocho horas, el desarrollo del sistema educativo, etc.

Una de las primeras revistas literarias de este siglo fue *Savia Moderna*, fundada por Alfonso Cravioto y Luis Castillo Ledón en 1906. Fue como una protesta contra los intentos de resucitar la *Revista Azul*, con la consecuente supervivencia de valores culturales considerados como caducos.

En los últimos años del porfiriato surgieron muchas revistas ilustradas para hombres, de contenido atrevido y con portadas e interiores decorados con artísticas viñetas pícaras y cartones erótico-humorísticos. Sus portadas eran en papel satinado, a color, y manejaban un humorismo picante, con alusiones sexuales en doble sentido.

En 1910 nació *Frivialidades*, ejemplo de la gráfica satírico-erótica de la época. Costaba 10 centavos, aparecía los domingos y tenía entre 16 y 24 páginas. Fue dirigida en principio por Manuel de la Torre. Se llegaron a tirar 25,000 ejemplares, los cuales contaban con muchos anuncios publicitarios. Su mayor atractivo eran las ilustraciones de mujeres semidesnudas, así como los chistes y cartones humorísticos. En ese mismo año apareció *La Risa*, que salía los sábados, a 10 centavos. Tenía portada grande a color y 14 páginas repletas de viñetas, chistes de doble sentido, cuentos picarescos, notas teatrales, etc. La publicaba la Compañía Editorial Nacional.

Entre 1917 y 1918 apareció *Confeti*, alegre y atrevida publicación. Costaba 20 centavos, tenía 16 páginas y aparecía los jueves. Reseñaba el teatro de revista y manejaba el humorismo pícaro, con grabados de semidesnudos femeninos, viñetas y caricaturas, así como fotos coloreadas de tipos frívolas, cuentos eroticoides, novelas picantes por entregas y poemas de doble sentido.

Otra más de este tipo fue *Vida Alegre*, de pequeño formato y portadas a color con grabados de mujeres semidesnudas. Era la versión mexicana de la revista española *Pepipiu*. Valía 20 centavos, tenía 14 páginas y ofrecía chistes picantes, dibujos y caricaturas con desnudos y semidesnudos, crónicas teatrales, relatos pícaros, versos y reseñas sociales. Tuvo tres épocas y llegó a circular hasta 1929.

La revista *Pegaso* fue fundada conjuntamente por Enrique González Martínez, Efrén Rebolledo y Ramón López Velarde antes de 1920. Una publicación ya conocida desde los años veinte, fue la *Revista de Revistas*,

donde sobresalieron las portadas, caricaturas y cartones de Ernesto "El Chango" García Cabral.

En 1923 se publicaba la revista *Irradiador*, publicación de los artistas estridentistas, que incluía ilustraciones de Jean Charlot. Por la misma época nació *Forma* (1925-1929), primera publicación destinada a las artes plásticas aparecida después de la Revolución. Patrocinada por la Universidad de México, fue dirigida por Gabriel Fernández Ledesma y publicaba artículos diversos sobre el arte popular, difundiendo los grabados en madera de los seguidores de Jean Charlot, como Fernando Leal.

En 1926 apareció *Forma y Horizonte*, con interesantes grabados de alta calidad. En Xalapa, por entonces, surgió otra revista artística, *Horizonte*, con grabados, entre otros, de Leopoldo Méndez. La SEP tuvo su órgano de difusión en el mismo periodo: la revista *El Sembrador*, donde también participó Méndez.

Dos importantes publicaciones literarias de los años veinte fueron *Ulises* (1927-1928), revista fundada por Salvador Novo y Xavier Villaurrutia; y *Contemporáneos* (1928-1931), heredera de la Generación del Ateneo, donde se presentaba la obra de los poetas del siglo XX que pretendían poner a México dentro del panorama internacional. Entre los que participaban en la revista estaba también Villaurrutia.

En 1931, los grabadores Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León fundan la revista *El Tlacuache*, dedicada a comentar la experiencia de las Escuelas Libres de Pintura (sólo apareció el primer número). Por entonces sobresalió, asimismo, la revista *30-301 Órgano de los Pintores de México*, que contribuyó a la difusión de los trabajos del grupo de artistas del mismo nombre,

encabezado por Fernando Leal, Ramón Alva de la Canal, Fernández Ledesma y Erasto Cortés Juárez.

De los treinta es, igualmente, *Frente a Frente*, órgano de la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR), donde Méndez fue miembro fundador y colaborador gráfico en la publicación. La revista tomó su nombre de su franca tendencia socialista, que se enfrentaba al gobierno y rechazaba toda colaboración de éste. Por ello sus grabados trataban temas críticos y sociales. Paralelas a esta publicación aparecen otras editadas por grupos de artistas, como el grupo Noviembre, que sostenía las revistas *Noviembre* y *Ruta*, en la última de las cuales colaboraba gráficamente Julio de la Fuente.

En los treinta sobresale *Taller*, revista literaria fundada por Rafael Solana, donde se presentaron trabajos de Octavio Paz, Neftalí Beltrán, Alberto Quintero Álvarez, Efraín Huerta, Octavio Novaro, Carmen Toscano y Vicente Magdaleno, que proponían una actitud "revolucionaria", interesada en los problemas sociales, que contrastaba con la actitud puramente esteticista de los poetas del grupo de los Contemporáneos.

En 1940 el pintor y grabador español exiliado en México editó *Romance*, la revista de los exiliados españoles. Para los cuarenta y cincuenta, las revistas de mayor circulación eran *Hoy*, *Mañana*, *Jueves*, *Voz* y *Revista* y la famosa *Revista de Revistas*. Aparecerían asimismo *Artes*, *México en la Cultura* y *La Cultura en México*. En otra línea editorial, especialmente para varones, apareció *Vea, reina y señora de las peluquerías*; luego vendría *Caballero*, que introdujo el concepto de la revista *Playboy* de E.U.

De los sesenta se recuerda la revista *Zeta*, órgano de difusión del Taller de Artes Plásticas de la U.V. en Xalapa. A partir de esta década hay un "boom" de impresos para hombres.

En los setenta, el diseñador Felipe Covarrubias fundó la revista *Magenta*, dedicada al diseño gráfico. En esta década se publicó, por parte del Ágora de Xalapa, la revista infantil *¡Qué cocol!*, con las narraciones y dibujos de los niños participantes en el Taller de Creación Literaria de Octavio Reyes. Otro diseñador, Alberto Beltrán creó (aunque no se tiene la fecha exacta) las revistas político-satíricas *Ahí va el golpe* y *El Coyote Emplumado*.

Para los años ochenta sobresalió la revista *Crítica Política*, contraria al sistema y que, por lo mismo, debió enfrentar fuertes represalias por parte del gobierno. Del xalapeño Sergio Galindo es la revista cultural *La palabra y el hombre*.

Otras revistas sin fecha exacta, pero relativamente recientes, son: *Poliéster*, dedicada al arte contemporáneo, un trabajo conjunto de Rocío Mireles, Kurt Hollander y Eduardo Cemaj; *Artes de México*, *Cultura Sur*, *Fronteras* y *El laberinto urbano*, estas últimas con la participación, entre otros diseñadores, de Gabriela Rodríguez.

En cuanto a las editoriales, dentro de las más importantes se encuentran Editorial Televisa y Editorial Armonía.

Editorial Televisa se fundó en 1992 y su red de distribución cubre 18 países de Latinoamérica. Más de 57 títulos son publicados por la editorial que cuenta con una circulación pagada de 7.4 millones de ejemplares y un alcance de más de 44.3 millones de lectores. La venta anual de sus revistas supera los

136 millones de ejemplares, cifra equivalente a cuatro por cada segundo de un día, lo cual genera un alcance por frecuencia de 881 millones de lectores<sup>45</sup>. En México, Editorial Televisa tiene a su cargo publicaciones dedicadas a las mujeres (*Marie Claire, Eres Novia, Cristina, Vanidades, Cosmopolitan*), a los hombres (*Men's Health, Mecánica Popular, MAXIM, Automóvil Panamericano y Auto Plus*), a los jóvenes (*Eres y Tú*), a los padres (*Buen Hogar y Padres e Hijos*) y a los miembros más pequeños de la casa (*Eres Niños, Disney Princesas, Disney Winnie Pooh*). El espectáculo está presente en *Tele Guía, TVyNovelas, Furia Musical y Somos*, mientras que una parte más sería se asoma en *Cambio, Muy Interesante, Conozca más* y la versión en español de *National Geographic*. Otras áreas son abarcadas por *Deporte Ilustrado, Golf Digest* en español, *Harper's Bazar, Ideas para tu hogar, Letras libres, PC Magazine*, y *Saber electrónica*, por citar sólo algunas.

Por otra parte, Editorial Armonía se ha establecido como una de las casas editoriales más importantes de México en el segmento de la edición y producción de revistas. El grupo independiente se fundó en 1977 y cuenta con distribución en México y en países de América de habla hispana. Entre sus publicaciones se encuentran las familiares como *Tendencias, Siempre en familia y Experiencias*; las dedicadas a la mujer como *Kena, Kena novia y Kena salud y belleza*; las de manualidades como *Kena labores, Labores mariposa*,

---

<sup>45</sup> Editorial Televisa, *Editorial Televisa Internacional*, 2003, <http://www.esmas.com/get/quenessomos/>

*Labores estrella, Kena Cocina, Cocina mariposa y Cocina estrella*, y las infantiles como *Barbie, Barney, La revista Cartoon Network*, y *Nickelodeon*<sup>46</sup>.

Otras editoriales independientes en México son Notmusa (*15 a 20, TV Notas, Mujer, Veintitantos, Dinero hoy, H, 4ruedas, H18, Notas para tí*), Grupo Medios (*Qué Onda!*), Editorial Cinemania (*Cinemania*), Editorial Premiere (*Cine Premiere* y *Switch*), Mi Guía Editorial (*Mi Guía*), H. Bauer Ediciones (*Por Tí*), Editorial Mango (*Uups!* y *DTN*), Grupo Alce (*Sonika*) y Editorial Mina (*Qué Pegue!*).

En general, la publicación de revistas en México ha ido aumentando con los años. En 1991 aparecieron en nuestro país 15 revistas de todo tipo o género, número que para el 2000 llegó a 98 publicaciones<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup> Grupo Editorial Armonía, *Grupo Editorial Armonía*, <http://www.grupoarmonia.com.mx/index.html>

<sup>47</sup> Etcéter@, [en línea], *Números*, 2001, <http://www.etcetera.com.mx/pag7no7.asp>

## 2.4. Publicaciones de espectáculos en México.-

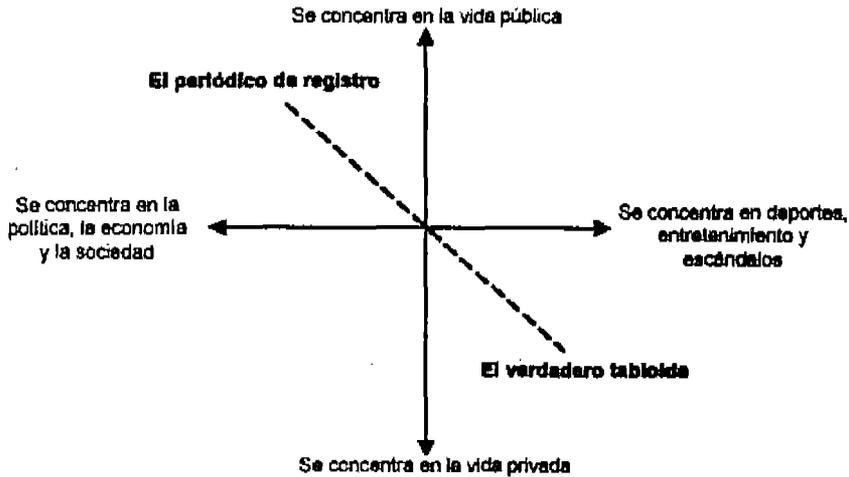
Como ya se mencionó anteriormente, en el 2000 aparecieron cerca de 98 publicaciones de revistas de todo tipo en México. Para el 2001 aparecieron ocho nuevas revistas que abordan uno o varios ámbitos del espectáculo. Estas publicaciones gozan del 30 por ciento de preferencia de los lectores, sobre las consideradas netamente periodísticas como *Proceso*<sup>46</sup>.

Lo anterior se debe al dinamismo de las revistas aunado a la popularidad que adquirieron los espectáculos en los medios electrónicos (televisión y radio). Estas publicaciones han sabido seleccionar su mercado y mantenerlo por medio de promociones, exclusivas, fotografías, carteles y demás obsequios. El negocio en sí explota la ilusión y la admiración que sienten los lectores por ciertos artistas o bien el morbo que despiertan las vidas privadas y los entretelones de un medio sobre el cual siempre ha habido muchas conjeturas y dudas.

Sin embargo, el predominio de las revistas de espectáculos no es un fenómeno exclusivo de México, otros muchos países pasan también por una situación similar. En Estados Unidos existe una gran cantidad de publicaciones dedicadas al tema como *People*, *Teen People*, *TVGuide*, *Premiere*, *Rolling Stone*, *Guitar* y *Speak Up*, por citar sólo algunas. De la misma manera, la prensa española es una de las que más espacios dedica a temas relacionados con la farándula, donde los paparazzis y la prensa del corazón ocupan un lugar predominante. Asimismo, "la nota informativa que se concentra en la vida privada de figuras públicas, conocida como tabloide, ha ido acaparando cada

<sup>46</sup> Riva Palacio, Raymundo, *op. cit.*, nota 2, p.24.

vez mayores espacios"<sup>49</sup>. El rubro que aborda la prensa puede entenderse mejor a través del siguiente esquema que Sparks y Tulloch utilizan en su libro *Tabloid Tales*:



El área que abarca este estudio corresponde al cuadrante superior derecho, donde tienen cabida noticias sobre el quehacer de las figuras del espectáculo en su ámbito profesional, es decir, su vida pública. Cabe aclarar que información como la defunción de una figura pública o bien algún otro acontecimiento personal (bodas, nacimientos, etcétera) frecuentemente saltan a este campo. Sin embargo, no deben de pasar de una breve mención, pues el eje principal de la Información recae en los logros laborales del artista. Ir más allá, al abordar causas o motivos de divorcios, riñas familiares u otras situaciones de índole personal quedan fuera de lugar.

<sup>49</sup> Sparks, Colin y Tulloch, John, *Tabloid Tales: global debates over media standard*. EE.UU., Rowman and Littlefield Publishers, Inc., 2000, p. 12.

El incremento de valores del tabloide en la prensa sería (así se le considera a aquella que aborda temas relacionados con la economía, la política y la sociedad) ha sido una constante durante los últimos años en todo el mundo. Esto responde en parte a las nuevas tecnologías que incrementan la competencia por obtener mayores niveles de audiencia y de ventas; el creciente interés de los medios masivos de romper con los estándares establecidos y las reglas que hasta entonces se han seguido, mostrando cada vez programas más atrevidos, que retengan al espectador, al público y lo que éstos consideran como adecuado para ser realizado tanto fuera como frente a las cámaras, un ejemplo de esto es el programa norteamericano *Jackass* transmitido por el canal MTV.

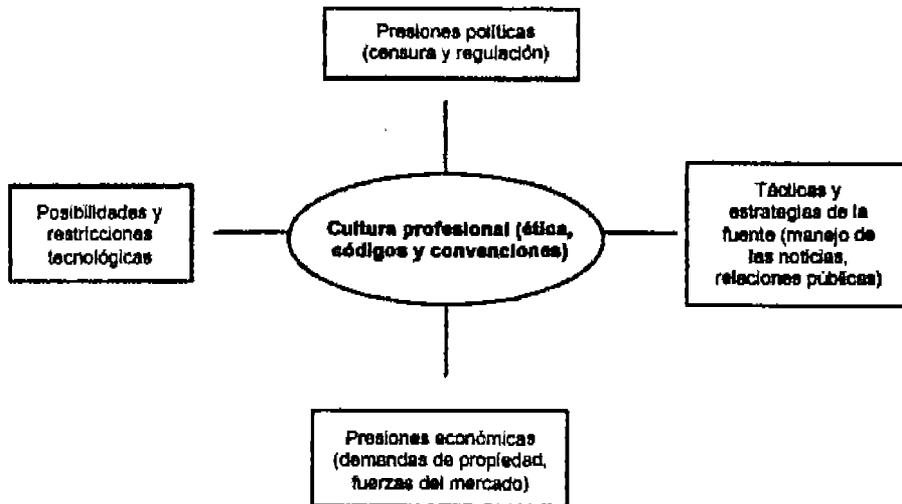
Desde que los medios masivos existen el tabloide ha estado presente, sólo que en distintas dimensiones. Su manifestación se debe también en parte al interés que generan las figuras públicas. Éste puede ser sólo una aspiración, es decir, el público desea ser como su artista favorito, vivir una situación similar a la que éste experimenta o bien establecer una relación con él bajo el entendido de que es un amor platónico. Por el otro lado, "las historias que se desarrollan tras bastidores, los romances, bodas y pleitos generan también interés por parte del público al mostrar a los artistas como seres humanos y por lo tanto los acercan a la realidad"<sup>50</sup>. La paradoja recae en que la magia de los reflectores los hace atractivos pero, al apagarse éstos, el *glamour* se acaba y los defectos regresan.

---

<sup>50</sup> Gilles, David, *op. cit.*, nota 30, pp. 129-134.

Existen varios factores de interés periodístico que hacen de un hecho, una noticia. En cuanto al espectáculo, estos factores son la actualidad, mantener al público al tanto de lo que acontece entre los famosos y/o celebridades; el conflicto, los divorcios, pleitos, etc.; la expectación, la espera del estreno de una película o producción discográfica; la prominencia, aspectos de la personalidad de los famoso y/o celebridades; entre otros.

El interés que existe por las figuras públicas es un hecho incuestionable, su desarrollo depende, al igual que el del resto de la información, de los determinantes sociales de la información. Éstos son señalados por Brian McNair en su libro *The Sociology of Journalism*<sup>61</sup>:



En el ámbito mundial, la globalización de la Información ha creado una mayor competencia entre las compañías. Éstas se enfrentan tanto a las

<sup>61</sup> McNair, Brian, *The Sociology of Journalism*, EE.UU., Arnold Publishers, 1998, p. 14.

corporaciones nacionales como las extranjeras, haciendo de la tecnología, el manejo de información y las relaciones públicas sus mejores armas. En muchos casos la falta de una regulación precisa permite que los medios utilicen el vehículo que tienen en sus manos a su conveniencia sin mayores fines que los económicos. México es un ejemplo de esto donde todas estas circunstancias se han presentado durante la última década.

#### **2.4.1. Antecedentes.-**

En México, el espectáculo ha estado presente en el periodismo desde sus inicios a través de los distintos medios masivos. Al principio fueron presentaciones aisladas, recitales, obras de teatro y conciertos en la prensa, después el cine a un nivel masivo hasta llegar a la televisión. Dentro de los periódicos, las revistas, la radio y la televisión siempre ha habido espacios dedicados al acontecer de los artistas. Sin embargo, el espectáculo alcanza su lugar protagónico dentro de los medios hasta la década de los noventa. Esto debido en parte a la libertad que se dio en los medios masivos y en parte a la ruptura del monopolio de Televisa.

Resulta difícil encontrar una revista que sea la pionera en publicaciones de espectáculos en México. Sin embargo, desde el siglo XIX se pueden encontrar publicaciones que contengan información sobre el espectáculo. Tal es el caso de las revistas femeninas *Las Hijas del Anáhuac*, *El Álbum de la Mujer* y *Las Violetas del Anáhuac*; publicadas entre los años 1873 y 1887. A pesar de que estas publicaciones se dedicaban mayormente a publicar asuntos sobre la situación de la mujer, su comportamiento, consejos de belleza y vida

social, también contenían pequeños "espacios donde se hacían reseñas y críticas de obras de teatro"<sup>52</sup>.

A finales del siglo XIX y principios del siglo XX aparecen las primeras revistas masculinas y son éstas las que empiezan a dedicar la mayor parte de su espacio a publicar aspectos del espectáculo y sus protagonistas. En este caso, a reseñar lo que acontecía delante y detrás de bambalinas de la zarzuela pícaro y espectáculos cómicos que eran los géneros más populares entre los hombres. Estaban destinadas al mero entretenimiento y se desarrollaban fuera del ámbito doméstico y rutinario.

A partir de 1897 y hasta 1917 se publicaron revistas, algunas mencionadas con anterioridad, como *Frégoli*, *Cómico*, *El Burro*, *Frivolidades*, *La Risa*, *Confeti* y *Vida Alegre* donde presentaban reseñas y crónicas del teatro frívolo, comentarios de las escenas eróticas de las películas y chismes de las vedettes. También incluían temas relacionados con la moda, humor y, en menor medida, política y sociedad. El escritor de zarzuela Rafael Medina, director de *Frégoli* y *El Burro*, fue uno "de los autores más populares de la farándula capitalina convirtiéndose en el antecesor de los periodistas de espectáculos"<sup>53</sup>. Las vedettes Fernanda Rusquella, Rosa Fuertes, María Conesa y Rosario Soler se convirtieron en las primeras famosas del espectáculo.

Hasta la década de los cincuenta es cuando aparecen publicaciones con contenido meramente de espectáculos. "En su mayoría abordaban al medio

<sup>52</sup> Navarrete Maya, Laura y Aguilar Plata, Blanca, *La Prensa en México (1810-1915)*, México, Addison Wesley Longman, 1998, p. 50.

<sup>53</sup> *Ibidem*, p. 164.

más reciente, la televisión<sup>54</sup>. Algunas de estas revistas fueron *TV*, *Tele Gula*, *T.V. Programas*, *T.V. Selecciones*, *Telecentro*, *Teleprogramas*, *Teleservicio* y *Farándula*. Para las siguientes décadas la mayoría de estas publicaciones habían desaparecido, más adelante aparece *Estrellas* pero tampoco se publicó por mucho tiempo. En esta época, el periodismo de espectáculos se limitaba a informar sobre los proyectos más recientes de los artistas (telenovela, disco, obra de teatro o película) y la vida personal de éstos era tocada ligeramente. Durante los siguientes años el cambio que se dio fue poco.

En 1955 aparece la revista *Notitas Musicales* de la editorial Notmusa, esta publicación se convertiría en la pionera en cuanto a música se refiere. Más tarde evolucionaría a *Notas Musicales* en 1997 para finalmente convertirse en *Notas para ti* en el 2002<sup>55</sup>.

En 1980 aparece la revista *TVyNovelas* seguida de *Somos* en 1989, la primera estaba dedicada al ámbito de las telenovelas y de los que participaban de éstas. La segunda tenía la intención de presentar reportajes y entrevistas más profundas. En 1992 aparece *Furia Musical* enfocándose a la música grupera. Ésta, junto con *Tele Gula*, *TVyNovelas* y *Somos* formaría parte de Editorial Televisa, que es uno de los consorcios de medios más importantes y se ha colocado como la compañía editora de revistas en español más grande a nivel mundial.

---

<sup>54</sup> Cueva, Álvaro, *Lágrimas de cocodrilo: Historia mínima de las telenovelas en México*, México, Tres Lunas, 1998, p. 37.

<sup>55</sup> Editorial Notmusa, 2003, <http://www.notmusa.com.mx/#play>

*Cine Premiere* surge en 1994 y se dedicaría al cine en su totalidad, en un principio formó parte del complejo Videocentro pero, más tarde (1998), esta empresa desaparece y la revista pasa a ser parte de la editorial Premiere<sup>58</sup>.

Ese mismo año aparece *TV Notitas*, la publicación era el equivalente de *Notitas Musicales* sólo que está trataba asuntos de la televisión. Más tarde se convertiría en lo que hoy es *TV Notas*.

En 1996 surge la revista *Cinemanía*, publicada por la editorial del mismo nombre. Esta publicación aborda todo lo concerniente al séptimo arte. Este mismo año aparece la revista musical *Swith*, publicada por editorial Premiere. Se define como la revista que ofrece información inteligente y entretenida a todos los jóvenes que hacen de la música un estilo de vida.

*Mi-Guía* aparece en 1997 haciéndole competencia a *Tele-Guía* al proporcionar otra lista con la programación nacional de televisión abierta. La revista es publicada por editorial Mi Guía.

En el 2000 aparece la revista *Bravo Por Ti* enfocada a publicar noticias del espectáculo pero dirigida a los jóvenes. H. Bauer Ediciones se encarga de su publicación.

Las revistas musicales se multiplican en 2001, resultando este año seis publicaciones enfocadas a la música. *¡Uups!* y *DTN* de editorial Mango; *Sonika* editada por Grupo Alce; *La Revista Exa* a cargo de Grupo Editorial Vía Satélite; *Qué Onda* publicada por Grupo Medios y *Qué Pague* de Editorial Mina. También en este año, surge *TVyMás* publicada por editorial Armonía. Esta revista se dedica al medio del espectáculo en general. Para el 2002 surge

<sup>58</sup> Editorial Premiere, *Quiénes somos*, <http://www.gepremiere.com/Index3.htm>

*Ezkucha*, esta revista se dedica a presentar noticias del ámbito musical y es editada por SMEM, S.A. de C.V.

El espectáculo ha ocupado en los últimos años cada vez más espacios tanto en televisión como en radio y prensa mexicana. Es, ésta última, la que en su mayoría le ha asegurado una mayor permanencia a los productos mediáticos al poder adecuarse a las necesidades de un segmento del mercado específico, aunque esto resulte en muchos casos en publicaciones similares.

La plaga de publicaciones en México sobre el mundo del espectáculo resulta principalmente del interés por promocionar los productos de las principales compañías televisivas y discográficas, y de la explotación del morbo, donde muchas veces las imágenes hablan más que las palabras. El contenido, el fondo, cede su lugar al espectáculo, en un medio donde es precisamente eso lo que predomina, el espectáculo del espectáculo.

Las publicaciones del espectáculo se respaldan bajo el argumento de realizar periodismo de espectáculos y, si bien, es un hecho que éste ha predominado en los últimos años y que cada vez ocupa mayores espacios, también lo es la falta de ética y, por consiguiente, el periodismo del chisme que se respalda en el hecho de informar y no pretende nada más que vender un par de ejemplares más.

## **2.5. La televisión como propulsora del periodismo de espectáculos y del periodismo del chisme en México.-**

Como ya se mencionó anteriormente, los primeros espacios donde se difundía alguna información respecto al espectáculo eran unas cuantas secciones dentro de revistas, y estas secciones sólo abarcaban el teatro. Más tarde, "aparece en 1900 el cine como generador de artistas a un nivel masivo dando a Florence Lawrence, Mary Pickford y Ben Turpin como las primeras estrellas conocidas internacionalmente"<sup>57</sup>.

Sin embargo, es el surgimiento de la televisión en la década de los cincuenta la que ha sido uno de los factores principales del nacimiento del periodismo de espectáculos y más tarde del periodismo del chisme. Con la llegada de éste, la relación que existía entre el público y los artistas del espectáculo cambió por completo. Anteriormente "las estrellas eran personas distantes que sólo podían verse en ocasiones especiales, como una visita al cine o visitar los lugares que estas estrellas frecuentaban"<sup>58</sup>. La televisión trajo consigo el espectáculo y sus estrellas a la vida diaria y no sólo eso, sino que creó espacios para su difusión. La demanda por conocer los aspectos de la vida de las estrellas propició que fuera necesaria un área del periodismo que se dedicara a relatar lo que sucede delante y detrás del escenario.

Al parecer, es en la televisión donde comienza a darse el periodismo del chisme, las razones de este fenómeno responden a varias causas. La primera y más obvia es la promoción de los propios artistas. Los espacios dedicados a hablar sobre alguna telenovela, programa o artista tienen como principal

<sup>57</sup> Giles, David, *op. cit.*, nota 30, p. 22.

<sup>58</sup> *Ibidem*, p. 24.

función el publicitar. El que en un programa como *La Oreja*, transmitido de lunes a viernes a las 6:00 de la tarde por el canal 2 de Televisa y es conducido por Juan José Origen, Flor Rublo y Verónica Gallardo; se destine un espacio determinado a los *reality shows* *Big Brother* y *Big Brother VIP* no responde a otro interés más que hablar y comentar sobre lo que sucede en tales series y generar expectativa e interés por parte del auditorio. Parece que el periodismo que se dedicaba a relatar únicamente los proyectos de los artistas y que de vez en cuando comentaba sobre algún romance o noviazgo ha quedado obsoleto. La nueva tendencia presenta cada vez mayores críticas en torno al trabajo del artista y, sobre todo, a su vida personal, dándole incluso sus cinco minutos de fama a amigos, vecinos y familiares de las figuras públicas, con tal de obtener información que resulte más escandalosa.

El apogeo de los programas de espectáculos se da después del rompimiento del monopolio de Televisa y que TV Azteca comenzara sus transmisiones y como parte de la llamada "guerra de televisoras", donde cada cadena buscaba desprestigiar a la competencia. El analista y periodista Jenaro Villamil señala al respecto que desde que se introdujo la competencia "el principal protagonista de la televisión es el propio mundo televisivo"<sup>59</sup>. Por lo tanto, el crecimiento en tiempo aire dedicado a comentar sobre los actores de una empresa u otra resulta necesario.

Villamil indica también que en el afán por ganar la competencia las televisoras han establecido a sus "estrellas" como sus personajes predilectos, además de determinar la relevancia de las noticias como resultado directo de

---

<sup>59</sup> Villamil, Jenaro, *El poder del rating*, México, Plaza y Janés, 2001, pp. 28 y 29.

sus propios intereses. Ejemplos de esto son el asesinato de Paco Stanley y la controversia generada en torno a Gloria Trevi y Sergio Andrade a raíz de la publicación del libro *La Gloria por el infierno* en 1998 y que hasta la fecha sigue generando noticias. De la misma manera, las series buscan "medrar sobre la competencia, criticando a sus artistas, a sus programas, a sus opciones"<sup>60</sup>.

Además, las emisiones se transformaron a sí mismas en un espectáculo. El mejor ejemplo es *Ventaneando*, programa conducido por Paty Chapoy, Pedro Sola, Mónica Garza, Daniel Bisogno, Aurora Valle y Atala Sarmiento que se transmite de lunes a viernes a las 6:00 de la tarde por el canal 13 de TV Azteca. La serie se caracterizó por realizar fuertes críticas a las producciones de San Ángel y difundir imágenes de los artistas negándose a concederles entrevistas, ya que la empresa se lo tenía prohibido a sus artistas exclusivos y quienes no lo eran preferían no concederlas por miedo al veto. Un caso más se dio cuando Pati Chapoy fue demandada por Televisa por violaciones a los derechos de autor al utilizar sus imágenes bajo la etiqueta de *creatomatía* para fines de crítica y no educativos. "Chapoy apareció ante las cámaras como una víctima donde incluso derramó varias lágrimas al aire"<sup>61</sup>. El lanzamiento de la emisión y su desarrollo se dio en un tiempo en que México enfrentaba las elecciones de un nuevo presidente de la República Mexicana, el asesinato del candidato del Partido Revolucionario Institucional, Luis Donald Colosio y la posterior devaluación del peso, al terminar el gobierno de Carlos Salinas de Gortari.

---

<sup>60</sup> Villamil, Jenaro, *op. cit.*, nota 59, p. 113.

<sup>61</sup> Cueva, Álvaro, *op. cit.*, nota 54, p. 252.

No obstante, además del espectáculo que se escenificaba en las propias emisiones, éstas abordaban principalmente en un inicio a las telenovelas. Al respecto Álvaro Cueva, analista de la televisión mexicana, destaca la importancia que los melodramas han tenido para los mexicanos desde sus inicios ya que "son historias de pasión que generan a su vez una pasión desbordante e incontenible"<sup>62</sup>. Tal pasión ha llevado a que los creativos quieran "convertirlo todo en telenovela con resultados que funcionan a nivel periodístico o publicitario, pero que se derrumban una vez que pasa la novedad"<sup>63</sup>. Por lo tanto, no sólo los mismos programas de espectáculos y sus protagonistas han adquirido tintes de melodrama, sino que sus noticias también. Ejemplo de esto son las notas acerca de los divorcios de los actores Itatí Cantoral y Eduardo Santamarina, el productor Juan Osorio y Niurka o los amoríos entre Luis Miguel y Mirka Dellanos.

Con respecto al tratamiento de las noticias, cabe mencionar que también los noticieros abordan de manera sensacionalista sucesos como el asesinato del Cardenal Posadas o la relación entre la actriz Sasha Montenegro y el ex-presidente, José López Portillo. Al respecto, Villamil señala varios puntos en relación con los noticieros y que pueden ser aplicables a los programas de espectáculos:

- a) Las noticias televisivas son producto del marketing.
- b) La uniformización de las imágenes y la simplificación de los procesos Informativos.

---

<sup>62</sup> *Ibidem*, p. 173.

<sup>63</sup> *Ibidem*, p. 174.

c) Sensacionalismo y ventanas cerradas.

Sobre la primera, indica que para fines de la televisión "la noticia es imagen y ésta en tanto más espectacular, más comercial y por ende generadora de un mayor nivel de audiencia"<sup>64</sup>. En consecuencia, las transmisiones en directo han adquirido popularidad, ya que "no son más que 'puestas en escena' donde las imágenes significan por sí mismas *rating*"<sup>65</sup>. La muerte de la princesa Diana en agosto de 1996 ilustra esta situación.

El segundo punto hace referencia al uso desmedido de imágenes por parte de las televisoras para informar sin contextualizar los hechos. Mientras la imagen capte la atención del espectador, ésta será transmitida una y otra vez. Bajo esa lógica opera la promoción de los *reality shows* de ambas televisoras.

En conjunto con los dos puntos anteriores, el sensacionalismo y ventanas cerradas, indican que "la televisión deja de mirar hacia afuera para mostrarnos permanentemente como 'información' lo que sucede en su propio entorno"<sup>66</sup>. Este punto se da, como se mencionó anteriormente, como consecuencia del rompimiento del monopolio de Televisa y la entrada de TV Azteca al mercado, el cual causó un interés de las empresas por señalar constantemente sus puntos fuertes, mientras se promocionaba y, a la vez, descartaba el trabajo de la competencia.

Tal tendencia se resume en cuatro características que Ignacio Ramonet, citado por Villamil, en *La tiranía de la comunicación* (2000), señala: "censura,

<sup>64</sup> Villamil, Jenaro, *op. cit.*, nota 59, p. 149.

<sup>65</sup> *Idem.*

<sup>66</sup> *Ibidem*, p. 152.

distorsión, personalización, dramatización<sup>67</sup>. Su valor en el mundo del *rating*: el realismo. Las imágenes se ven reales, son reales, pero no dejan de ser una distorsión, un fragmento de la realidad que sólo permite ver aquello que la lente enfoca. Un reflejo legítimo a causa de la personalización de situaciones donde hablar del gobierno es hablar de Vicente Fox, donde cada tema tiene su símil en algún personaje. De lo contrario, no existe... al menos, para la televisión.

La imagen se ha transformado en el centro de atención. Como bien se dice "una imagen vale más que mil palabras" y ese es el principio bajo el cual se rinde la noticia en la actualidad. El periodismo de espectáculos y del chisme nace como consecuencia de la guerra entre televisoras, como un medio de ataque y defensa, un medio de reafirmación y promoción. Un medio que en sí es espectáculo y que ha encontrado en el espectáculo la mejor información. Un medio que se expande a la prensa y la radio, demostrando que el espectáculo se puede ver, oír y sentir.

El auge del periodismo de espectáculos es un fenómeno indiscutible. En 1990 eran pocas las emisiones radiofónicas, los programas de televisión o las publicaciones que trataban el tema. Hoy existe una gran variedad de opciones y propuestas, tantas como el público pueda consumir; ejemplos de esto son, el programa de radio *Todo para la mujer* de Maxine Woodside; programas de televisión como *La Oreja* conducido por Juan José Origen, revistas como *TV y Más*, etc.

El medio del espectáculo se ha convertido en el vehículo idóneo a través del cual se puede legitimar o desprestigiar lo hecho por una televisora u otra,

<sup>67</sup> *Ibidem*, p. 153.

por un cantante, productor o actor. El tocar lo sucedido sobre un escenario o debajo de él también ha significado una gran cantidad de utilidades, mismas que se ven reflejadas en puntos de *rating* o mayores ventas. El espectáculo vende. Y no sólo eso, el espectáculo y las series de espectáculos son un espectáculo en sí.

Elementos de las telenovelas como la pasión y el melodrama han traspasado las barreras de un género para adaptarse a otro. Las notas del espectáculo son un ejemplo, pero no sólo ellas. Los noticieros tampoco han escapado de esta tendencia. Día a día se adjudican papeles de villano o héroe sin mayor contextualización. Se deja a las imágenes hablar y las letras, el contenido, apenas y logran susurrar.

La promoción no debe olvidarse. Después de todo destinarle un espacio u otro a un cantante, actor o programa no hace más que decirle al público quién está de moda, qué es lo nuevo. Y es aquí importante señalar que no son sólo los medios los que buscan retratar el último escándalo de algún artista como Alejandra Guzmán, sino que son éstos mismos quienes buscan a la prensa para dar de qué hablar. Nadie sabía de la separación de Tatiana y Andrés Puentes, hasta que el segundo habló del tema. La prensa de espectáculos se ha transformado en una relación de estira y afloje, de conveniencia, donde uno proporciona la nota, el escándalo y otro la promoción.

Es indiscutible que la televisión fue la propulsora del periodismo de espectáculos, no sólo acercó al público a "las estrellas" sino que, con el paso del tiempo, le ha dado una nueva forma de ver el mundo de los famosos.

## **CAPÍTULO 3**

**ANÁLISIS DE DOS CASOS:**

***TVyNOVELAS Y TVNOTAS***



En su mayoría la revista está constituida por entrevistas, reportajes y artículos sobre actores, cantantes y programas de televisión. Las secciones fijas de la revista son: "SuperClic" (similar al portafolios de *TVNotas*), "Ronda por los foros" (fotografías chuscas de los artistas), "Dicen que dicen" (notas breves y rumores del espectáculo) y "Los otros astros" (horóscopos).

Alfredo Gudinni y Juan Calderón colaboran con la publicación de sus columnas "Agasajo de la televisión" y "El Canto del Gallo", respectivamente; Arturo Rivera Ruiz, Luis Magaña, y Gustavo Adolfo Infante tienen sus secciones "Sin titubeos", "No es por Intrigar", y "Última palabra", respectivamente; Luis Magaña también evalúa el vestir de los famosos en "La moda de los famosos". Igualmente, han participado en la revista Alfredo Oropeza, Martha Carrillo, Álvaro Cueva, Yolanda Andrade y Montserrat Oliver, por citar algunos.

Los *reality shows* producidos por Televisa han ocupado un espacio importante en las páginas de *TVyNovelas* desde su aparición en las pantallas mexicanas de televisión. La gaceta se ha proclamado como la "revista oficial" de *Big Brother* y *Big Brother VIP*; además, en su momento, les brindó espacio a *Pop Stars* y *Operación Triunfo*. Sin embargo, el proyecto de TV Azteca, *La Academia*, ha sido totalmente ignorado. En cuanto a los primeros dos, les asignó un promedio de 15 páginas durante el tiempo que duraron al aire, al centro de la publicación.

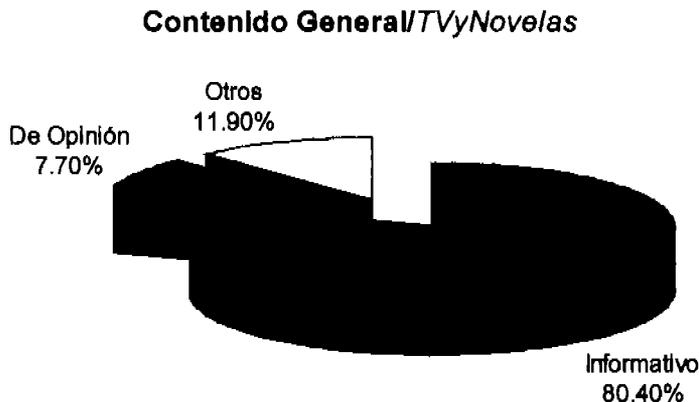
La revista no cuenta con página electrónica propia en su versión mexicana, solo se ofrece una pequeña descripción de la revista, así como su composición editorial y su ficha técnica en la página oficial de Editorial Televisa:

<http://www.esmas.com/get/nuestrasrevistas/espectaculos/306801.html>. Sin embargo la versión chilena de *TVyNovelas* si cuenta con su página oficial: <http://www.tvynovelas.cl/>.

*TVyNovelas* es dirigida por Jesús Gallegos y publicada por Editorial Televisa. La publicación es distribuida únicamente en México, pero cuenta con versiones en Estados Unidos, Chile y Argentina. Cuenta, en promedio, con 130 páginas y su tiraje semanal es de 550 mil ejemplares. La revista tiene un costo de 15 pesos y, puede adquirirse todos los lunes en puestos de periódico y en las principales tiendas de autoservicio de todo el país.

### 3.1.1. Análisis de caso de *TVyNovelas*.

#### Contenido General



**Gráfica 1**

Como se puede ver en la gráfica 1, en *TVyNovelas* el género informativo es el que predomina, seguido de otros y quedando en último lugar el género de opinión.

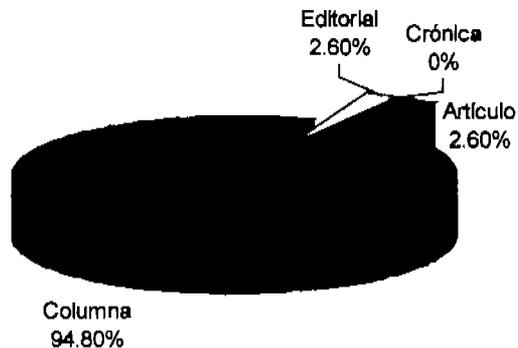
### Género Informativo/TVyNovelas



**Gráfica 2**

La nota ocupa una gran cantidad de espacios en lo que al género informativo se refiere. Éstas son seguidas de forma decreciente por entrevistas y reportajes (Gráfica 2).

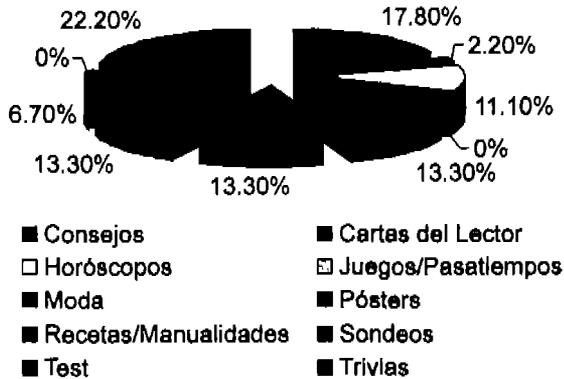
### Género de Opinión/TVyNovelas



**Gráfica 3**

Dentro del género de opinión, las columnas están presentes también de forma importante. Alfredo Gudini y Juan Calderón son algunos de sus escritores (Gráfica 3).

### Otros/TVyNovelas



**Gráfica 4**

En el caso de otros, la preferéncia la tienen las trivias, seguidas por los consejos y, en el mismo lugar, se encuentran las recetas, manualidades, carteles y moda. (Gráfica 4).

### Género Informativo

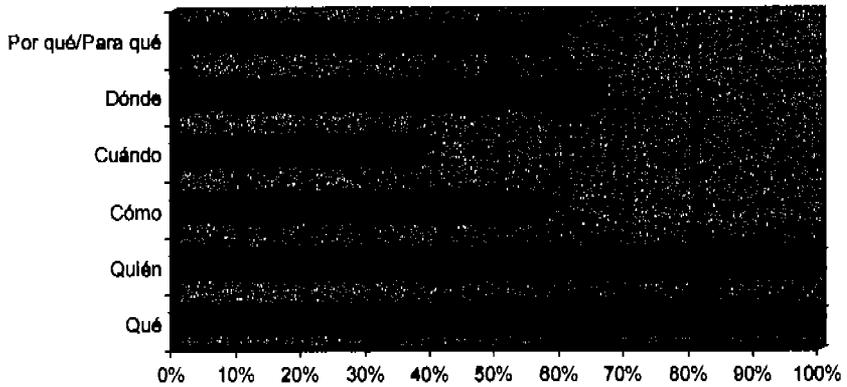
#### Cobertura Periodística-Notas Informativas/TVyNovelas



**Gráfica 5**

En *TVyNovelas* las notas informativas están completas por contestar más de cuatro preguntas periodísticas en la mayoría de los casos (Gráfica 5).

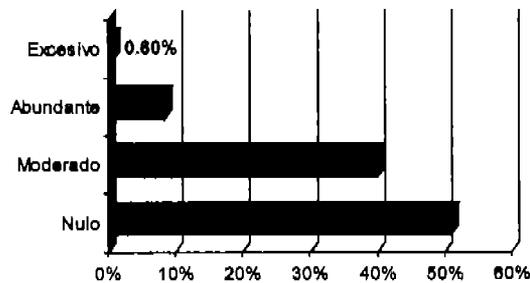
### Cobertura Periódica 2-Notas Informativas/TVyNovelas



**Gráfica 6**

Las preguntas que más se responden dentro de las notas informativas son el qué, quién, dónde y porqué o para qué las preguntas más contestadas (Gráfica 6).

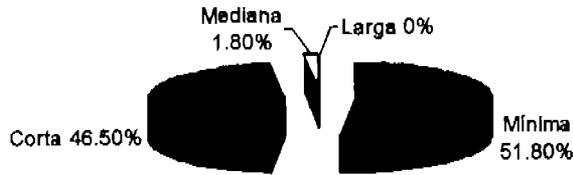
### Uso de Adjetivos/TVyNovelas



**Gráfica 7**

En el uso de adjetivos, un poco más de la mitad de las notas informativas hace un uso nulo, seguido de manera descendente de un uso moderado, uso abundante y uso excesivo (Gráfica 7).

### Extensión General-Notas Informativas/TVyNovelas



**Gráfica 8**

La extensión general de las notas informativas es mínima y va de media página o menos (Gráfica 8).

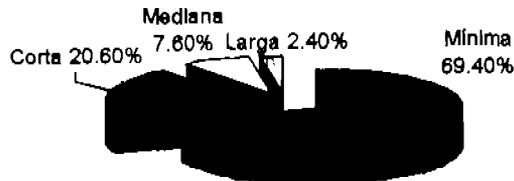
### Extensión Textual-Notas Informativas/TVyNovelas



**Gráfica 9**

Textualmente hablando, las notas son cortas ya que ocupan de 4 a 6 párrafos (Gráfica 9).

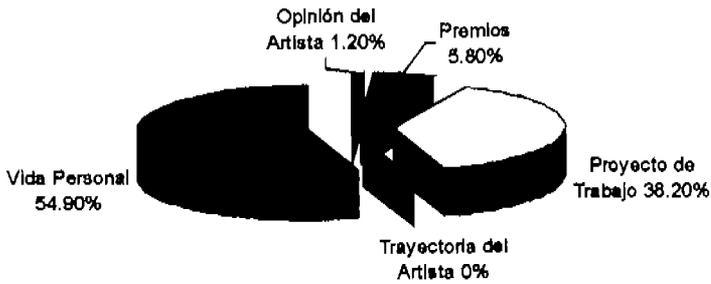
### Extensión Gráfica-Notas Informativas/TVyNovelas



**Gráfica 10**

El uso de imágenes es mínimo pues las notas no vienen acompañadas de más de 3 imágenes (Gráfica10).

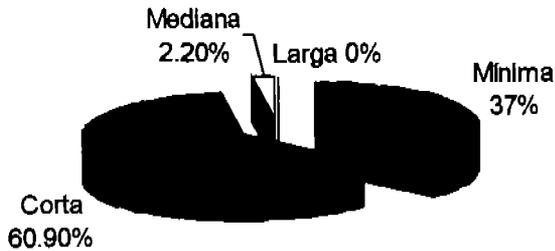
### Contenido Principal-Notas Informativas/TVyNovelas



**Gráfica 11**

Las notas abordan principalmente la vida personal de los artistas, seguida de los proyectos de trabajo (Gráfica 11).

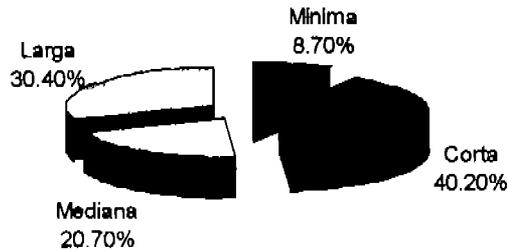
### Extensión General-Entrevista/TVyNovelas



**Gráfica 12**

Las entrevistas son cortas pues su extensión general va de 1 a 2 páginas (Gráfica 12).

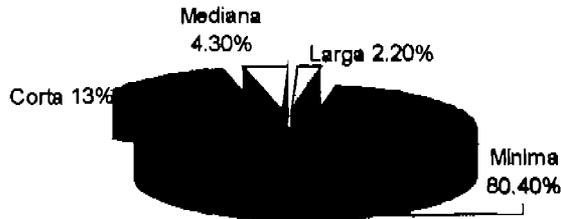
### Extensión Textual-Entrevista/*TVyNovelas*



**Gráfica 13**

La extensión textual de las entrevistas en *TVyNovelas* es corta, seguida de una extensión larga y mediana (Gráfica 13).

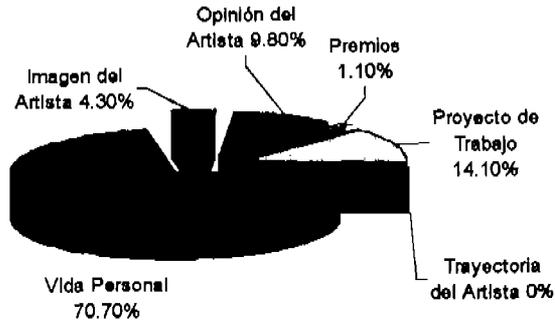
### Extensión Gráfica-Entrevista/*TVyNovelas*



**Gráfica 14**

En el aspecto gráfico, *TVyNovelas* utiliza de 1 a 3 imágenes, es decir, tiene una extensión gráfica mínima; le siguen de manera descendente la extensión corta, mediana y larga (Gráfica 14).

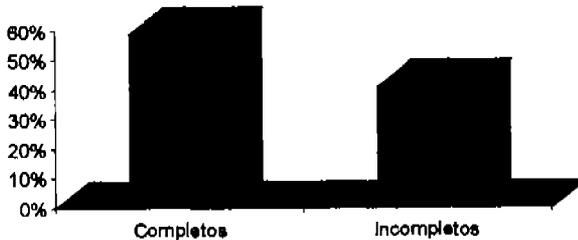
### Contenido Principal-Entrevista/TVyNovelas



**Gráfica 15**

En las entrevistas la vida personal predomina sobre la vida profesional en lo que se refiere a contenido principal (Gráfica 15).

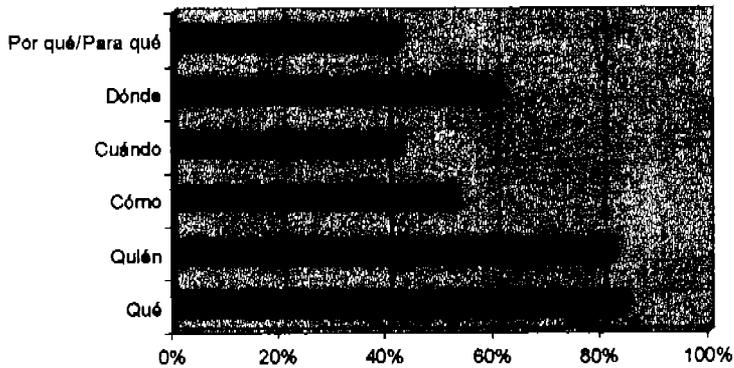
### Cobertura Periodística-Reportajes/TVyNovelas



**Gráfica 16**

La mayoría de los reportajes en *TVyNovelas* están completos pues contestan a más de cuatro preguntas básicas del periodismo (Gráfica 16).

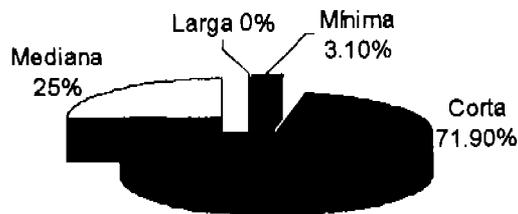
### Cobertura Periodística 2-Reportajes/TVyNovelas



**Gráfica 17**

Las preguntas que más contestan los reportajes son el qué, quién, cómo y dónde (Gráfica 17).

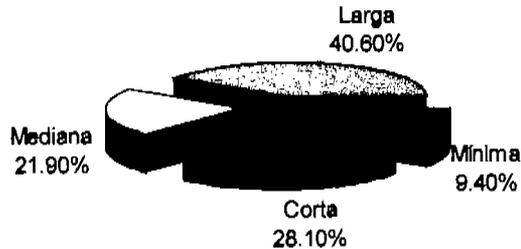
### Extensión General-Reportaje/TVyNovelas



**Gráfica 18**

La extensión general de los reportajes es corta, es decir, de 1 ó 2 páginas (Gráfica 18).

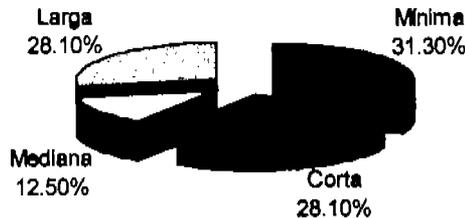
### Extensión Textual-Reportaje/TVyNovelas



**Gráfica 19**

Los reportajes de *TVyNovelas* ocupan de 9 párrafos en adelante, esto quiere decir que su extensión textual es larga, de manera descendente, le siguen la corta, mediana y mínima (Gráfica 19).

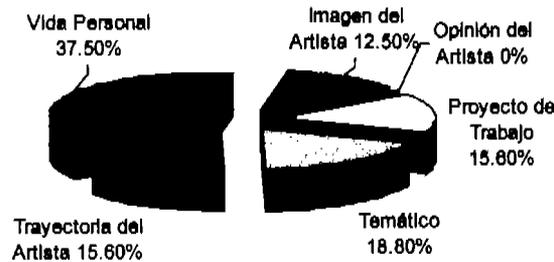
### Extensión Gráfica-Reportaje/TVyNovelas



**Gráfica 20**

Se utilizan entre 1 y 3 imágenes, dando una extensión gráfica mínima; seguida se manera igual por una extensión larga y corta, quedando por último la extensión mediana (Gráfica 20).

### Contenido Principal-Reportaje/TVyNovelas

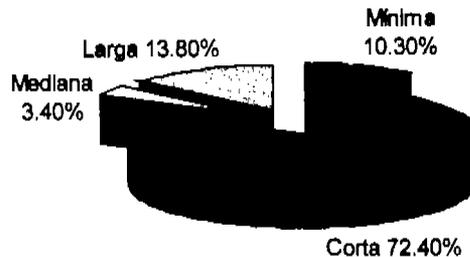


**Gráfica 21**

La mayor parte del contenido de los reportajes trata sobre la vida profesional de los artistas. Siendo los temáticos los de mayor porcentaje, seguidos muy de cerca de los proyectos de trabajos, opinión del artista y, por último, imagen del artista (Gráfica 21).

### Género de Opinión

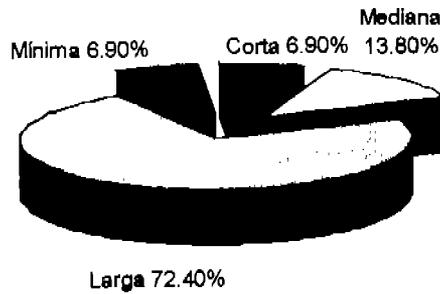
#### Extensión General-Género de Opinión/TVyNovelas



**Gráfica 22**

El género de opinión tiene una extensión general corta, es decir, de 1 página (Gráfica 22).

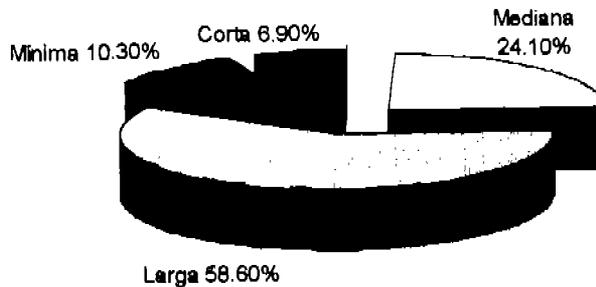
### Extensión Textual-Género de Opinión/*TVyNovelas*



**Gráfica 23**

La extensión textual del género de opinión en *TVyNovelas* es larga, abarcando de 4 párrafos en adelante (Gráfica 23).

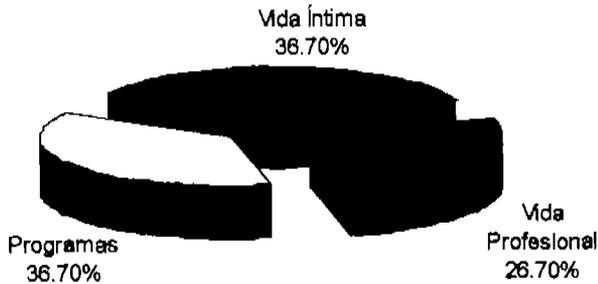
### Extensión Gráfica-Género de Opinión/*TVyNovelas*



**Gráfica 24**

Se ocupan más de 4 imágenes dando como resultado una extensión gráfica larga (Gráfica 24).

### Contenido Principal-Género de Opinión/*TVyNovelas*

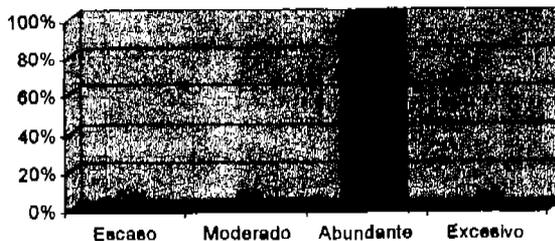


**Gráfica 25**

Tanto la vida íntima como los programas ocupan en su mayoría el contenido de los géneros de opinión, seguidos muy de cerca de la vida profesional (Gráfica 25).

### Portadas

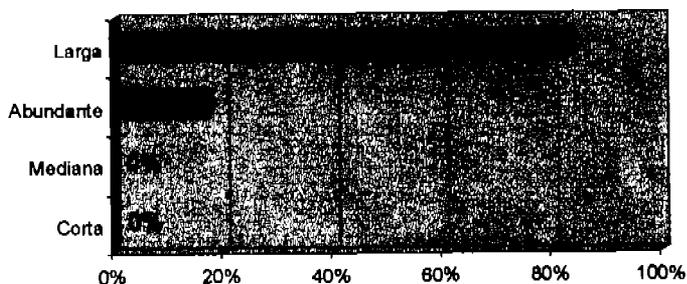
#### Uso de Titulares-Portadas/*TVyNovelas*



**Gráfica 26**

En su totalidad, las portadas de *TVyNovelas*, hacen un uso abundante de titulares, es decir 7 a 9 por portada (Gráfica 26).

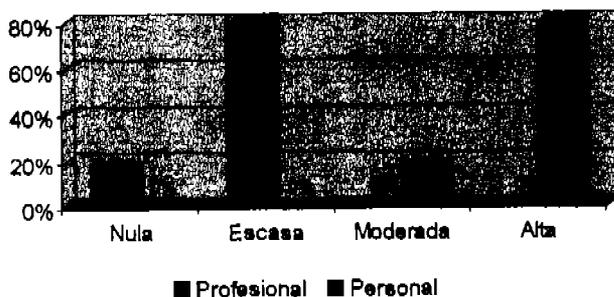
### Extensión Gráfica-Portadas/*TVyNovelas*



**Gráfica 27**

Se utilizan normalmente más de 9 imágenes dando una extensión gráfica larga en las portadas (Gráfica 27).

### Tema del Titular-Portada/*TVyNovelas*

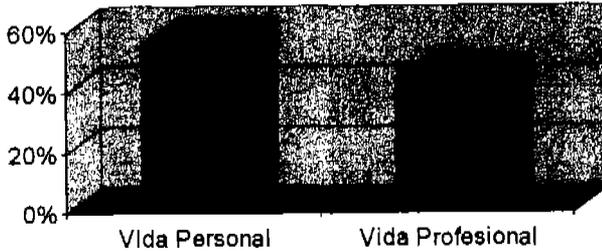


**Gráfica 28**

En su totalidad, las portadas de *TVyNovelas*, tocan la vida personal y lo hacen con 7 menciones o más. La profesional aparece poco con 1 a 3 menciones (Gráfica 28).

## Contenido Principal

### Contenido Principal/TVyNovelas



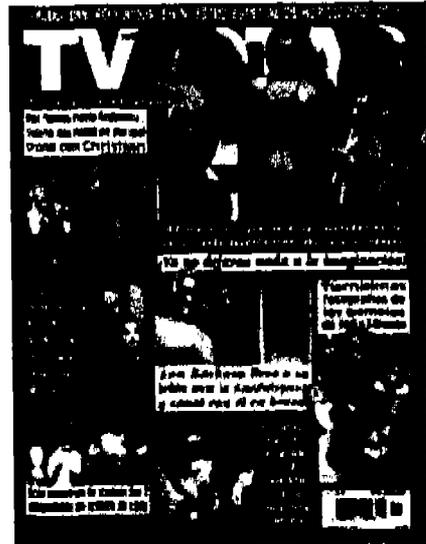
**Gráfica 29**

El promedio del contenido principal entre el género Informativo y el género de opinión, en la revista *TVyNovelas*, indican un poco más de la mitad está dedicada a la vida personal de los artistas mientras que el resto trata de la vida profesional (Gráfica 29).

### 3.2. TV Notas.-

*TVNotas* aparece el 10 de junio de 1994 por primera vez. En aquél entonces la revista tenía un formato más pequeño y respondía al nombre de *TV Noticias*. Por describirla de alguna manera, la publicación es el símil de lo que fuera *Notitas Musicales*, sólo que de la televisión. Matilde Obregón Peruyero ha sido la guía de la gaceta durante los diez años que tiene de vida.

Gran parte de la revista está constituida por entrevistas y reportajes realizados principalmente a actores. Entre sus secciones fijas



Se encuentra "Hace apenas..." donde aparece una fotografía de antaño y "Los + vistos" donde se encuestan telefónicamente y vía Internet a mil personas y se establece la preferencia de la audiencia por los programas del horario matutino, vespertino, nocturno y de fin de semana. El análisis de las telenovelas aparece en "La feria de las vanidades".

En "¿Qué te recuerda esta foto?" los actores evocan lo que vivieron en la época que ilustra precisamente una fotografía de alguna obra de teatro o programa de televisión de la cual fueron partícipes. En la sección "Esta es parte de su vida" el lector observa gráficamente los cambios que han sufrido las figuras del espectáculo y los actores comentan parte de su vida. "Rápidas para comentar" es el lugar donde se encuentran noticias breves acerca de los artistas.

En "In fraganti" están las fotografías donde los artistas fueron captados sorpresivamente y en "Mundo Insólito" aquellos sucesos que parecen imposibles. El vestuario de los actores es analizado en "En desfile".

Otra sección es "Portafolios" donde los artistas posan atrevidamente. Estas fotografías el lector puede desprenderlas para contar con varios pósters tamaño carta y doble carta.

Mariana Bárbara, Shanik Berman y Matilde Obregón dan su opinión en "Que se entere todo el mundo", "La columna de Shanik" y "Los comentarios de Matilde Obregón", respectivamente. Para redondear la publicación se incluyen horóscopos, consejos de moda, belleza, para el hogar, recetas y secretos de cocina, además de una sección de preguntas y respuestas sobre nutrición, sexualidad, pareja y salud.

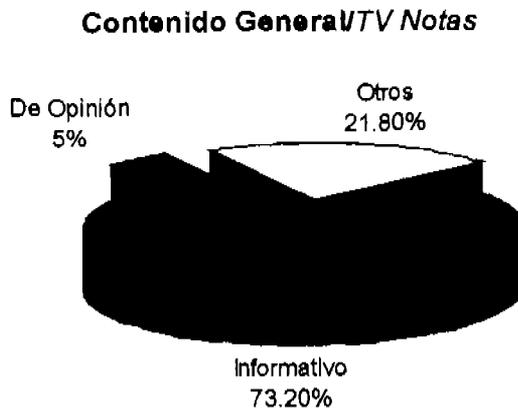
La página electrónica de *TV Notas* es <http://www.tvnotasusa.net/tvn/> la cual contiene información relacionada con el número en vigencia. La opción "Horóscopo" te permite acceder a información concerniente a los signos zodiacales. En "Suscripciones" se llena un formulario para inscribirte a la revista y recibirla semanalmente. En la sección de "Participa" el lector puede enviar información, preguntas o sugerencias a la redacción. Hay críticas al vestuario de los artistas en "Desfile". En "Los más vistos" se puede votar por los programas de televisión, esta información será utilizada después para la sección del mismo nombre en la revista. La página cuenta con un compendio de las portadas de todos los números publicados hasta el momento en la opción "Portadas". En la sección "Videos" se pueden descargar videos de las sesiones de fotos realizadas por la publicación a los artistas y, por último, la

opción "Publicidad" contiene la dirección y teléfonos de las oficinas en Miami. Además de esta página, en la página de Notmusa: [www.notmusa.com.mx](http://www.notmusa.com.mx), la revista cuenta con su propio apartado donde describen su contenido.

Editada por Grupo Editorial Notmusa, *TVNotas*, tiene un tiraje semanal de 580 mil ejemplares en México y 120 mil ejemplares en Estados Unidos; la circulación neta pagada es de 524 mil 546 ejemplares. Su costo es de 15 pesos.

### 3.2.1. Análisis de caso de TV Notas.-

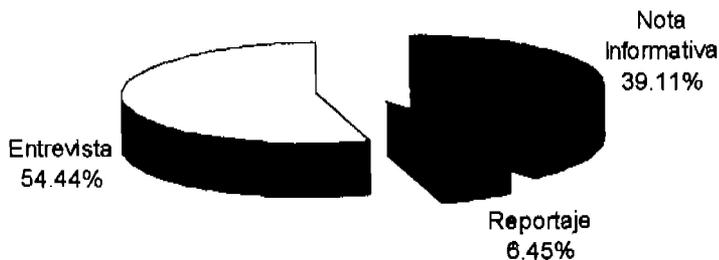
#### Contenido general



**Gráfica 30**

El área informativa es la más utilizada por *TV Notas*, seguida de otros y, por último, se encuentra el género de opinión (Gráfica 30).

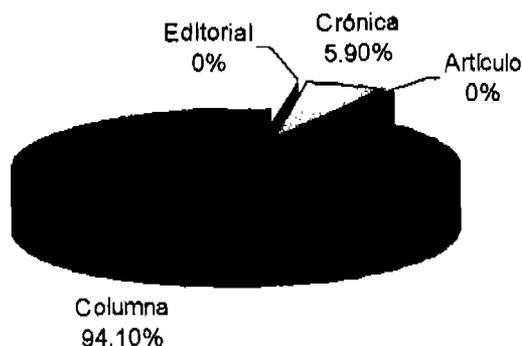
### Género Informativo/TV Notas



**Gráfica 31**

El género informativo que ocupa mayores espacios es la entrevista, le siguen las notas informativas y los reportajes en menor medida (Gráfica 31).

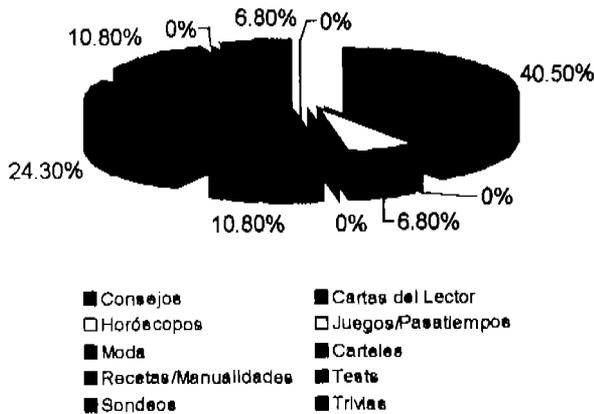
### Género de Opinión/TV Notas



**Gráfica 32**

Dentro del género de opinión, las columnas tienen un fuerte peso donde Matilde Obregón, Shanik Bergman y Bárbara Martínez, entre otros,

### Otros/TV Notas



**Gráfica 33**

Los consejos que frecuentemente son para el hogar, de cocina o belleza predominan en el rubro de otros. El resto presenta información adicional como carteles, moda, recetas y manualidades, horóscopos, entre otros (Gráfica 33).

### Género Informativo

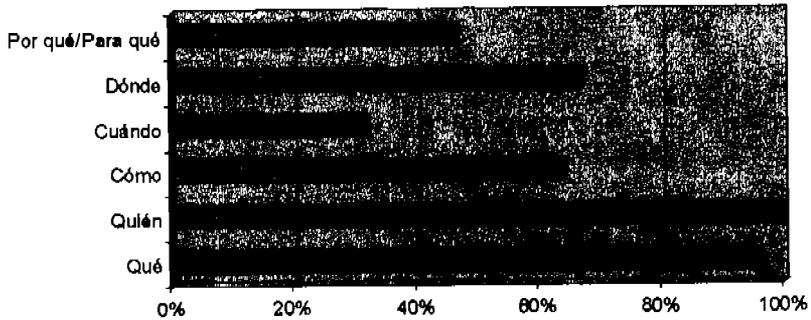
#### Cobertura Periodística-Notas Informativas/TV Notas



**Gráfica 34**

Más de la mitad de las notas informativas contestan más de cuatro preguntas periodísticas y, por lo tanto, éstas se publican completas en la revista *TV Notas* (Gráfica 34).

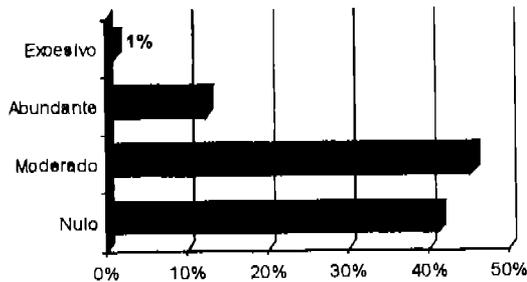
### Cobertura Periódística 2-Notas Informativas/TV Notas



**Gráfica 35**

Las preguntas que más contestan las notas informativas son el qué, quién, cómo y dónde (Gráfica 35).

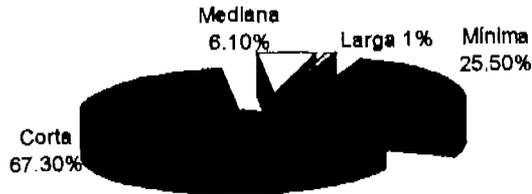
### Uso de Adjetivos/TV Notas



**Gráfica 36**

En su mayoría, las notas informativas hacen uso de adjetivos. Casi la mitad utiliza de manera moderada los adjetivos, mientras que una pequeña parte hace un uso abundante y excesivo (Gráfica 36).

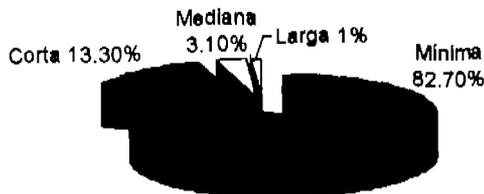
### Extensión General-Notas Informativas/TV Notas



**Gráfica 37**

El espacio que ocupan en su mayoría las notas informativas es de 1 a 2 páginas, haciendo que su extensión general sea corta (Gráfica 37).

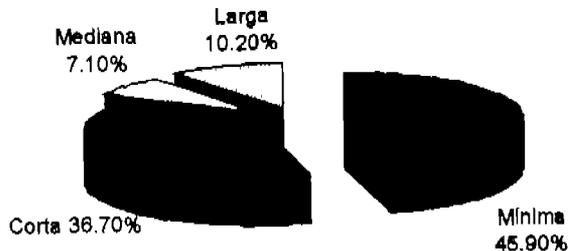
### Extensión Textual-Notas Informativas/TV Notas



**Gráfica 38**

La nota se desarrolla en una extensión de 1 a 3 párrafos, es decir, tiene una extensión mínima (Gráfica 38).

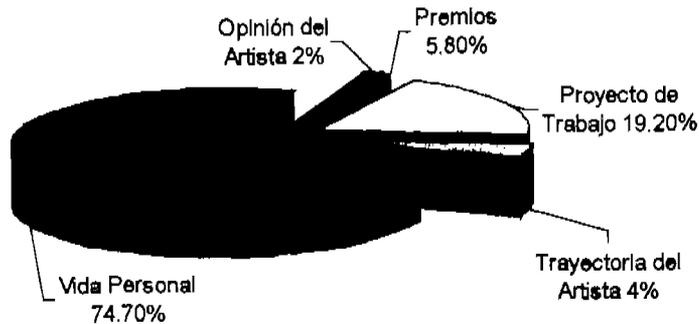
### Extensión Gráfica-Notas Informativas/TV Notas



**Gráfica 39**

Las notas informativas se ilustran con el mínimo de imágenes, utilizando de 1 a 3 imágenes (Gráfica 39).

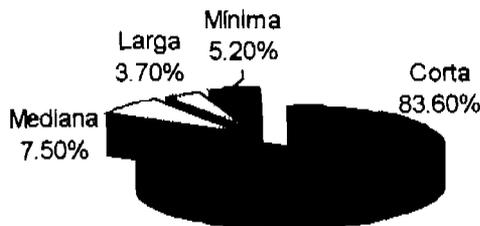
### Contenido Principal-Notas Informativas/TV Notas



**Gráfica 40**

El tema más tratado es la vida personal del artista; mientras que la profesional se toca discretamente, la cual queda repartida entre los de proyectos de trabajo, premios o premiaciones, la trayectoria y la opinión del artista. (Gráfica 40).

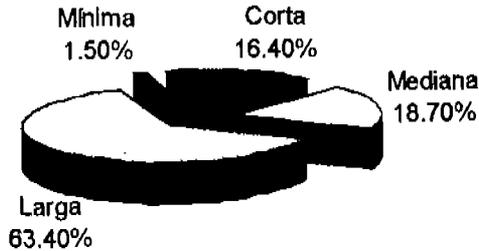
### Extensión General-Entrevista/TV Notas



**Gráfica 41**

En el caso de las entrevistas, en *TV Notas*, su extensión general es normalmente corta, abarcando de 1 a 2 páginas (Gráfica 41).

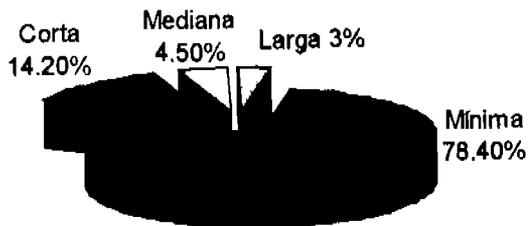
### Extensión Textual-Entrevista/TV Notas



**Gráfica 42**

En las entrevistas predomina la extensión textual larga, seguida de una extensión mediana, corta y mínima (Gráfica 42).

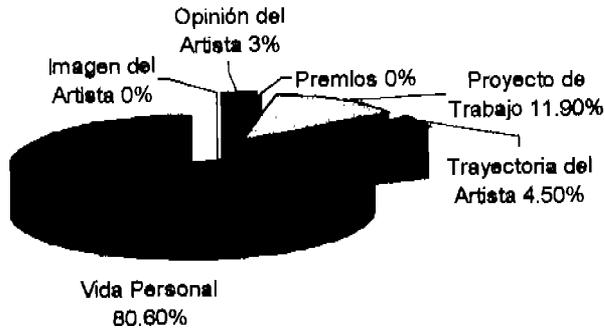
### Extensión Gráfica-Entrevista/TV Notas



**Gráfica 43**

Las imágenes que se usan en las entrevistas de *TV Notas* van de 1 a 3, haciendo que su extensión gráfica sea mínima; en el menor de los casos se utilizan las extensiones corta, mediana y larga respectivamente (Gráfica 43).

### Contenido Principal-Entrevista/TV Notas



**Gráfica 44**

La vida personal es el tema preponderante en las entrevistas, le siguen, en orden descendente, los proyectos de trabajo, la trayectoria del artista y la opinión de éste (Gráfica 44).

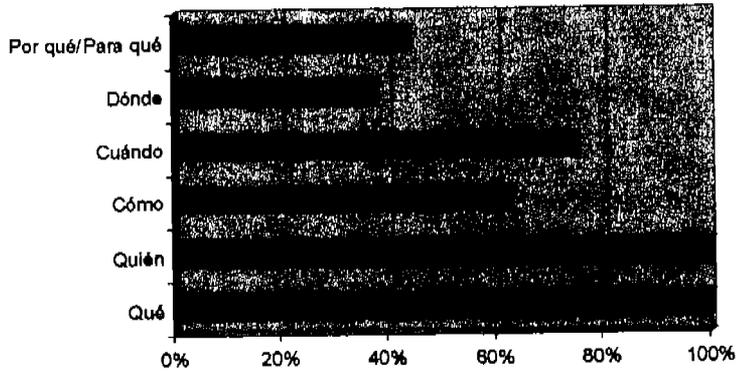
### Cobertura Periodística-Reportajes/TV Notas



**Gráfica 45**

Por otro lado, los reportajes se encuentran completos en su mayoría, esto quiere decir que más de la mitad contesta, por lo menos, 4 de las preguntas básicas del periodismo (Gráfica 45).

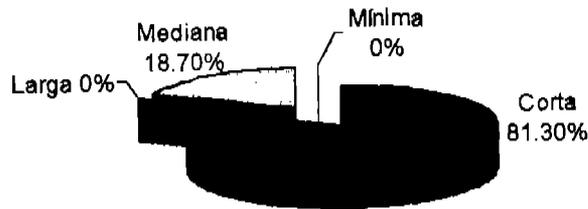
### Cobertura Periódística 2-Reportajes/TV Notas



Gráfica 46

Por lo general, las preguntas que más se contestan en los reportajes son el qué, quién, cómo y cuándo (Gráfica 46).

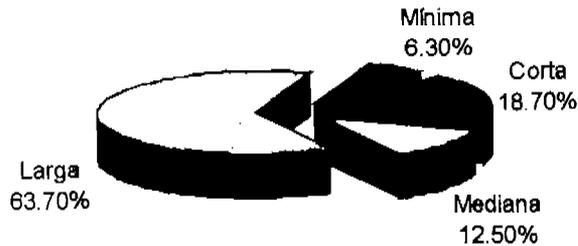
### Extensión General-Reportaje/TV Notas



Gráfica 47

Los reportajes de *TV Notas* se desarrollan en 1 ó 2 páginas, lo que hace que su extensión sea corta, en menor medida también se presentan una extensión mediana (Gráfica 47).

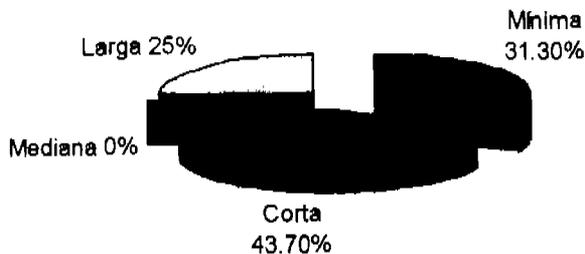
### Extensión Textual-Reportaje/TV Notas



**Gráfica 48**

En cuanto al texto, éste es largo ya que ocupa de 9 párrafos en adelante, bastante más bajo se encuentra la extensión corta seguida muy de cerca por la mediana, por último se utiliza una extensión mínima (Gráfica 48).

### Extensión Gráfica-Reportaje/TV Notas



**Gráfica 49**

Gráficamente hablando, los reportajes utilizan en su mayor parte de 4 a 6 imágenes, dando como resultado una extensión gráfica corta; de manera descendente le siguen la extensión mínima y larga (Gráfica 49).

### Contenido Principal-Reportaje/TV Notas

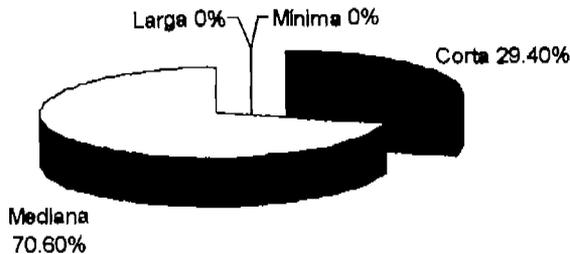


**Gráfica 50**

En los reportajes la vida personal está sobre la vida profesional, ésta última se divide de manera equitativa entre opinión del artista, los proyectos de trabajo y los temáticos (Gráfica 50).

### Género de Opinión

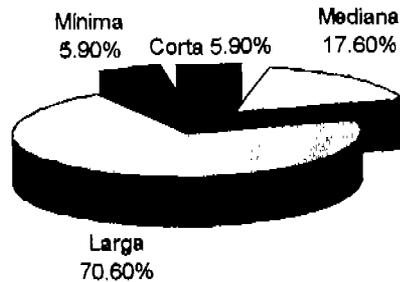
#### Extensión General-Género de Opinión/TV Notas



**Gráfica 51**

En el caso del género de opinión, éste abarca por lo general dos páginas, haciendo que su extensión general sea mediana (Gráfica 51).

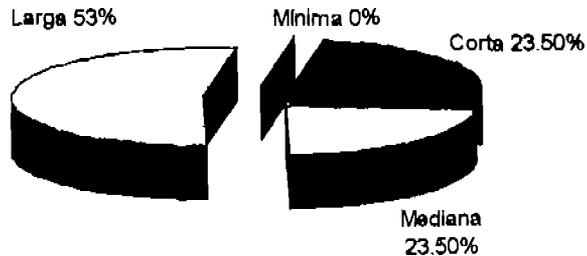
### Extensión Textual-Género de Opinión/TV Notas



**Gráfica 52**

A su vez, los géneros de opinión, se desarrollan un extensión superior a cuatro párrafos, es decir, larga (Gráfica 52).

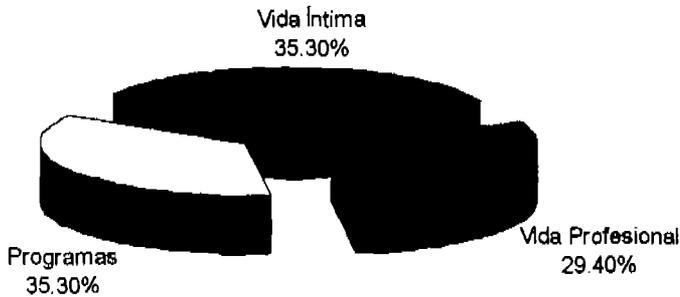
### Extensión Gráfica-Género de Opinión/TV Notas



**Gráfica 53**

En *TV Notas*, un poco más de la mitad de los géneros de opinión tienen una extensión larga, ocupando más de 4 imágenes; en menor medida y de manera equitativa le siguen la extensión mediana y corta

### Contenido Principal-Género de Opinión/*TV Notas*

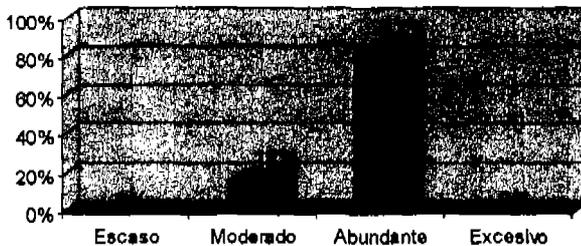


**Gráfica 54**

El tema que principalmente aborda el género de opinión en la revista *TV Notas* es tanto la vida íntima como los programas, seguidos por la vida profesional (Gráfica 54).

### Portadas

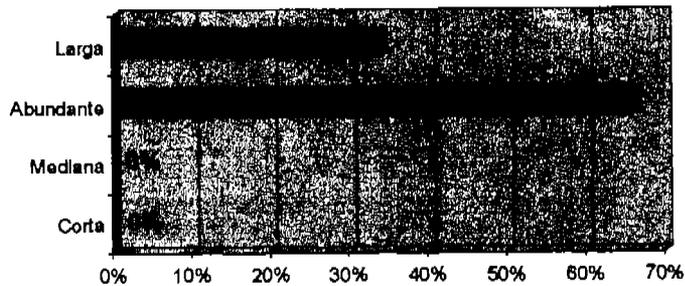
#### Uso de Titulares-Portadas/*TV Notas*



**Gráfica 55**

Las portadas de *TV Notas* hacen un uso abundante de titulares, por lo general utilizan de 7 a 9, en menor medida hacen uso moderado (Gráfica 55).

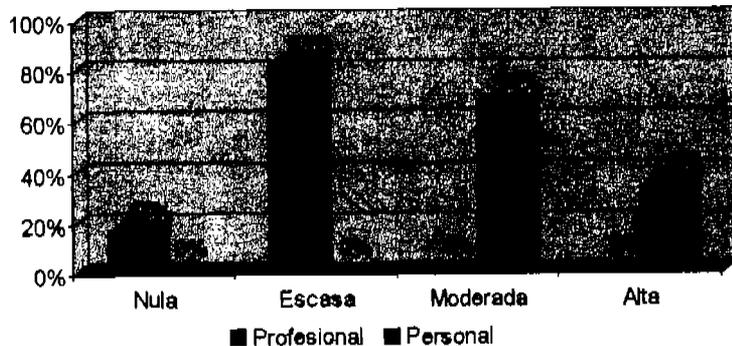
### Extensión Gráfica-Portadas/TV Notas



**Gráfica 56**

Por otro lado, las portadas utilizan en la mayor parte de los casos de 7 a 9 imágenes, dando como resultado una extensión gráfica abundante (Gráfica 56).

### Tema del Titular-Portada/TV Notas

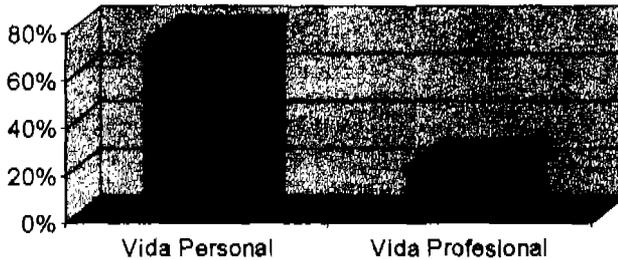


**Gráfica 57**

La vida personal aparece en todas las portadas de *TV Notas*, mientras que la profesional sólo en la mitad y con menciones escasas. En el caso de la primera aparecen 7 ó más menciones (Gráfica 57).

## Contenido Principal

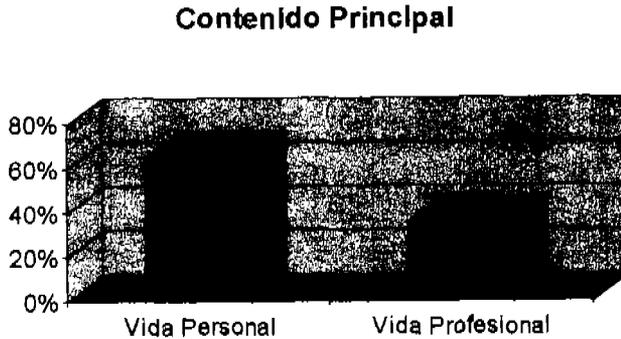
### Contenido Principal/TV Notas



**Gráfica 58**

Para finalizar, el promedio del contenido principal entre el género informativo y el género de opinión, en la revista *TV Notas*, indican que la mayor parte está dedicada a la vida personal de los artistas. En este sentido vale la pena señalar que no sólo a los artistas se les cuestiona al respecto, sino también a personas relacionadas con éstos. Sus parejas anteriores, amistades, familiares e incluso vecinos pueden aparecer declarando en la revista. Sólo una pequeña parte está dedicada a la vida profesional (Gráfica 58).

### 3.3. Gráfica del contenido principal de las revistas TVyNovelas y TV Notas.-



**Gráfica 59**

Como conclusión, el contenido principal de las revistas de espectáculos analizadas en este estudio, *TVyNovelas* y *TV Notas*, se centra en la vida personal de los artistas; este rubro ocupa más de la mitad de la información presentada en dichas publicaciones. Mientras que sólo una pequeña parte está dedicada a su vida profesional.

**CAPÍTULO 4**  
**CONCLUSIONES**

#### **4. Conclusiones.-**

Con el análisis del contenido de las revistas *TVyNovelas* y *TV Notas* se puede establecer que la nota informativa y la entrevista son los géneros informativos que principalmente se utilizan, dejando al reportaje en un tercer lugar. En los dos primeros, a pesar de que en su mayoría la información está completa (ya que se contestan más de cuatro preguntas básicas del periodismo), es frecuente la utilización moderada de adjetivos calificativos que describen el físico o la actitud del artista; cabe mencionar que aun cuando se respondan más de cuatro de las preguntas básicas, no siempre la información está completa, ya que siempre hay una previa selección de los datos que se van a publicar en un género periodístico. En el caso de los reportajes, se trata de un género que profundiza en una noticia y deben contestar el por qué y el para qué de un hecho noticioso. Sin embargo, estas fueron las preguntas menos contestadas, lo cual demuestra que no hay suficiente investigación periodística en este género cuyo propósito principal es precisamente contestar esas dos interrogantes.

El género de opinión que prevalece es la columna, en la cual, a veces, se analiza algún tema del espectáculo y, en otras, quien la escribe simplemente comenta algunos rumores.

El uso de otros recursos para complementar las publicaciones *TVyNovelas* y *TV Notas* es frecuente. Consejos de belleza, horóscopos, recetas y manualidades aparecen constantemente con la intención de que el lector pueda obtener información en otros rubros más relacionados con su vida diaria. Mediante la crítica de la moda de los artistas, se "ayuda" a los lectores a

saber las últimas tendencias y combinar sus prendas de ropa, tomando en cuenta que ésta es un medio importante para sentirse parte de un grupo.

En las revistas *TVyNovelas* y *TV Notas*, la utilización de imágenes para acompañar los textos va generalmente de la mano con la extensión textual en el sentido de que un texto que va de 1 a 3 párrafos está acompañado por la misma cantidad de imágenes. Sin embargo, esto no significa que en términos de espacio real sea verdad para todos los casos. Estas publicaciones regularmente dan mayor peso a las imágenes, pues éstas pueden ocupar más de dos páginas, mientras que la extensión textual apenas ocupa un pequeño espacio dentro de la página. Por lo general las imágenes muestran a los famosos y/o celebridades posando junto a familiares y amigos dentro de sus hogares, en eventos sociales o bien *in fraganti* haciendo sus compras en el supermercado o centro comercial, cenando en algún restaurante con su pareja sentimental, etc.

Regularmente, en *TVyNovelas* y en *TV Notas*, se presentan tanto en portada como en interiores imágenes que no sólo se refieren a hechos, sino que muestran a los artistas de forma comprometedora o bien escasos de ropa. Es frecuente que el artista pose en traje de baño, con *body painting*, haciendo semidesnudo. Incluso existe un espacio específico para tal fin donde el lector puede desprender la imagen para utilizarla como cartel. Aquí se utiliza el dicho que reza "una imagen dice más que mil palabras" y que confirma que éstas venden.

La vida personal representa el eje central de las revistas *TVyNovelas* y *TV Notas*. Lo que hacen o dejan de hacer a nivel personal actores y cantantes,

sus tristezas, alegrías y momentos más íntimos son motivo de una nota, entrevista y hasta reportaje. La vida profesional también es abordada pero en menor medida, no siempre es colocada en portada y se presta para un seguimiento de la noticia. Otros aspectos relacionados como la trayectoria del artista, su imagen u opinión aparecen con menos frecuencia, al igual que las premiaciones.

En el contenido de *TVyNovelas* y *TV Notas*, divorcios, noviazgos, pleitos familiares y demandas son las áreas preferidas dentro de la vida personal de los artistas. Éstos no son los únicos protagonistas de las historias pues en varios casos se presenta a su familia o personas relacionadas con ellos declarando sobre algún caso. Ejemplos de esto son la historia de Génesis, la hija de José Luis Rodríguez *El Puma*, quien saltó a la luz pública después de saberse que mantuvo relaciones sexuales con Mauricio Islas y la consecuente demanda por ilícito sexual; los pormenores del embarazo de Irma Serrano y rompimiento de compromiso con el cantante José Julian; así como el divorcio de Kate del Castillo y Luis García, donde las familias de ambos han saltado también a las primeras planas.

En las revistas *TVyNovelas* y *TV Notas*, los proyectos de trabajo de los artistas generalmente se refieren al material discográfico más reciente de éste o bien su obra de teatro, programa televisivo o filme. En este rubro se incluyeron los casos en que algún artista invierte en otros negocios que no necesariamente tienen que ver con el medio del espectáculo y que sin embargo, sí representan proyectos profesionales. El antro en Cancún de Silvia

Irabién mejor conocida como *La Chiva*, de *Big Brother*; o la tienda de ropa de Liliana Lagos.

La cobertura de los proyectos de trabajo de los artistas generalmente ocupa un par de notas y es efímera en las publicaciones *TVyNovelas* y *TV Notas*. Su permanencia depende del éxito que logre el proyecto en cuestión. Por ejemplo, durante el periodo de la investigación, cantantes como Paulina Rubio y Shakira lograron acaparar gran cantidad de portadas y notas a raíz de su éxito en el extranjero, caso similar al de las telenovelas *Rubí* y *Corazones al límite*. De otra forma, el proyecto vuelve a ser noticia al verse envuelto en problemas de distinta índole: la salida de Edith González de la telenovela *Mujer de madera* debido a su embarazo; los problemas entre Gloria Pérez Jácome y Pablo Latapí del noticiario AM de TV Azteca; o el supuesto romance entre Humberto Zurita y Lorena Rojas durante la grabación de la telenovela *El Candidato*.

Al abordar los proyectos de trabajo de los artistas, en *TVyNovelas* y *TV Notas*, se cumple principalmente con un fin promocional. Por un lado, informan al lector sobre lo más reciente en cartelera, video, televisión o música, y por otro ayudan a los involucrados en tal estreno a difundirlo. El hablar de un proyecto hace que el público lo tenga presente, que hable de él y que en muchos casos lo quiera consumir. Sin embargo, para esto también se recurre a la vida personal. Son los mismos artistas o sus promotores los que difunden este tipo de información y en otros casos es la prensa. Cualquiera que sea la manera, la mayoría de las veces funciona.

Con las portadas de las revistas *TVyNovelas* y *TV Notas* sucede algo similar que con su contenido. En un gran porcentaje se habla de la vida personal del artista, sobre lo que está realizando en el plano profesional. Este tipo de temas están acompañados por vistosas imágenes y titulares con la intención de atraer la atención del lector y conseguir mayores ventas.

Los casos mencionados anteriormente, entre muchos otros más, frecuentemente aparecen en la primera plana de *TVyNovelas* y *TV Notas*. Los méritos profesionales de las celebridades y/o famosos pasan a segundo término, y lo importante ya no es lo que hace o puede hacer el artista arriba de un escenario o frente a una cámara, sino después de cerrar las puertas de su casa. Un ejemplo muy conocido de este tipo de fenómeno es Lupita D'Alessio. En los últimos años no ha realizado mucho en el plano profesional, pero su presencia en los medios ha sido constante debido a su pleito con TV Azteca tras dejar la telenovela *Ellas, inocentes o culpables*; su boda y posterior divorcio del modelo Cristian Rossen; la lipoescultura que se realizó para moldear su cuerpo o las declaraciones que realizó en torno a Alexandra Rosaldo pareja de su hijo Ernesto D'Alessio.

En conclusión, la hipótesis de este estudio se comprueba pues el contenido de las revistas de espectáculos *TVyNovelas* y *TV Notas* se ve acaparado por la vida personal de los artistas, es decir, del chisme. Al ser *TVyNovelas* y *TV Notas* las publicaciones más populares en su género en México, podemos generalizar y decir que en las revistas de espectáculos mexicanas se utiliza el periodismo del chisme; entendiendo a éste como un periodismo sensacionalista que tienen como objetivo proporcionar información

trivial o comentarios negativos acerca de la vida privada de las celebridades y/o famosos con la finalidad de provocar rumores y, a su vez, indisponerlos unos con otros y provocar reacciones en éstos, a través de uno o varios medios de comunicación, por lo general, esta información proviene de fuentes poco confiables, tiene el propósito de entretener, sin importar el cómo lograrlo ni las consecuencias.

Con base en lo anterior y lo expuesto a lo largo de este trabajo es necesario revalorar un fenómeno que surgió hace poco más de una década y que poco a poco ha ido ocupando mayores espacios. El periodismo de espectáculos, sus virtudes y deformación en el periodismo del chisme están presentes en todos los medios. Sus formas son muchas y siguen adaptándose a las exigencias y demandas de la sociedad. Su público crece y las consume, mientras que el nivel de lectura de libros y su producción disminuye en México.

Lo anterior deja claro que hay mucho por saber, estudiar, investigar y analizar sobre el periodismo de espectáculos.

Los estudios por realizarse son muchos. El periodismo de espectáculos ahora convertido en periodismo del chisme es un campo relativamente virgen para la investigación que no sólo se limita a la prensa escrita sino también a la radio y televisión.

En cuanto al contenido de las revistas, sería injusto responsabilizar sólo a los medios. Son tres los factores los que influyen en lo que se publica: el público, los artistas y los medios. Mientras el público siga pidiendo información de la vida personal del artista y éste se preste a mostrar lo que pasa dentro de su casa, los medios persistirán en mostrar tal información. Después de todo,

para éstos representa un negocio que no sólo resulta en utilidades, sino en una constante promoción de sí mismos o bien de áreas relacionadas con la misma empresa.

Así el periodismo del chisme se erige como una nueva área dentro del periodismo con características particulares tales como proporcionar información sobre la vida privada de los artistas, hacer comentarios negativos acerca de éstos, utilizar fuentes poco confiables, colocar a familiares y amigos de las celebridades y/o famosos en primera plana, etc. Un área donde los límites son establecidos por quienes lo ejercen de acuerdo a sus principios e intereses.

El periodismo de espectáculos como tal, debe ser rescatado, ya que se ha convertido en un periodismo del chisme. La labor del periodismo de espectáculos como cronista del arte y de una cultura, es una realidad que se llega a vislumbrar en algunas propuestas tales como *Cine Premiere*, donde se profundiza en un tema, en este caso el cine. Esto no quiere decir que se deje de lado o se olvide la parte humana del artista, pero sí hay cuestiones que sólo le interesan a éste y que deben quedarse en su intimidad. El reto es grande y dependerá de quienes hacen el periodismo, lo consumen y lo protagonizan.

Después de lo anterior sólo queda decir que el periodismo de espectáculos está vivo, se transforma y que desafortunadamente se ha convertido en su mayoría en chisme. Su futuro, transformación y evolución sólo la determinará la misma industria, los artistas y, sobre todo, la sociedad. El espectáculo está en manos de quien lo exige y lo ve, su raíz cultural y artística verá la luz el día en que interese más lo que ofrece y refleja el verdadero periodismo de espectáculos de su entorno.

## **FUENTES CONSULTADAS**

### Libros

BERRY, Thomas Elliot, *Journalism Today: Its Development and Practical Applications*, EE.UU., Chilton Company, 1958.

BOHMANN, Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Col. Los Noventa, Alianza/ CONACULTA, México, 1989.

BLOOM, Howard, *Global Brain: The Evolution of Mass Mind from the Big Bang to the 21st Century*, EE.UU., John Wiley and Sons, Inc., 2000.

BOND, Fraser F., *An Introduction to Journalism: A Survey of the Fourth State in All its Forms*, Nueva York, La Compañía Macmillan, 1955.

BOVÉE, Warren G., *Discovering Journalism*, EE.UU., Greenwood Press, 1999.

CAMPBELL, W. Joseph, *Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies*, EE.UU., Praeger, 2001.

CHRISTIANS, Clifford G., *The Idea of Public Journalism*, en Glasser, Theodore L., *The Common Good as First Principle*, Nueva York, The Guilford Press, 1999.

COLOMBO, Furio, *Últimas noticias sobre el periodismo*, 2a ed., Barcelona, Anagrama, 1998.

COSÍO VILLEGAS, Daniel, coord., *Historia general de México*, El Colegio de México, México, 2000.

CUEVA, Álvaro, *Lágrimas de cocodrilo: Historia mínima de las telenovelas en México*, México, Tres Lunas, 1998.

ETTEMA, James S. y GLASSER, Theodore L., *Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue*, Nueva York, Columbia University Press, 1998.

FULLER, Jack, *News Values: Ideas for an Information Age*, Chicago, University of Chicago Press, 1996.

GILES, David, *Illusions of Immortality: A Psychology of Fame and Celebrity*, EE.UU., St. Martin Press, Inc., 2000.

GILLESPIE, Marie, *Television, Ethnicity and Cultural Change*, Londres, Routledge, 1995.

HAY, Vicky, *The Essential Feature*, Nueva York, Columbia University Press, 1990.

HERMES, Joke, *Reading Women's Magazines. An Analysis of Everyday Media Use*, EE.UU., Polity Press, 1996.

HERNÁNDEZ ANDERSON, Horacio, *El Periodismo*, Chile, Imprenta Victoria, 1949.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar, *Metodología de la investigación*, México, McGrawHill, 2003.

IGGERS, Jeremy, *Good News, Bad News*, EE.UU., Westview Press, 1999.

KLAIDMAN, Stephen y BEAUCHAMP, Tom L., *The Virtuous Journalist*, Nueva York, Oxford University Press, 1987.

LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos, *Manual de Periodismo*, México, Grijalbo, 1986.

LÓPEZ DE ZUAZO ALZAR, Antonio, *Diccionario del periodismo*, Madrid, Ediciones Pirámide, 1990.

MARTÍNEZ VALLE, Mabel, *Medios gráficos y técnicas periodísticas*, Argentina, Ediciones Machi, 1997.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo, *Géneros Periodísticos*, España, Paraninfo, 1973.

MCNAIR, Brian, *The Sociology of Journalism*, EE.UU., Arnold Publishers, 1998.

MINDICH, David T. Z., *Just The Facts: How "Objectivity" Came to Define American Journalism*, Nueva York, University Press, 1998.

NAVARRETE MAYA, Laura y AGUILAR PLATA, Blanca, *La Prensa en México (1810-1915)*, México, Addison Wesley Longman, 1998.

REEVES, Richard, *What the People Know: Freedom and the Press*, Inglaterra, Harvard University Press, 1998.

RIVERS, Williams y MATHEWS, Cleve, *La ética en los medios de comunicación*, México, Gernika, 1992.

SPARKS, Colin y TULLOCH, John, *Tabloid Tales: global debates over media standard*, EE.UU., Rowman and Littlefield Publishers, Inc., 2000.

STEWART, Pamela J., *Witchcraft, Sorcery, Rumors and Gossip (New Departures in Anthropology)*, Inglaterra, Cambridge University Press, 2004.

STEWART, Thomas D., *Principles of Research in Communication*, EE.UU., Ally and Bamon, 2002.

THOMPSON, John B., *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*, Inglaterra, Polity Press, 2000.

TROYANO, Héctor, *Periodismo cultural y Cultura del periodismo*. Ariel. 1999.

VILLAMIL, Jenaro, *El poder del rating*, México, Plaza y Janés, 2001.

### Revistas

RIVA PALACIO, Raymundo, "Cultura política, medios de comunicación y periodismo en México", *Revista Mexicana de Comunicación*, Año XII, No. 57, enero-marzo de 1999, pp. 24-28.

VELÁZQUEZ, Luis, "100 Puntos para un código de ética periodística", *Revista Mexicana de Comunicación*, Año XIII, No. 59, julio-septiembre de 1999, pp. 11-16.

### Páginas Web

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Chisme*, 2004,  
<http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>

EDITORIAL NOTMUSA, 2003,  
<http://www.notmusa.com.mx/#play>

EDITORIAL PREMIERE, *Quiénes somos*,  
<http://www.gepremiere.com/index3.htm>

EDITORIAL TELEvisa, *Editorial Televisa Internacional*, 2003,  
<http://www.esmas.com/get/quienessomos/>

ETCÉTER@, [en línea], *Números*, 2001,  
<http://www.etcetera.com.mx/pag7ne7.asp>

GRUPO EDITORIAL ARMONÍA, *Grupo Editorial Armonía*,  
<http://www.grupoarmonia.com.mx/index.html>

ENCYCLOPEDIA BRITANNICA ONLINE, *Magazine*, 2005,  
<http://www.britannica.com/ebc/article?tocId=9370933&query=magazine&ct=>

WIKIPEDIA ENCYCLOPEDIA, *Magazine*, 2004,  
<http://en.wikipedia.org/wiki/Magazine>

VANGUARDIA, [en línea], *Mexicanos leen menos de un libro cada año*, 2002, <http://www.vanguardia.com.mx/hub.cfm/FuseAction.Detalle/Nota.236087/SecID.29/index.sal>

### **Discos compactos**

ENCICLOPEDIA MICROSOFT ENCARTA 2000 [CD-ROM] EDICIÓN BÁSICA, *Publicaciones periódicas*, Microsoft Corporation, diciembre de 2000.

## **ANEXOS**



## Anexo 2

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TVyNovelas

<b>Entrevista</b>			
<b>Género Informativo</b>			
<b>Categorías</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>
<b>Extensión gral</b>	Mínima (media página o menos)		34
	Corta (1 a 2 pág.)		56
	Mediana (3 a 4 pág.)		2
	Larga (de 5 pág. en adelante)	_____	0
<b>Extensión text</b>	Mínima (1 a 3 párrafos)		8
	Corta (4 a 6 párrafos)		37
	Mediana (7 a 8 párrafos)		19
	Larga (9 párrafos en adelante)		30
<b>Extensión gráf</b>	Mínima (1 a 3 imág.)		74
	Corta (4 a 6 imág.)		12
	Mediana (7 a 9 imág.)		4
	Larga (más de 9 imág.)		2
<b>Contenido ppal.</b>	Imagen del artista		4
	Opinión del artista		9
	Premios/premiaciones		1
	Proyecto de trabajo		13
	Trayectoria del artista	_____	0
	Vida personal		65

## Anexo 3

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TVyNovelas

Nota Informativa			
	Categorías	Frecuencias	Totales
De cobertura period.	Qué		168
	Quién		168
	Cómo		92
	Cuándo		64
	Dónde		111
	Por qué o Para qué		99
Utiliz. de adj.	Nula (sin utilización)		85
	Moderada (de 1 a 2 calificativos)		67
	Abundante de (3 a 4)		14
	Excesivo (de 5 en adelante)		1

Género Informativo			
	Categorías	Frecuencias	Totales
Extensión gral	Mínima (media página o menos)		88
	Corta (1 a 2 pág.)		79
	Mediana (3 a 4 pág.)		3
	Larga (de 5 pág. en adelante)	_____	0
Extensión text	Mínima (1 a 3 párrafos)		65
	Corta (4 a 6 párrafos)		70
	Mediana (7 a 8 párrafos)		25
	Larga (9 párrafos en adelante)		9
Extensión gráf	Mínima (1 a 3 imágenes)		118
	Corta (4 a 6 imágenes)		35
	Mediana (7 a 9 imágenes)		13
	Larga (más de 9 imágenes)		5
Contenido ppal	Opinión del artista		2
	Premios/Premiaciones		10
	Proyecto de trabajo		63
	Trayectoria del artista	_____	0
	Vida personal		95

**Anexo 4**

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TVyNovelas

<b>Reportaje</b>			
	<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>
<b>De cobertura period.</b>	Qué		32
	Quién		31
	Cómo		15
	Cuándo		16
	Dónde		23
	Por qué o Para qué		16

<b>Genera Informativo</b>			
	<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>
<b>Extensión gral</b>	Mínima (meda página o menos)		1
	Corta (1 a 2 pág.)		23
	Mediana (3 a 4 pág.)		8
	Larga (de 5 pág. en adelante)	_____	0
<b>Extensión text</b>	Mínima (1 a 3 párrafos)		3
	Corta (4 a 6 párrafos)		9
	Mediana (7 a 8 párrafos)		7
	Larga (9 párrafos en adelante)		13
<b>Extensión gráf</b>	Mínima (1 a 3 imág.)		10
	Corta (4 a 6 Imág.)		9
	Mediana (7 a 9 Imág.)		4
	Larga (más de 9 imág.)		9
<b>Contenido ppal.</b>	Imagen del artista		4
	Opinión del artista	_____	0
	Proyecto de trabajo		5
	Temático		6
	Trayectoria del artista		5
	Vida personal		12

**Anexo 5**

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TVyNovelas

<b>Género de Opinión</b>			
<b>Categorías</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>
<b>Extensión gral</b>	Mínima (media página o menos)		3
	Corta (1 pág.)	       	21
	Mediana (2 pág.)		1
	Larga (3 pág. en adelante)		4
<b>Extensión text</b>	Mínima (1 párrafo)		2
	Corta (2 párrafos)		2
	Mediana (3 párrafos)		4
	Larga (4 párrafos en adelante)	       	21
<b>Extensión gráf</b>	Mínima (1 imág.)		3
	Corta (2 imág.)		2
	Mediana (3 imág.)		7
	Larga (más de 4 imág.)	             	17
<b>Cont. ppal.</b>	Vida íntima del artista	 	11
	Vida profesional del artista		8
	Programas	 	10

**Anexo 6**

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TVyNovelas

<b>Portada</b>				
<b>Categorías</b>		<b>Frecuencias</b>	<b>Totales</b>	
<b>Uso de Titulares</b>	Escaso (1 a 3)	_____	0	
	Moderado (4 a 6)	_____	0	
	Abundante (7 a 9)		6	
	Excesivo (10 en adelante)	_____	0	
<b>Extensión gráf</b>	Corta (1 a 3 Imág.)	_____	0	
	Mediana (4 a 6 Imág.)	_____	0	
	Abundante (7 a 9 Imág.)		1	
	Larga (más de 9 Imág.)		5	
<b>Tema del titular</b>	<b>Profesional</b>	Nula (0 menciones)		1
		Escasa (1 a 3 menciones)		5
		Moderada (4 a 6 menciones)	_____	0
		Alta (7 ó más menciones)	_____	0
	<b>Personal</b>	Nula (0 menciones)	_____	0
		Escasa (1 a 3 menciones)	_____	0
		Moderada (4 a 6 menciones)		1
		Alta (7 ó más menciones)		5

**Anexo 7**

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TV Notas

<b>Contenido General</b>			
	<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Totales</b>
<b>Informativo</b>	Nota Informativa	 	97
	Entrevista	       	135
	Reportaje		16
<b>De Opinión</b>	Artículo	_____	0
	Columna		16
	Crónica		1
	Editorial	_____	0
<b>Otros</b>	Consejos		30
	Cartas del Lector	_____	0
	Horóscopos		6
	Juegos/Pasatiempos	_____	0
	Moda		8
	Carteles		18
	Recetas/Manualidades		8
	Sondeos		6
	Tests	_____	0
	Trivias	_____	0



## Anexo 9

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TV Notas

Nota Informativa			
	Categorías	Frecuencias	Totales
De cobertura period.	Qué		93
	Quién		98
	Cómo		62
	Cuándo		31
	Dónde		65
	Por qué o Para qué		45
Utiliz. de adj.	Nula (sin utilización)		40
	Moderada (de 1 a 2 calificativos)		44
	Abundante de (3 a 4)		12
	Excesivo (de 5 en adelante)		1

Género Informativo			
	Categorías	Frecuencias	Totales
Extensión gral	Mínima (media página o menos)		25
	Corta (1 a 2 pág.)		66
	Mediana (3 a 4 pág.)		6
	Larga (de 5 pág. en adelante)		1
Extensión text.	Mínima (1 a 3 párrafos)		81
	Corta (4 a 6 párrafos)		13
	Mediana (7 a 8 párrafos)		3
	Larga (9 párrafos en adelante)		1
Extensión gráf.	Mínima (1 a 3 imág.)		45
	Corta (4 a 6 imág.)		36
	Mediana (7 a 9 imág.)		7
	Larga (más de 9 imág.)		10
Contenido ppal.	Opinión del artista		2
	Premios/Premiaciones	—	0
	Proyecto de trabajo		19
	Trayectoria del artista		4
	Vida personal		74

## Anexo 10

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TV Notas

Reportaje			
	Categorías	Frecuencia	Total
De cobertura period.	Qué		16
	Quién		16
	Cómo		10
	Cuándo		12
	Dónde		6
	Por qué o Para qué		7

Género Informativo			
	Categorías	Frecuencia	Total
Extensión gral.	Mínima (media página o menos)	_____	0
	Corta (1 a 2 pág.)		13
	Mediana (3 a 4 pág.)		3
	Larga (de 5 pág. en adelante)	_____	0
Extensión text	Mínima (1 a 3 párrafos)		1
	Corta (4 a 6 párrafos)		3
	Mediana (7 a 8 párrafos)		2
	Larga (9 párrafos en adelante)		10
Extensión gráf	Mínima (1 a 3 Imág.)		5
	Corta (4 a 6 Imág.)		7
	Mediana (7 a 9 Imág.)	_____	0
	Larga (más de 9 Imág.)		4
Contenido ppal.	Imagen del artista	_____	0
	Opinión del artista		1
	Proyecto de trabajo		1
	Temático		1
	Trayectoria del artista	_____	0
	Vida personal		13

**Anexo 11**

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TV Notas

<b>Género de Opinión</b>			
<b>Categorías</b>		<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>
<b>Extensión gral</b>	Mínima (media página o menos)	_____	0
	Corta (1 pág.)		5
	Mediana (2 pág.)		12
	Larga (3 pág. en adelante)	_____	0
<b>Extensión text</b>	Mínima (1 párrafo)		1
	Corta (2 párrafos)		1
	Mediana (3 párrafos)		3
	Larga (4 párrafos en adelante)		12
<b>Extensión gráf</b>	Mínima (1 imág.)	_____	0
	Corta (2 imág.)		4
	Mediana (3 imág.)		4
	Larga (más de 4 imág.)		9
<b>Cont. ppal.</b>	Vida Intima del artista		6
	Vida profesional del artista		5
	Programas		6

**Anexo 12**

Codificador: Norely Muñoz Rosendo

Material a analizar: TV Notas

<b>Portada</b>				
<b>Categorías</b>		<b>Frecuencias</b>	<b>Totales</b>	
<b>Uso de Titulares</b>	Escaso (1 a 3)	_____	0	
	Moderado (4 a 6)		1	
	Abundante (7 a 9)		5	
	Excesivo (10 en adelante)	_____	0	
<b>Extensión gráf</b>	Corta (1 a 3 imág.)	_____	0	
	Mediana (4 a 6 imág.)	_____	0	
	Abundante (7 a 9 imág.)		4	
	Larga (más de 9 imág.)		2	
<b>Tema del titular</b>	<b>Profesional</b>	Nula (0 menciones)		1
		Escasa (1 a 3 menciones)		5
		Moderada (4 a 6 menciones)	_____	0
		Alta (7 ó más menciones)	_____	0
	<b>Personal</b>	Nula (0 menciones)	_____	0
		Escasa (1 a 3 menciones)	_____	0
		Moderada (4 a 6 menciones)		4
		Alta (7 ó más menciones)		2