

REPOSITORIO ACADÉMICO UPC

Periodismo digital: Análisis de la nueva forma de adaptarse al mercado en los medios de espectáculos

Item Type	info:eu-repo/semantics/bachelorThesis
Authors	Fernández Podestá, Ignacio Alberto
Citation	Fernández Podestá, I. A. (2018). Periodismo digital : Análisis de la nueva forma de adaptarse al mercado en los medios de espectáculos TESIS. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas(UPC)., Lima, Perú. https://doi.org/10.19083/tesis/625057
DOI	10.19083/tesis/625057
Publisher	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)
Rights	info:eu-repo/semantics/openAccess; Attribution-ShareAlike 3.0 United States
Download date	10/10/2022 18:32:55
Item License	http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/us/
Link to Item	http://hdl.handle.net/10757/625057



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

Periodismo digital: Análisis de la nueva forma de adaptarse al mercado en los
medios de espectáculos

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación y Periodismo

AUTOR

Fernández Podestá, Ignacio Alberto (0000-0003-3770-395X)

ASESOR

Katayama Omura, Roberto Juan (0000-0002-4788-1162)

Lima, 09 de noviembre del 2018

DEDICATORIA

Este trabajo, lo dedico a mis padres; a quienes les debo todo lo que tengo en esta vida.

RESUMEN

En la presente investigación, se analizó la manera en que los medios digitales *Trome* y *Perú21* se adaptaron al mercado del espectáculo a través de la exposición no autorizada de la intimidad. En base a las herramientas y recursos digitales, las plataformas webs, lograron construir contenidos periodísticos gracias a nuevos nichos de información. En este caso, se tomó la situación mediática de Yahaira Plasencia y Michelle Soifer. Para ello, se seleccionaron 92 noticias comparables de ambos medios entre enero de 2016 hasta diciembre de 2017 para aplicar un efectivo análisis de datos. En el caso de Yahaira Plasencia, se elaboraron noticias a través de una historia real de desamor. La infidelidad a uno de los futbolistas más populares de nuestro país generó que los personajes públicos involucrados ganen mayor popularidad y los medios produzcan contenidos llamativos. Mientras que, el caso de Michelle Soifer tuvo un gran impacto por la forma de encarar a los medios. El personaje público aprovechó sus problemas personales para mantenerse vigente en el ambiente. Sin embargo, tras el análisis, nos quedó la duda sobre la veracidad de los hechos que involucraron a Soifer en aquel momento. El periodismo se adaptó a una nueva forma de construir historias del espectáculo y que con el pasar del tiempo se convirtieron en la preferencia de las principales empresas de comunicación del país.

Palabras claves: Periodismo digital, espectacularización del contenido, Internet, Yahaira Plasencia, Michelle Soifer.

ABSTRACT

The following research has analyzed the way digital media newspapers *Trome* and *Peru21* have adapted to the show business market through the unauthorized exposure of privacy. Based on digital tools and resources, such web platforms have managed to create news media content thanks to new sources of information. For the purposes of this paper, the famous lives of Yahaira Plasencia and Michelle Soifer have been analyzed. For this, 92 comparable news of both newspapers were selected between January 2016 and December 2017 to conduct an effective content analysis. In the case of Yahaira Plasencia, news came out regarding a real lost love story. After cheating one of the most famous footballers of our country, the public figures involved gained more popularity and the media used their digital resources to publish scandalous stories.

On the other hand, Michelle Soifer's case had a major impact due to the way she faced the media. The public figure took advantage of her personal problems to stay relevant in the industry. However, after the analysis, the veracity of the events involving Ms. Soifer at the time is still unknown. Journalism has adapted to a new way of creating media content which in time has become the preference of the main communication companies of the country.

Keywords: Digital journalism; show of content; Internet; Yahaira Plasencia; Michelle Soifer.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	6
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
1.2.1 Problema general	7
1.2.2 Problemas específicos.....	7
1.3 FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.3.1 Objetivo general	8
1.3.2 Objetivos específicos	8
2 MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 ANTECEDENTES	9
2.2 BASES TEÓRICAS	13
2.2.1 La nueva era digital en el periodismo: de la teoría a la práctica mediática.....	13
2.2.1.1 El periodismo en el tiempo.....	13
2.2.1.2 Internet y las generaciones web.....	15
2.2.1.3 La civilización del espectáculo.....	17
2.2.2 El lenguaje periodístico	20
2.2.2.1 Cobertura mediática.....	20
2.2.2.2 La noticia como un show.....	23
2.2.2.3 La búsqueda del medio por alcanzar contenidos inmediatos y sencillos	28
2.2.3 Recursos y herramientas en la red	30
2.2.3.1 El lenguaje SEO	30
2.2.3.2 Multimedia	34
2.2.3.3 Imagen de la marca.....	36
2.2.3.4 Optimización de la marca.....	38
2.2.4 Las exigencias del medio y el poder de las redes sociales	40
2.2.4.1 Convergencia de la multiplataforma.....	40
2.2.4.2 La formación del contenido basado en prácticas periodísticas.....	42
2.2.4.3 Las redes sociales y el manejo de las noticias	43
2.2.5 El lenguaje despiadado en la esfera pública	47

2.2.5.1	Sarcasmo y la burla despiadada.....	47
2.2.6	Los personajes públicos y su relación con los medios	50
2.2.6.1	Machismo encubierto	50
2.2.6.2	La victimización en medios	54
2.3	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	56
2.3.1	Periodismo digital.....	56
2.3.2	Lenguaje SEO.....	57
2.3.3	Etiquetas o <i>tags</i>	57
2.3.4	Hipervínculo	57
2.3.5	Espectáculo.....	57
2.3.6	Morbo	58
3	METODOLOGÍA.....	59
3.1	MARCO METODOLÓGICO.....	59
3.2	HIPÓTESIS.....	61
3.2.1	Hipótesis general	61
3.2.2	Hipótesis específicas.....	61
3.3	VARIABLES E INDICADORES	61
3.4	INSTRUMENTOS Y TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	63
3.5	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	64
4	ANÁLISIS DE CONTENIDO	65
4.1	ANÁLISIS DE DATOS	65
4.1.1	Temática 1: Yahaira Plasencia	65
4.1.2	Temática 2: Michelle Soifer	232
4.2	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	342
4.2.1	Hipótesis específica 1	342
4.2.2	Hipótesis específica 2	344
4.2.3	Hipótesis específica 3	347
	CONCLUSIONES	351
	RECOMENDACIONES	356
	BIBLIOGRAFÍA	364
	ANEXOS	368

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable 1	61
Tabla 2 Variable 2	62
Tabla 3 Matriz de contenido	63
Tabla 4 Trome - Yahaira Plasencia	65
Tabla 5 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	68
Tabla 6 Trome - Yahaira Plasencia	70
Tabla 7 Perú21 -Yahaira Plasencia.....	72
Tabla 8 Trome - Yahaira Plasencia	75
Tabla 9 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	78
Tabla 10 Trome -Yahaira Plasencia	80
Tabla 11 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	83
Tabla 12 Trome - Yahaira Plasencia	86
Tabla 13 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	90
Tabla 14 Trome - Yahaira Plasencia	93
Tabla 15 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	96
Tabla 16 Trome - Yahaira Plasencia	98
Tabla 17 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	102
Tabla 18 Trome - Yahaira Plasencia	105
Tabla 19 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	107
Tabla 20 Trome - Yahaira Plasencia	110
Tabla 21 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	114
Tabla 22 Trome - Yahaira Plasencia	117
Tabla 23 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	121
Tabla 24 Trome - Yahaira Plasencia	124
Tabla 25 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	127
Tabla 26 Trome - Yahaira Plasencia	130
Tabla 27 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	133
Tabla 28 Trome - Yahaira Plasencia	136
Tabla 29 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	139
Tabla 30 Trome - Yahaira Plasencia	142
Tabla 31 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	146
Tabla 32 Trome - Yahaira Plasencia	149

Tabla 33 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	153
Tabla 34 Trome - Yahaira Plasencia	156
Tabla 35 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	159
Tabla 36 Trome - Yahaira Plasencia	162
Tabla 37 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	165
Tabla 38 Trome - Yahaira Plasencia	168
Tabla 39 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	170
Tabla 40 Trome - Yahaira Plasencia	173
Tabla 41 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	176
Tabla 42 Trome - Yahaira Plasencia	180
Tabla 43 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	182
Tabla 44 Trome - Yahaira Plasencia	185
Tabla 45 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	188
Tabla 46 Trome - Yahaira Plasencia	191
Tabla 47 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	193
Tabla 48 Trome - Yahaira Plasencia	195
Tabla 49 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	198
Tabla 50 Trome - Yahaira Plasencia	201
Tabla 51 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	203
Tabla 52 Trome - Yahaira Plasencia	208
Tabla 53 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	210
Tabla 54 Trome - Yahaira Plasencia	213
Tabla 55 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	216
Tabla 56 Trome - Yahaira Plasencia	220
Tabla 57 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	223
Tabla 58 Trome - Yahaira Plasencia	226
Tabla 59 Perú21 - Yahaira Plasencia.....	228
Tabla 60 Trome - Michelle Soifer	232
Tabla 61 Perú21 - Michelle Soifer	234
Tabla 62 Trome - Michelle Soifer	238
Tabla 63 Perú21 - Michelle Soifer	242
Tabla 64 Trome - Michelle Soifer	245
Tabla 65 Perú21 - Michelle Soifer	248

Tabla 66 Trome - Michelle Soifer	251
Tabla 67 Perú21 - Michelle Soifer	254
Tabla 68 Trome - Michelle Soifer	257
Tabla 69 Perú21 - Michelle Soifer	260
Tabla 70 Trome - Michelle Soifer	263
Tabla 71 Perú21 - Michelle Soifer	266
Tabla 72 Trome - Michelle Soifer	269
Tabla 73 Perú21 - Michelle Soifer	272
Tabla 74 Trome - Michelle Soifer	275
Tabla 75 Perú21 - Michelle Soifer	278
Tabla 76 Trome - Michelle Soifer	281
Tabla 77 Perú21 - Michelle Soifer	284
Tabla 78 Trome - Michelle Soifer	287
Tabla 79 Perú21 - Michelle Soifer	289
Tabla 80 Trome - Michelle Soifer	293
Tabla 81 Perú21 - Michelle Soifer	295
Tabla 82 Trome - Michelle Soifer	299
Tabla 83 Perú21 - Michelle Soifer	302
Tabla 84 Trome - Michelle Soifer	306
Tabla 85 Perú21 - Michelle Soifer	308
Tabla 86 Trome - Michelle Soifer	312
Tabla 87 Perú21 - Michelle Soifer	315
Tabla 88 Trome - Michelle Soifer	318
Tabla 89 Perú21 - Michelle Soifer	321
Tabla 90 Trome - Michelle Soifer	324
Tabla 91 Perú21 - Michelle Soifer	327
Tabla 92 Trome - Michelle Soifer	330
Tabla 93 Perú21 - Michelle Soifer	333
Tabla 94 Trome - Michelle Soifer	336
Tabla 95 Perú21 - Michelle Soifer	339
Tabla 96 Tabla comparativa medios digitales	346
Tabla 97 Total noticias Yahaira Plasencia y Michelle Soifer	368
Tabla 98 Consolidado Caso 01: Yahaira Plasencia	379

Tabla 99 Consolidado Caso 02: Michelle Soifer.....	379
Tabla 100 Consolidación general: Casos Trome y Perú21	379

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)	67
Figura 2: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	69
Figura 3: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	72
Figura 4: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	74
Figura 5: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	77
Figura 6: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	79
Figura 7: Caso Yahaira Plasencia – imagen de la nota (composición del autor)	82
Figura 8: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	85
Figura 9: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	88
Figura 10: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	88
Figura 11: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	89
Figura 12: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	89
Figura 13: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	92
Figura 14: Caso Yahaira Plasencia – Imagen del medio (composición del autor).....	95
Figura 15: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	97
Figura 16: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	100
Figura 17: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	100
Figura 18: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	101
Figura 19: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)	101
Figura 20: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	104
Figura 21: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	107
Figura 22: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	109
Figura 23: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	112
Figura 24: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	113
Figura 25: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	113
Figura 26: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	116
Figura 27: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	119
Figura 28: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	119
Figura 29: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	120
Figura 30: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	122
Figura 31: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	125
Figura 32: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	126

Figura 33: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	126
Figura 34: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	129
Figura 35: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	132
Figura 36: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	135
Figura 37: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	138
Figura 38: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	141
Figura 39: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	144
Figura 40: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	145
Figura 41: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	145
Figura 42: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	148
Figura 43: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	151
Figura 44: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)	152
Figura 45: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	153
Figura 46: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	155
Figura 47: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)	158
Figura 48: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	161
Figura 49: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	164
Figura 50: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	166
Figura 51: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	170
Figura 52: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	172
Figura 53: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	176
Figura 54: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	178
Figura 55: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	182
Figura 56: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	184
Figura 57: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)	187
Figura 58: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	190
Figura 59: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	193
Figura 60: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)	197
Figura 61: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	200
Figura 62: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)	203
Figura 63: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)	205
Figura 64: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	206
Figura 65: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	210

Figura 66: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	212
Figura 67: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	215
Figura 68: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	216
Figura 69: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	218
Figura 70: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	222
Figura 71: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	225
Figura 72: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	228
Figura 73: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio	230
Figura 74: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	234
Figura 75: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	237
Figura 76: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	240
Figura 77: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	241
Figura 78: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	241
Figura 79: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	244
Figura 80: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	247
Figura 81: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	249
Figura 82: Caso Michelle Soifer – imagen del medio (composición del autor).....	253
Figura 83: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	256
Figura 84: Caso Michelle Soifer – imagen del medio (composición del autor).....	259
Figura 85: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	262
Figura 86: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	265
Figura 87: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	268
Figura 88: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	271
Figura 89: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	274
Figura 90: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	277
Figura 91: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	280
Figura 92: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	283
Figura 93: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	286
Figura 94: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	289
Figura 95: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	291
Figura 96: Caso Michelle Soifer – imagen del medio (composición del autor).....	295
Figura 97: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	298
Figura 98: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	301

Figura 99: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	304
Figura 100: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	308
Figura 101: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	311
Figura 102: Caso Michelle Soifer – imagen del medio (composición del autor).....	314
Figura 103: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	317
Figura 104: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	320
Figura 105: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	323
Figura 106: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	326
Figura 107: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	329
Figura 108: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	332
Figura 109: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	335
Figura 110: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	338
Figura 111: Caso Michelle Soifer – imagen del medio	341

INTRODUCCIÓN

El periodismo digital llegó a nuestro país para revolucionar las salas de redacción. En la presente investigación se busca encontrar aquellas herramientas que ha utilizado el periodismo a través de las plataformas para lograr conectar con sus lectores. Una tarea no tan fácil como parece. El lenguaje, la forma de expresarse en redes sociales y la capacidad de informar al usuario han hecho el común denominador de las noticias en la agenda de cada uno. Está claro que el periodismo digital llegó a nuestro país conforme la industria proveía las herramientas necesarias para adaptarlas en el medio. El grupo *EPENSA* adquirió un equipo computarizado marca Harris en 1977, marcando el principio de la renovación y el cambio que se aventuraba. Posteriormente, *El Comercio* y *La República* se hacían eco de dicha iniciativa (Rodríguez, 2004).

Con el tiempo, apareció una nueva manera de hacer periodismo a través de contenidos resumidos, concisos y simples. Revolucionando aún más el sentido de este nuevo paso. Según el estudio realizado por ComScore Perú (2015), el Perú concentra alrededor de 5,8 millones de usuarios online. Es decir, que del total de nuestra población, el 97% del tiempo que nos conectamos es para visitar *Facebook* y *Twitter*. En resumen, son 18,2 horas al mes conectados a la red. Datos que varían con el pasar del tiempo pero que tienen vital importancia a la hora de analizar el consumo que tienen las personas con la interacción de los contenidos.

El desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento se fundamenta en cuatro principios, relacionados entre sí. Las infraestructuras de telecomunicaciones, los contenidos que circulan a través de éstas, un marco legal adaptado a las nuevas necesidades y unos usuarios formados para acceder y disfrutar de la oferta de contenidos y servicios dados por la industria de la comunicación.

En primer lugar, el inmediatez debe ser lo más efectivo. Las personas quieren la información al instante y como primicia. Enterarse de lo que sucede a cualquier hora del día. Las redes no deben parar, tienen que funcionar las veinticuatro horas. En segundo lugar, tenemos al fragmentalismo. Aquí los medios deben ser cuidadosos al momento de dividir los contenidos y ofrecerle al consumidor lo que más le gusta. Los redactores tratan de seleccionar la información y dar a conocer publicaciones de acuerdo a lo que más se consume. En este caso, los medios de espectáculos.

En tercer lugar, encontramos lo que es el superficialismo. Los individuos buscan a los medios que informen de una manera diferente, con formas únicas y productos interactivos y versátiles. Es importante reconocer que las personas se han acostumbrado a que los contenidos deben ser rápidos y concisos. Si no, no te visitan y te critican. Por último, tenemos el facilismo. Esto se desprende de lo superficial. Las personas tienden a querer lo que demande poco tiempo, lo que no le reste y perjudique. Deben ser los medios pragmáticos y directos. Ofrecer todo al alcance del usuario. Y eso es lo que han logrado plasmar a lo largo del tiempo los portales digitales *Trome* y *Perú21*.

A partir de nuestra búsqueda para encontrar respuestas, pretendemos establecer la manera con la que *Trome* y *Perú21* lograron un producto en el espacio digital durante su auge. La red hizo que la forma antigua de informar cambie radicalmente para adherirse a un formato distinto. Es verdad que algunos autores a partir de la década del 2000, comenzaron a investigar las nuevas formas que empleaba el periodismo para adaptarse al mundo digital. Capodiferro (2017) refiere que internet es un arma de doble filo y los medios de comunicación deben ser meticulosos, precavidos y profesionales.

Esta nueva ola planteó la noticia bajo una modalidad diferente al del medio impreso. Los contenidos no se colocan tal cual como ocurría tradicionalmente sino que se hace con la finalidad de aprovechar las herramientas digitales. Esto no quiere decir que se olviden los criterios básicos, aspectos de contenidos o formas noticiosas que busca la prensa escrita, de radio o de televisión. Como se diría, solamente cambia la manera de presentación.

No obstante, en este tipo de cambios tecnológicos en el periodismo, Omar Martínez (2012) afirma que "en la misma tesitura, otro desafío del periodista es entonces redefinir su perfil profesional: pasar de la etapa de los medios tradicionales a la brecha del periodista digital y de ésta al nivel del periodista multimedia. Es decir: hoy se exige no sólo conocimientos y habilidades propias del oficio periodístico, sino también el dominio de técnicas para producir y administrar el quehacer informático y de la multimedia" (p. 4). Incluso, Ramón Quiroz Pacheco (2014) hace un claro énfasis a lo largo de su investigación que la observación del contexto tecnológico es vital para el análisis de los medios y la urgencia de las empresas por sacar mayores réditos económicos. Un proceso difícil de realizar y que ha tomado tiempo sobre todo en las plataformas webs nacionales.

El investigador español Carlos Oliva Marañón (2014) explica que estas modificaciones derivan en tomar las precauciones necesarias, para saber reinventarse y crecer de manera constante junto al usuario. Los intereses, la palabra y la credibilidad son una de las variables que han nacido en esta nueva era de comunicar. No estamos hablando de palabras y una foto sino de material audiovisual completo que debe acompañar a la noticia.

La red necesita personas capacitadas que sepan utilizar las herramientas y así ofrecer productos de calidad. "Se necesitan trabajadores cualificados que sean capaces de difundir la información mediante las estrategias orales y escritas pertinentes para que llegue con la mayor calidad posible a una audiencia heterogénea" (Oliva, 2014, p. 24). ¿Cómo se consigue? Una pregunta que debemos responder a lo largo de nuestra investigación. En esta nueva era, nada se produce al instante. Lleva tiempo y dedicación por más fácil que parezca. El periodista debe ser perspicaz y a la vez conocer las nuevas herramientas que brinda el medio a través de su producto digital. (Oliva, 2014)

En primer lugar, el saber destacar a tu usuario y hacerlo preponderante en el noticia. Segundo, saber utilizar un lenguaje sencillo y asertivo a la hora de elaborar un contenido. No se debe complicarle la vida al cliente. Y por último, se debe ser una persona selectiva, constante y encontrarse en capacidad de ofrecer contenidos de calidad. Las empresas de medios de comunicación buscan profesionales hábiles de agarrar estas herramientas y hacerlas efectivas a sus usuarios. (Oliva, 2014) Pero, ¿realmente se está buscando solamente informar noticias del espectáculo sin importar la tradición de nuestro periodismo?

Por otro lado, Lyudmyla Yezers'ka (2008) afirma el claro y fortuito impacto del Internet en el periodismo peruano. La incorporación de redes y tecnologías digitales han modificado durante este tiempo los procesos tradicionales del periodismo, tales como la investigación, elaboración y difusión de los mensajes informativos. Está claro que los periodistas tienen la capacidad de discernir los enfoques de los hechos noticiosos para obtener una publicación que pueda lograr un posicionamiento en la red.

El trabajo del periodista digital es informar a la audiencia de manera correcta y no creer que el diseño de productos con apariencia muy llamativa en la pantalla bastan para ser efectivos. "Es decir, para proporcionar un producto periodístico multimedia al público, es necesario, por un lado, la organización de la redacción completamente integrada (o multiplataforma)

que trabaja como una empresa de comunicación, en la que internet pasa a ser la principal plataforma de integración" (Yezer'ska, 2008, p. 114).

Sin embargo, al vivir en este mundo globalizado, la información abunda; y muchas veces, la verdad se distorsiona. El mundo avanza y los usuarios sienten que la conectividad, la participación y el servicio que da un medio deben ser el óptimo y el más adecuado. De esta manera, podemos decir que la era del Internet ha supuesto una auténtica revolución de la producción y publicación de contenidos beneficiando en cierto punto al ejercicio periodístico en general.

Por ello, en esta investigación se plantea analizar a profundidad el ejercicio periodístico netamente en el rubro de espectáculos. No existe un análisis de contenido de dos medios de comunicación dedicados a temas de clamor popular. Es decir, conocer a profundidad la forma de publicar sus noticias en la red. Obviamente, en base a una temática que haya producido escándalo en *Trome y Perú21* entre 2016 – 2017. Este periodo significó un gran aprovechamiento de ambos medios para generar contenidos sobre la popularidad de los personajes públicos en el rubro del espectáculo a través de la mediatización.

El periodo con mayor crecimiento de los medios de comunicación del espectáculo en el mundo de la red. Encontrando constantes puntos en común como diferenciales para lograr una autonomía en el contenido. Una labor complicada pero que sorteaba vaivenes cada hora del día. Es por ello que la pregunta de investigación es: ¿Qué cambios se dieron en los medios *Trome y Perú21* para adaptarse al periodismo digital con un modelo atractivo para el usuario y contribuir con un mayor alcance de su marca entre los años 2016 - 2017? Mientras que, nuestro objetivo principal es determinar cómo el periodismo se adaptó de distintas maneras al mercado en los medios de espectáculo *Trome y Perú21* para establecer un mayor atractivo para el usuario y generar mayores ganancias entre los años 2016 - 2017.

Deduciendo las siguientes preguntas específicas: ¿qué características y herramientas utilizan las plataformas digitales en estudio para adaptarse y mantenerse en el medio?; ¿cuáles son los puntos diferenciales y comunes que presentan ambos medios, respecto a sus maneras de publicar sus contenidos a diario? Y si, ¿durante el proceso de adaptación se evidenció una evolución en la práctica del periodismo en los medios de espectáculo *Trome y Perú21*?

Por ende, buscaremos identificar las características que presentan los medios de espectáculo *Trome y Perú21* para adaptarse a esta nueva manera de informar a través del campo virtual,

conocer las diferencias y puntos en común que presentan ambos medios del espectáculo en su forma de adaptarse al medio digital e identificar si existió una evolución en la práctica periodística durante el proceso de adaptación de las plataformas webs *Trome* y *Perú21*.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

El periodismo digital llegó a nuestro país para marcar un punto de inflexión en las redacciones de los medios de comunicación. Un cambio que tomó tiempo pero terminó beneficiando favorablemente a las distintas marcas instauradas en el medio. Es decir, los diarios más importantes del país le dieron una importante relevancia al espacio digital. Durante este proceso de cambios existieron puntos positivos como negativos que en cierto punto beneficiaron al usuario. El lenguaje, la responsabilidad en redes sociales y la capacidad de informar al lector, han hecho el común denominador de las noticias en la agenda de cada uno de los medios informativos. Está claro que el periodismo digital llegó a nuestro país conforme la industria daba los instrumentos necesarios para adaptarlos en el medio pero eran costosos y necesitaban una exigente capacitación.

Durante la presente investigación pretendemos aclarar la manera con lo que los dos medios de comunicación (*Trome y Perú21*) lograron un producto en el espacio digital a través de contenidos polémicos y escandalosos. El periodismo en este ámbito hizo que la manera antigua de informar cambie radicalmente para adherirse a un formato distinto. Un campo complejo al cual muchos miraron con cierto desprecio pero que con el pasar del tiempo no les quedó otra opción que adherirse al sistema.

En la actualidad, los medios de comunicación crearon una manera de fragmentar y seleccionar un contenido. Estas producciones de noticias que migraron del papel a la computadora se convirtieron en un aspecto importante para los medios. Es por eso que las empresas periodísticas empezaron a realizar estrategias de posicionamiento en el mercado.

Por ello, se quiere conocer a profundidad el comportamiento de los medios al momento de informar e interactuar con el usuario a nivel mundial. Más allá de que siempre será cambiante y directo. No obstante, saber cómo el periodismo ha aplicado diversas técnicas para continuar ganando lectores digitales.

Tanto el nivel periodístico y coloquial como a nivel de investigación, los medios han logrado generar estos contenidos vulnerando la intimidad de los personajes mediáticos. Entendemos que, la intimidad es aquel aspecto privado o no público de la persona. Entonces, ¿cuál es el vínculo que lo une con esta prensa digital? La relación con los medios se crea en la medida que estos personajes atraen la atención mediática por cualquier noticia o chisme.

Obviamente, lo que se busca es lograr mayor conocimiento del medio y un interés por parte del usuario.

La manera de trabajo, el espacio de interacción y las estrategias de la marca que produce cada portal para conseguir persuadir a su usuario, han sido a lo largo de estos años características acorde a las "nuevas maneras de informar". Además, de establecer los mecanismos que utiliza el periodismo para conseguir un contenido dinámico y entretenido en base a sus herramientas y limitaciones. Un mundo que crece a pasos agigantados a diferencia del nuestro que se encuentra muy limitado con referencia a la red.

Actualmente, no existe un análisis de contenido de dos medios de comunicación dedicados a publicaciones referidas a figuras del espectáculo. Es decir, conocer a profundidad la manera de elaborar hechos noticiosos polémicos de ambos medios en la red. Los episodios más escandalosos y que tuvieron un gran impacto en *Perú21* (medio informativo relativamente serio) y *Trome* (producto "popular"). El rango de estudio vendría ser después de su periodo de aparición y donde tuvieron un gran impacto en la sociedad, entre 2016 y 2017, con la revelación de personajes públicos polémicos en los programas de espectáculos de alta medición en el rating.

1.2 Formulación del problema de investigación

1.2.1 Problema general

¿Qué cambios se dieron en los medios *Trome* y *Perú21* para adaptarse al periodismo digital con un modelo atractivo para el usuario y contribuir con un mayor alcance de su marca entre los años 2016 - 2017?

1.2.2 Problemas específicos

¿Qué características y herramientas utilizan las plataformas digitales en estudio para adaptarse y mantenerse en el medio?

¿Cuáles son los puntos diferenciales y comunes que presentan ambos medios, respecto a sus maneras de publicar sus contenidos a diario?

¿Durante el proceso de adaptación se evidenció una evolución en la práctica del periodismo en los medios de espectáculo *Trome* y *Perú21*?

1.3 Formulación de los objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar cómo el periodismo se adaptó de distintas maneras al mercado en los medios de espectáculo *Trome* y *Perú21* para establecer un mayor atractivo para el usuario y generar mayores ganancias entre los años 2016 - 2017.

1.3.2 Objetivos específicos

Identificar las características que presentan los medios de espectáculo *Trome* y *Perú21* para adaptarse a esta nueva forma de informar a través del campo virtual.

Conocer las diferencias y puntos en común que presentan ambos medios del espectáculo en su forma de adaptarse al medio digital con respecto a sus maneras de publicar sus contenidos a diario.

Identificar si existió una evolución en la práctica periodística durante el proceso de adaptación de las plataformas webs *Trome* y *Perú21*.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

CAPODIFERRO, Daniel (2017) «La libertad de información frente a Internet». *Revista de Derecho Político* (100), p.701-737

Internet es un arma de doble filo y los medios de comunicación deben ser meticulosos, precavidos y profesionales. La libertad de información permite la transmisión de los hechos que sucedan a diario y puedan ser materia de reproducción en diferentes servidores. No obstante, este tipo de reproducción de información no ocurre cuando las herramientas no han dado lugar a instaurarse correctamente. De hecho, si los medios de comunicación no establecen su rigor periodístico están abandonando el rol exclusivo y fundamental en el proceso de elaboración. Dilema que surge en las redacciones pero que con la inmediatez, ha ido desapareciendo.

El espacio digital permite a través de los contenidos interactuar con los propios destinatarios de la noticia y recibir una retroalimentación del mensaje original con las aportaciones netamente propias. Además, abren posibilidades a la interacción en un espacio no controlado con rectitud por parte de los portales (comentarios al final de la noticia). Los instrumentos de las plataformas webs permiten que los usuarios sean prosumidores de información. Teniendo como objetivo desempeñar simultáneamente la tarea de los consumidores y productores de contenidos abiertos al debate (Capodiferro, 2017).

Uno de los objetivos de nuestro autor es demostrar que el internet es un entorno particularmente poco accesible para que se respete la verdad de la información. La red ofrece una gran cantidad de plataformas informativas que interactúan por igual y de manera sucesiva en la publicación de contenidos. Más allá, de la poca falta de verificación de información y la superficialidad de los hechos noticiosos. La red pretende que este tipo de contenidos estén regulados pero va más allá de la capacidad que almacenan.

El autor finaliza su texto con que ahora cualquier persona puede generar y ponerse a disposición de una gran cantidad de información. Además, de publicarlas y recibir una retroalimentación de mensajes positivos como negativos. Es decir, que las plataformas webs deben ser cuidadosas al momento de aportar información y ser específicos en la rigurosidad periodística planteada en el terreno de la libertad de expresión porque si no se está abierto al ajusticiamiento público (Capodiferro, 2017).

OLIVA MARAÑÓN, Carlos (2014) «Periodismo Digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento». Revista de Ciencias Sociales “Aposta”, (nº61), p. 1-30.

El autor plantea en su investigación analizar y establecer los cambios que han surgido en los medios de comunicación a partir de la nueva era digital. Posteriormente, estas modificaciones derivaron en tomar las precauciones necesarias, para saber reinventarse y crecer de manera constante junto a su usuario. Por otro lado, propone establecer las diversas herramientas digitales que se observan en la actualidad para saber llegar a su cliente.

Otro de los objetivos que pone en evidencia a lo largo de su investigación es la demostrar lo que ha cambiado el periodismo dentro de la red. Los intereses, el contenido y la credibilidad son una de las variables que han nacido en esta nueva era de comunicar. El autor dice que ya no estamos hablando de palabras y una foto sino de material audiovisual completo que debe acompañar a la noticia. El encargado de realizar sus contenidos en una plataforma digital debe tener una preparación adecuada para poder ejecutar las herramientas. Muchas veces, las personas que no se encuentran dentro de este proceso, piensan que es una labor sencilla y no muy complicada. Oliva, sin embargo, demuestra que no es así.

Los periodistas deben aprovechar la coyuntura y ser los artífices de la veracidad y la información dentro de la nueva era digital. Es importante recalcar que debemos tener en claro que Internet es un medio efectivo para aquellos que transmiten la realidad de manera simultánea e inmediata. El periodista debe ser perspicaz y a la vez conocer las nuevas herramientas que nos brinda el ambiente digital.

En primer lugar, el saber destacar a tu usuario y hacerlo preponderante en el noticia. Segundo, saber utilizar un lenguaje sencillo y asertivo a la hora de elaborar un contenido. No se deben complicar la vida, darle al alcance de la mano todas sus necesidades. Y por último, se debe ser una persona selectiva, constante y encontrarse en capacidad de ofrecer publicaciones de calidad.

QUIROZ, Ramón (2014) «Redes Sociales como herramientas del periodismo digital». Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Psicología y Turismo en Lima, Perú.

Ramón Quiroz Pacheco planteó como objetivo a lo largo de esta investigación la observación del contexto tecnológico en el que nos estamos desempeñando y la urgencia de las empresas por sacar mayores réditos económicos. No obstante, las redes sociales son factores

fundamentales en la nueva sociedad de la información. En la actualidad, ya no hay primicias, está todo publicado y documentado al instante.

La evaluación que realiza Quiroz es clara y concisa para entender un poco más este mundo. Las redes absorben a las personas y son el constante acompañamiento de los usuarios durante el día. Facebook y Twitter son las redes sociales más influyentes en nuestro país y por ende, los medios bombardean estos espacios cada cierta cantidad de minutos. Siempre y cuando, identifiquen la manera de escribir en estos espacios de interacción. Los textos cortos, lo interactivo, lo audiovisual y la conexión con la vista son los datos más influyentes para publicar diariamente.

La presente investigación del comunicador peruano nos pone al tanto de las diversas reacciones que tiene el periodismo con las redes sociales. El funcionamiento, la forma de comunicar y escribir, su dinamismo y el impacto que pueden generar al momento de poner en el tapete una noticia polémica.

Cabe resaltar que esta serie de características demostradas a lo largo de la investigación, nos ayudan a resolver la capacidad que tienen las empresas para poder captar la atención de los usuarios. Estamos seguros que cada uno de los editores tiene presente cada característica para poder ejecutar de manera adecuada los planes de trabajo. Son estrategias que se definen al comienzo del año para posicionar el medio en los principales buscadores y en las redes sociales con mayor cantidad de clientes.

MARTÍNEZ, O. R. (2012) «Periodismo en la era digital». Revista Mexicana de Comunicación. 24(131), 44-47

El internet es considerado un medio de comunicación que impacta a la sociedad. Esta revolución ha hecho que las plataformas afecten a los demás nexos de interacción como la radio, tv o papel y genere un debate sobre su pronta desaparición. Es decir, su impacto en la sociedad política, en la educación y en el entretenimiento.

Esto se vincula directamente con la comunicación social en su conjunto. Las nuevas pautas tecnológicas han hecho que Internet logre llegar a lugares nunca antes vistos y que se tenga la información minuto a minuto. Por ello, la práctica del periodismo incrementa y solicita un nivel profesional mayor. A todo esto, las empresas periodísticas han hecho que sus contenidos sean totalmente exclusivos y brinden un material adicional a lo acostumbrado, generalmente, se lo conoce como el valor agregado al producto.

Por otro lado, el autor busca explicar las diferencias entre el medio escrito y el digital, que han hecho de un proceso de experimentación a uno que se atreve a tomar riesgos e innovar. La aparición de estos medios digitales hizo cambiar el mercado de la información periodística tradicional para dar paso a lo interactivo. El autor manifiesta que existe una competencia importante dentro de las plataformas webs para que los lectores se fidelicen con el producto. Es una sobreoferta gratuita de contenidos mediáticos que hicieron crecer el modelo de negocio de la prensa no convencional.

Pero el autor no todo lo ve negativo sino que también establece que los medios de comunicación deben aprovechar el uso de las redes sociales, la explotación de las nuevas formas de financiamiento y la experimentación con nuevos recursos y soportes tecnológicos. Aspectos que en la actualidad se colocan en práctica dentro de las redacciones de los portales webs.

YEZERSKA, Lyudmila (2008) *Impacto de Internet del trabajo de los periodistas digitales en Perú*. Lima: Universidad de Piura.

La autora durante su investigación busca demostrar el impacto del Internet en el periodismo peruano. La incorporación de redes y tecnologías digitales ha modificado durante este tiempo los procesos tradicionales del periodismo, tales como la investigación, elaboración y difusión de los mensajes informativos. El objetivo que plantea el autor al comienzo del estudio, es el de discernir los enfoques que tienen los periodistas digitales profesionales en el ámbito peruano.

Durante el proceso, la metodología que utilizó la investigadora es la de los resultados parciales de una encuesta hecha en el transcurso de su doctorado. A partir de allí, se pretendió observar el impacto que ha tenido el internet en el trabajo de los periodistas y la influencia de las nuevas herramientas digitales durante la primera década de la aparición de plataformas en la red.

El objeto en cuestión, culmina con que el internet ha despertado el interés de muchas personas que no son muy apegados a esta nueva era. No obstante, la forma en la que se han involucrado, ha hecho que los medios busquen diversas maneras de comunicar. Los profesionales que desarrollen estas alternativas deben ser personas capacitadas, de cualquier edad y que sepan a lo que se están enfrentando.

Nadie está exento a este tipo de trabajo. Sin embargo, tenemos que dejar en claro que no es lo mismo que sentarse a escribir para un lector de periódico. Es otro mundo. El Impacto de Internet en el trabajo de los periodistas digitales en Perú nos muestra que en nuestro proyecto debemos de poner atención sobre el trabajo de los profesionales que ejecutan los contenidos a diario. Muchas veces, los periodistas de la "vieja guardia", no se adaptan a las nuevas tecnologías y a partir de allí, debemos de analizar los verdaderos profesionales de la actualidad. ¿Qué es lo que buscamos?, ¿Quiénes queremos que hagan los contenidos?, ¿Por qué ellos?, ¿Son los más adecuados?, entre otras interrogantes.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 La nueva era digital en el periodismo: de la teoría a la práctica mediática

2.2.1.1 El periodismo en el tiempo

El periodismo tradicional es según la Real Academia Española (RAE), la actividad que tiene como fin recolectar, publicar y jerarquizar la información que va ocurriendo durante la actualidad. Sin embargo, para obtener un contenido relevante, los periodistas deben recurrir a indagar, investigar y preguntar. Posteriormente, verificar y comprobar que dicha información es la real.

Para Castells (2009) la comunicación entre las masas suele ser directa con un solo sentido pero con la aparición del internet, ha surgido una forma de comunicación interactiva. Además, de tener una capacidad para enviar mensajes entre varios en tiempo real o en un momento determinado. Y esto, al periodismo tradicional lo terminó por confundir o marear. Pero nunca se dejaron de practicar ni generar hechos trascendentales.

Durante todo este proceso, el contenido de la información puede variar, cambiar o hasta inclusive desestimar el punto inicial. Y es aquí donde encontramos la trascendencia de este tipo de cambios.

El periodismo es una actividad humana de trascendencia sociopolítica y cultural, inscrita en el terreno de la comunicación social, que a través de los medios de difusión busca ofrecer informaciones, opiniones e interpretaciones sobre el acontecer público a fin de brindarle a la gente elementos para comprender su mundo y poder tomar sus propias decisiones con conocimiento de causa. (Martínez, 2010, p.23)

No obstante, podría suponer que con el pasar del tiempo, Yilin (2014) estableció que el periodismo es como un lazo que interconecta a la información con su audiencia. Por ende juegan un papel muy importante en nuestra sociedad. Por una parte, se encarga de la

selección, filtración y publicación de una noticia a través del criterio periodístico de los temas o de la famosa agenda-*setting*. Mediante ella, nos permite conocer y establecer la prioridad de la noticia en la actualidad.

Por supuesto, luego de la publicación de la noticia, se espera un rebote mediático. Es decir, la prensa es un mediador entre el público y el poder. Es responsable además vigilar el comportamiento entre los ciudadanos y las autoridades para hacer cumplir las leyes.

Sin embargo, por la tendencia hacia la comercialización y la concentración mediática, el periodismo, debido a su papel peculiar en la sociedad y su derecho dominante del uso de la palabra, fue aprovechado por diferentes grupos de interés y se ha convertido en una herramienta para mantener el régimen político y la rentabilidad empresarial. De esta forma, se aleja cada día más de su responsabilidad social y está perdiendo la confianza del público. (Yilin, 2014, p.5)

Y a partir de aquí, nace y se plasma una controversia. Lo que se hacía años atrás y lo que se empezó a realizar en la actualidad. El periodismo tradicional tiene sus propios parámetros dentro de sus tiempos, la manera de buscar la noticia y hasta incluso su propio lenguaje. Es sabido, que el proceso de recolección de datos lleva su tiempo y por lo general tiene unas horas de elaboración. No obstante, se tiene en cuenta que el lenguaje es un poco más extenso y concreto. No cabe duda, que dentro de su estilo de escritura, la repetición de palabras está restringida.

Yilin (2014) establece una comparación entre la evolución del periodismo tradicional y lo digital. Además, de dejar en claro su proceso de transformación.

Periodismo 1.0 es el que traspasa el contenido de los medios tradicionales a la Red. En segundo lugar, el periodismo 2.0 es la creación de contenido en y para la Red, sumando sus características de hipertextualidad, interactividad, multimedia, etc. Y por último, el periodismo 3.0 es la socialización de la información, a través de una conversación virtual en la que los participantes intervienen en el propio mensaje. (p. 28)

En concreto, se dio una nueva manera de comunicar llegando a lugares nunca antes vistos. En esta era de la interacción con las masas, los emisores dan contenido a una mayor cantidad de usuarios generando números inimaginables. Esto no quiere decir que con el periodismo tradicional no sucedía pero ahora con el desarrollo de la tecnología se puede establecer un parámetro en tiempo real.

Las redes han permitido construir una plataforma dinámica, inmediata y accesible para todos aquellos que se encuentren conectados. Sin embargo, el periodismo tradicional continuo

conservando sus reglas, bases y estilo sin observar los cambios que se venían dando en la vereda de enfrente.

Sin dudas, un proceso que toma tiempo pero que con el pasar de los años, lo tradicional quedará impregnado en las futuras generaciones. Atreverse al cambio está permitido pero siempre el avance de las tecnologías ayudará a construir productos de calidad.

2.2.1.2 Internet y las generaciones web

El periodismo digital marcó un punto de inflexión en su práctica y teoría en todas las redacciones del país. La definición de ambas palabras resulta importante para la presente tesis. Analizaremos dos periódicos digitales que transformaron la manera de informar durante el año 2016 y 2017. Sin dudas, este boom digital marcó a los periodistas de la vieja guardia que tuvieron que adaptarse a este nuevo mundo. Es interesante observar como las grandes empresas creyeron conveniente adherirse a este tipo de cambio para la mejora de las telecomunicaciones.

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE), periodismo es la captación y tratamiento de forma "escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades". Mientras que, digital es el concepto que algunos medios de comunicación, especialmente de prensa lo utilizan para publicar en internet o en formato electrónico.

Por ende, al fusionar ambos términos, encontramos que es aquella formación de contenidos a través de una plataforma llamada internet. Entendámoslo como el proceso de cambio del impreso a la red. Esta nueva manera de informar se realizó directamente con el desarrollo de las nuevas herramientas que proporciona la red desde finales del siglo XX.

Por ejemplo, a lo largo de los noventas, los futurólogos o tecnólogos persiguieron el sueño de la convergencia entre los ordenadores, medios de comunicación e internet. A través de este proceso se dio paso a lo "multimedia". La nueva era de comunicar a través de elementos nunca antes vistos como el video o la interacción dentro de la noticia.

El cambio fue evidente. La versatilidad y multiplicidad pasaron a ser dos características sustanciales e importantes dentro de las salas de redacción. Los inicios en nuestro país no fueron nada fáciles por el aspecto tecnológico o por la falta de demanda del consumidor al momento de adaptarse al nuevo mercado. De hecho, los medios tradicionales vieron un

modelo de negocio dentro de la red pero siempre manteniendo su rigor periodístico dentro de los contenidos diarios.

El periodismo empezó a tener contacto con la tecnología en nuestro país con la adquisición de un equipo computarizado marca Harris en el grupo EPENSA en 1977. Posteriormente, grupos como El Comercio y La República se hicieron eco de dicha iniciativa. Pero simplemente se trataba del paso de la escritura a la digitalización como método de ahorro de tiempo (Gargurevich, 1991).

Pero a finales de los noventa, llega el internet a nuestro país y con ello el interés de los medios de comunicación de inmiscuirse dentro de este espacio. Es por eso que el 25 de noviembre de 1991, la Internet Assigned Numbers Authority (IANA) le asignó a la Red Científica Peruana la administración de los dominios de internet denominados nic.pe y rcp.net.pe (Iriarte, 2001).

No obstante, Perú recibió sus primeros números IP y se le delegó a la Red Científica Peruana la administración del .pe a finales de 1991. En aquel momento, la revolución estaba a punto de llegar y los medios de comunicación ya veían que en el mundo se hablaba de un proceso de cambio de las tecnologías. Era un campo incierto y vacío pero que pretendía lograr un gran impacto.

En este proceso de transformación siempre se tuvo en claro que la red ha sido parte de nuestras vidas y que el paso del periódico a lo virtual fue determinante para la globalización. Siguiendo este mismo camino, el uso de las nuevas tecnologías sirvieron para generar diversidad de opiniones y en el caso particular de internet, preocupó en grandes proporciones a diversos sectores de profesionales que revolucionaron la red. Lo cuestionable y la polémica se encuentran en la práctica de las herramientas digitales cuando se traspasan los límites de confiabilidad y de privacidad.

En sí, prácticas comunicativas que son opciones viables para los medios que forman parte de la cotidianidad del usuario. En tal sentido, la red ha convertido a las plataformas en una fuente de información y en la retransmisión de los contenidos. El avance generó que el periodismo tradicional se atreva a nuevos caminos. Los periodistas también evolucionaron en el uso de las computadoras y en la apertura de nuevos desafíos en el espacio. Sin dudas, haciendo que la plataforma a parte de la información genere interacción.

Particularmente, la diversidad ha hecho que se seleccione en detalle al perfil del periodista y a la idea del medio de generar los contenidos abiertos al gusto del lector. Pero resulta curioso y hasta convincente que el diario digital logró captar la atención de una generación que no recurre a la lectura. Permitiendo que este nuevo modelo comunicativo introduzca a un público objetivo distinto al acostumbrado. Este proceso complejo que dio lugar a la posibilidad de informar de manera fácil, sencilla, directa y al instante.

Y el camino digital de los medios de comunicación en el Perú comienza con la difusión de Revista Caretas en la red a partir del 12 de enero de 1995. Mientras que, Radio Programas del Perú en mayo de ese año se convirtió en el primer portal de noticias de radio en publicar contenido informativo. Posteriormente, La República creyó conveniente adaptarse a la red con publicaciones realizadas en su plataforma escrita (Iriarte, 2011). Un proceso de cambio que iba dando resultados.

2.2.1.3 La civilización del espectáculo

Para entender con mayor alcance lo estudiado, la nueva era sin dudas se ha visto marcada por el ámbito sociológico. Los seres humanos son muy cambiantes y capaces de exigir al otro una serie de necesidades para poder satisfacerse. El "espectáculo" en esta era toma en cuenta la televisión, cine, intelectuales, erotismo, religión, política, arte y un sinnúmero de aspectos en donde el hombre se desarrolla. En realidad, en todos los espacios de la vida cotidiana. A partir de allí, el internet y los medios de comunicación se han relacionado entre sí, para lograr resultados a nivel económico y social (Vargas Llosa, 2012).

Es importante recalcar que la civilización del espectáculo nos deja en claro que se analiza los hábitos o reglas de comportamiento que tienen los seres humanos en la sociedad. Sin embargo, en los últimos años, el espectáculo se ha convertido en el eslabón fundamental para buscarle una salida al aburrimiento. Por tal motivo esto ha hecho que nuestra cultura se vea desplazada por argumentos pocos sólidos y se tergiverse el pensamiento de las personas a través del poder de muchos medios de comunicación.

Allí donde el mundo real se transforma en simples imágenes, las simples imágenes se convierten en seres reales, motivaciones eficientes de un comportamiento hipnótico. El espectáculo, como tendencia a hacer ver, por diferentes mediaciones especializadas, el mundo que no puede más ser directamente alcanzado, encuentra normalmente en la vista el sentido humano privilegiado que fue en otras épocas el tacto; el sentido más abstracto, el más susceptible de engaño, corresponde a la abstracción generalizada de la sociedad actual. (Debord, 1995, p.13)

Pero es necesario aclarar también que el espectáculo no es identificado a simple vista sino que es una actividad que escapa a la realidad (Debord, 1995). Es a partir de este concepto que agregamos esta teoría en nuestra investigación porque nos plasma de manera clara la nueva sociedad y cultura en la que estamos viviendo. La forma en la que los medios abordaron los temas de interés nacional, banalizaron e hicieron más frío al espectador. El aburrimiento y la nueva era de las comunicaciones, hicieron que los seres humanos en vez de agarrar los libros consuman otro tipo de conocimiento. "Los lectores quieren libros fáciles" (Vargas Llosa, 2012, p. 36). Y en eso estamos de acuerdo.

Las personas prefieren la inmediatez y las actualizaciones cada minuto para mantenerse informados. No necesariamente a nivel espectáculo sino que también en ámbitos políticos, religiosos y sociales. En el libro de Silvana Cobos Internet para periodistas, nos plasma una comparación entre el nuevo periodismo y confronta con Vargas Llosa al momento de decir que internet ha tergiversado y ha sido usado de manera inequívoca. La red no solo sirve para quitarle el aburrimiento a los seres humanos sino que el periodismo debe utilizar de la mejor manera las herramientas digitales para generar una relación óptima con el usuario.

El mundo periodístico no deja de preguntarse cuál será ese modelo que asegure la sostenibilidad del periodismo en el nuevo mundo digital. No tengo la respuesta –quizá no exista una única respuesta–, pero si algo tengo claro es que el periodismo no encontrará (¡o inventará!) esa respuesta si no abraza y entiende verdaderamente las oportunidades que brinda internet. Y este libro quiere ser un humilde primer paso para alcanzar ese objetivo. (Cobos, 2012, p. 17)

Sin embargo, Debord (1995) nos plantea que las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción, el espectáculo, se presenta como un nicho principal. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación de simples gustos.

En muchas ocasiones, los medios de comunicación en el mundo entero, han evaluado lo que más le gusta a las personas en general y claramente, el espectáculo y el enterarse por los demás, es lo que predomina y necesitan para distraerse de sus quehaceres diarios. El mundo se divide entre una pequeña parte perversa que manejan todo a través de la desinformación y los ingenuos que la aceptan (Debord, 1995).

La nueva era tomó de la mano al espectáculo y la sociedad se empezó a relacionarse con ella. Los medios de comunicación se vieron en la necesidad de renovarse y empezar a plantear una serie de estrategias para alinearse a lo "nuevo". Los diarios impresos se veían

expuestos porque internet era el nuevo vínculo por la cual, las personas se empezaban a informar.

El reconocido periodista español Eugenio Suárez (2009), manifestaba en el diario El País que la experiencia que logrado a lo largo de toda su vida no le sirve de nada en la actualidad. Los cambios en la "estructura mecánica y en la mentalidad social han variado mucho, pero quizá quede la ingrata deducción de que, si es difícil ganar lectores, más fácil es perderlos y casi imposible recuperarlos, aunque ahí están y habrá que pelear por ellos". No obstante, Vargas Llosa, entiende este nuevo sentido del espectáculo y lo analiza como un espacio "simple".

Si se trata sólo de entretener, de hacer pasar al ser humano un rato agradable, sumido en la irrealidad, emancipado de la sordidez cotidiana, el infierno doméstico o la angustia económica, en una relajada indolencia espiritual, las ficciones de la literatura no pueden competir con las que suministran las pantallas, grandes o chicas. (Vargas Llosa, 2012, p. 216)

La sociedad evolucionó pero no nos dimos cuenta de lo que estábamos perdiendo. Los medios se anticiparon a la nueva era y aprovecharon en empezar a inmiscuirse en un nuevo campo. Es por ello que Vargas Llosa está en contra del nuevo lector en las comunicaciones. Este tipo de usuarios quieren todo hecho y que no requiera mayor esfuerzo de entendimiento. Por ende, es un reto complicado para los "creadores" llegar a sus clientes de manera eficiente. Es aquí, donde las estrategias de marketing y periodísticas se relacionan entre sí, para lograr resultados óptimos.

Por otro lado, es importante recalcar que los seres humanos son aquellos que dominan nuestra cultura. Nosotros tenemos las capacidades de poder discernir en todo ámbito de nuestras vidas, si lo que estamos haciendo está bien o está mal. Por ende, el hombre y la mujer son parte de una cultura que la vamos formando a lo largo del tiempo.

Estamos en presencia de una época donde la realidad misma no es comprendida como tal y creemos a todo lo que los medios de comunicación nos dicen. La cultura ha hecho que el interés y el morbo por los demás sean descubiertos y analizados de manera periodística cada día. Es preocupante que nuestro entendimiento como sociedad se base en el "chisme" y que lo privado ya no sea tomado como tal, al estar expuestos en una red o en un medio de prensa.

Vivimos en una época de grandes representaciones que nos dificultan la comprensión del mundo real, me parece una verdad como un templo. Pero ¿no es acaso evidente que nadie ha contribuido tanto a enturbiar nuestro

entendimiento de lo que veras está pasando en el mundo, ni siquiera las supercherías mediáticas, como ciertas teorías intelectuales que, al igual que los sabios de una de las hermosas fantasías borgianas, pretenden incrustar en la vida el juego especulativo y los sueños de la ficción? (Vargas Llosa, 2012, p. 71)

Estamos en un proceso cambiante y preocupante para algunos pero muy provechoso para otros. A lo largo de nuestra investigación, hemos encontrado que las plataformas digitales que incursionan en el mundo del espectáculo, han sabido manejar sus estrategias para llegar al lector. Por eso, este espacio de hoy en día, es tan criticado y aborrecido por algunos. La cultura, el espectáculo y nuestra civilización están en un proceso de cambios continuos y hay que saber entenderlo.

2.2.2 El lenguaje periodístico

2.2.2.1 Cobertura mediática

Para el sustento teórico de la presente investigación es importante conocer la contextualización de nuestro tema. Por ello, siendo objeto de análisis los portales webs *Trome* y *Perú21*, nos vemos en la necesidad de enfocarlo por el lado del espectáculo.

Está claro que las plataformas noticiosas y generadoras de contenidos tienden a tener periodistas jóvenes y capacitados en temas de red. La conformación del espacio noticioso debe ser participativo dentro del proceso de producción y difusión. Por eso, los diarios y medios radiales o televisivos han dejado de ser lineales para crear múltiples plataformas. Pasar de ser un solo canal a diversos espacios de transmisión e interacción.

La "fortaleza" de las redacciones corporativas y profesionales será reemplazada por una red que incluirá a la sociedad civil, los individuos, las compañías y los gobiernos como grupos y como personas (Beckett, 2008). De esta manera, los profesionales de los medios van a constituir una estructura principal dentro del ejercicio periodístico. Además, de pertenecer a un sistema que se afianzó hace 20 años y hoy es materia prima de los medios.

Necesitamos personas que puedan procesar la información de modo que sea accesible. Y hay que hacerlo rápido. El periodismo puede ofrecer reportajes de interés actual que monitoreen el mundo acelerado de hoy. Luego, hay que rehacerlo todo de nuevo, más despacio. En un mundo altamente reactivo, necesitamos periodistas que provean un contexto más a largo plazo junto a una narración más profunda y extensa de los hechos. Así que la demanda no va a escasear. (Beckett, 2010, p.46)

Pero la cobertura mediática empieza con el tratamiento de esta información. El espacio del internet es muy amplio pero sin dudas el espectáculo se ha ganado un espacio dentro de lo

más requerido por los lectores hoy en día. En este aspecto, para tener validez periodística dentro de este rubro, se debe alcanzar cierto grado de autoridad. Las personas deben de colocar toda su confianza en el medio por su veracidad, rigurosidad, precisión y objetividad. El medio ya sea político o que se dedique a cubrir temas de clamor popular, debe cumplir con este tipo de parámetros para que sea periodismo en esencia. En todo caso, si no se ajusta a estos objetivos, habrá abandonado la práctica en sí (Beckett, 2010).

Sin entrar a valorar si la globalización es causa o consecuencia de la implementación y universalización de la Red digital, lo cierto es que los nuevos sistemas de comunicación han posibilitado que cualquier ciudadano que disponga de una determinada tecnología pueda participar activamente no ya en la recepción o recopilación, sino en la difusión de información u opiniones. (Capodiferro, 2017, p. 704)

Siendo de esta manera un nexo con la sociedad que va en busca de la información en estructuras flexibles y adaptativas. Pero estamos convencidos que esta es la manera en que los medios de comunicación convertidos en empresas prefieren dar paso a la cobertura de lo mediático para encontrar mayores vistas y posicionamiento dentro del mercado. "El legado de las organizaciones mediáticas sigue siendo dominante en el flujo de las noticias, pero están cambiando a información en red cada vez más. Las nuevas instituciones independientes de noticias siguen operando a baja escala y no van a reemplazar a los medios comerciales tradicionales en sus funciones básicas" (Beckett, 2010, p.46).

Cuando se habla de periodismo digital no se refiere a que todo sea sencillo y rápido. No se debe desvirtuar el concepto inicial de esta nueva forma de hacer periodismo. Solamente, se cuentan con más cantidad de herramientas que permiten la funcionalidad del ejercicio.

Este tipo de fenómeno nos encuentra en el auge económico de las empresas de comunicaciones que buscan ganancias a través de sus contenidos. Está claro que la confianza ganada por parte de los medios de comunicación tradicionales no iba ser la misma de aquellos que migraron a lo digital. Sin embargo, hay que tener cuidado. Los periodistas han de estar preparados para cualquier circunstancia pero muchos han rechazado o despreciado cubrir temas especializados en el espectáculo. Por ello, se debe tener en cuenta que trabajar con un público ágil genera desarrollar aún más nuestras capacidades de interacción.

El trabajo de un periodista es el valor añadido que le da a sus contenidos y pensamos que dentro de la realización de este tipo de noticias del espectáculo, permite una adquisición de conocimiento mucho mayor al de las otras áreas.

Los periodistas de red deben comprender que están compitiendo con una amplia variedad de atracciones alternativas. Han de darse cuenta de la diversidad de las audiencias. No me refiero solamente al origen étnico o a las tendencias políticas. Me refiero al hecho de que, cada vez más, tendremos múltiples identidades facilitadas por las nuevas tecnologías de los medios. La relación consumidor/creador puede variar de personal a profesional, a mezclar los negocios con el placer, fundir la educación con el entretenimiento y compilar información mientras interactuamos socialmente. La función de las noticias debe ir más allá del reflejo de esta diversidad de prácticas comunicativas. (Beckett, 2010, p. 48)

Y justamente, en la sección de espectáculos, se tiene una gran variedad de gustos a los que uno puede incursionar. Sin dudas, de algo que en este rubro uno no se va perder, es la interacción con el público. Siempre se obtendrá una respuesta. La selección de los periodistas en la actualidad debe reflejar a sus audiencias en materia de identidad y comportamientos en su accionar diario. Si no se cumple este tipo de premisa, el medio estará errando en su práctica periodística como en sus objetivos como empresa.

Los medios de comunicación buscan a través de sus periodistas ser una fortaleza de creación de ideas, proteger sus intereses y mantenerse ajeno a una opinión dentro de su noticia. Necesitan una manera parcial de informar para dar el siguiente paso de la interacción en la esfera pública. No olvidando que los medios de espectáculos deben generar publicaciones llamativas para lograr una participación activa de sus usuarios dentro de las redes sociales.

La plataforma digital, en su cobertura mediática, permite mostrarle a su público objetivo un hecho real pero que llame poderosamente la atención. Además, de darle el derecho a la información de manera rápida y activa. Siendo accesible de manera versátil y capaz de interactuar a cada momento.

«Ciberperiodismo», actividad que hace referencia a todas las expresiones derivadas del derecho fundamental a la comunicación que se desarrollan en el medio digital con el fin de transmitir mensajes informativos de cualquier índole. Así planteado, no deja de ser la forma digital de la práctica que ha venido a encuadrarse bajo el paraguas del denominado periodismo ciudadano, periodismo cívico, periodismo participativo o cualquier otra denominación que venga a identificar las comunicaciones informativas realizadas al margen de los medios de comunicación tradicionales y como alternativa a los mismos por sujetos que no trabajan para ellos. (Capodiferro, 2017, p. 713)

Los medios al tener tanta participación dentro de la sociedad han tendido a banalizar el sentido noticioso y generar un mensaje no tan claro. Por ello, han tenido que buscar el

componente participativo e interactivo a través de los sucesos cotidianos de personas idealizadas en televisión.

Este ejercicio de la información pública es dependiente del usuario y del desarrollo directo de las herramientas de la tecnología. Dentro de un mundo de demasiada información surge que muchas veces los medios confundan lo mediático con la mentira o falta de profesionalidad.

2.2.2.2 La noticia como un show

La palabra "espectáculo" hace una clara referencia a una función o acto público que ha sido celebrado en un cine, circo o lugar de interés. Sin embargo, para hacer feliz a estas personas debes ser ingenioso. Y esto se puede obtener a través de lo inimaginable. Así como leer, el espectáculo es capaz de atraer la atención generando sentimientos, cambio de ánimo, asombro o dolor. No obstante, los propios periodistas confunden que la vida íntima de una persona puede convertirse en espectáculo. Incluso, puede darse a la inversa. Los mismos personajes que trabajan en este ambiente creen que el escándalo es el medio más fácil para hacerse conocido.

Este tipo de impacto dentro de las personas genera que la atención se centre aún más en el personaje. El "espectáculo" muestra como somos realmente en la actualidad. Por eso, planteamos que esta sociedad del espectáculo es exclusivamente el sector que concentra todas las miradas y la conciencia (Debord, 1995). Además, de ser un campo complejo de entender por lo susceptible que significa publicar un contenido polémico. La noticia vista como un show es el espectáculo en su máxima expresión y por ello genera tanto interés en estudiarla.

No es un suplemento al mundo real, su decoración añadida. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de la elección ya hecha en la producción y su consumo corolario. Forma y contenido del espectáculo son de modo idéntico la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. El espectáculo es también la presencia permanente de esta justificación, como ocupación de la parte principal del tiempo vivido fuera de la producción moderna. (Debord, 1995, p. 9)

A partir del paso del tiempo, los diarios impresos se veían expuestos porque internet era el vínculo por la cual, las personas se empezaban a informar, a interactuar entre sí y crear espacios de debate público.

Por ello, se cuestiona tanto el tema de la noticia vista como un show. El concepto de periodismo termina calzando perfectamente para los medios que buscan la polémica. Y para eso, se debe buscar profesionales que presenten aptitudes precisas para el puesto y que demuestren su capacidad de entendimiento con el público objetivo. Está claro que se puede discutir este tipo de audiencia pero estará en el periodista restarle importancia a estos prejuicios.

No es novedad que en la actualidad se necesitan años luz para entender a esta nueva sociedad. El cambio del papel a lo digital generó impacto en lo profesional. Lo "multimedia" transformó la necesidad del ser humano y generó una mayor motivación. Y es lo que pasa en este caso, la noticia en modo show, hace hipnotizar al ser humano y genera diferentes reacciones ante ello.

El sentido de las personas es esencial dentro de este rubro. El tacto del periodista como del lector hacen de esto una gran unión. Debemos de tener en cuenta que los cambios a que nos enfrentamos no son nada fáciles de entender. La cultura, el espectáculo y nuestra civilización están en un proceso continuo de variación y hay que saber descifrarlo.

Es decir, que la sociedad siempre ha buscado el entretenimiento y la distracción por sobre la obtención de conocimientos. Debord (1995) afirma es que el espectáculo es "la reconstrucción material de la ilusión religiosa. La técnica espectacular no ha podido disipar las nubes tradicionales donde los hombres situaron sus propios poderes separados: sólo los ha religado a una base terrenal. Ya no se proyecta en el cielo, pero alberga en sí misma su rechazo absoluto, su engañoso paraíso" (p.5). Entonces, comprendemos que el campo del espectáculo es muy peligroso y puede hacer que los mismos periodistas dejen de lado su propia rigurosidad y objetividad.

Dentro de este campo encontramos el consumismo, el individualismo relacionado con la psicología, la cultura de masas, la indiferencia hacia lo pasado, la pérdida con el tiempo de lo histórico, la cultura como mercancía y el descredito que se le ha dado al futuro, la moda y a lo efímero (Lipovetsky, 1986). En primer lugar, a diferencia de Debord (1995),

Lipovetsky (1986) nos presenta un análisis de la seducción que produce esta nueva sociedad. El mundo ha cambiado y debemos adecuarnos a esta nueva línea.

Indiscutiblemente debemos partir del mundo del consumo. Con la profusión lujuriosa de sus productos, imágenes y servicios, con el hedonismo que induce, con su ambiente eufórico de tentación y proximidad, la sociedad de consumo explícita sin ambages la amplitud de la estrategia de seducción. Sin embargo, ésta no se reduce al espectáculo de la acumulación; más exactamente se identifica con la sobre multiplicación de elecciones que la abundancia hace posible con la latitud de los individuos sumergidos en un universo transparente y abierto”. (Lipovetsky, 1986, p. 18)

Lipovetsky (1986) define que el proceso de adecuarnos a una nueva era se ve emparentado con la elección que pueda tener cada uno y no necesariamente a lo que piensen o quieran los demás. En la actualidad, los individuos buscan introducirse en un mundo nuevo y que las plataformas digitales les abran un sinfín de opciones para navegar en la red. Pero la sociedad del espectáculo es sin duda heredero de toda la debilidad de un proyecto occidental que fue la comprensión de las categorías de lo que gustaba o no a las personas.

Sin embargo, la interrogante que surge es si en realidad existen noticias vistas desde el show pero con profundidad y rigurosidad en materia del periodismo. En materia de sociedad del espectáculo y de consumo podemos determinar que en cierto punto es un ambiente negativo.

Pero debemos tener en cuenta que no todo es malo. La vida va más allá de la cultura, política, democracia, la relación con los demás, consigo mismo, el cuerpo, el placer, etc. En este concepto, se puede decir que la sociedad del espectáculo, masificó los comportamientos y esto dio paso a una mayor autonomía a todas las personas. Porque ha hecho que caigan los megas discursos que marcaban a los individuos. Y lo ha sustituido con el tiempo libre, el placer y la diversión. La gente no quiere seguir a las grandes autoridades, buscan vivir felices y eso no siempre se consigue (Lipovetsky, 2010).

Con el pasar del tiempo y entendiendo esta relación de la sociedad del espectáculo junto a la de consumo, tenemos que verificar la utilización de la información en la realización de las noticias como un show total.

La sociedad de la información exige netamente a las personas competencias básicas para construir, transferir y procesar de forma continua. Obviamente, dependiendo de los gustos y/o intereses. Ricoy, C, Feliz, T, Sevillano, L. (2010) afirman que es "necesario contar con la capacidad para utilizar la red con criterio en la formación permanente para la búsqueda,

selección y procesamiento de la información en cualquier tipo de documento y registro" (p. 202).

Eso sí, confirmamos que una noticia hecha show puede hacerse de manera correcta. Estas características que nos plantean nuestros autores deben utilizarse con criterio. Por supuesto, no hay necesidad de preguntar si un periodista ejecuta bien o mal su sentido noticioso. Eso debemos darlo por descontado.

Estará en el medio junto al profesional de elaborar y desarrollar las competencias a lo largo de la vida que permitan la formación inteligente de los contenidos y recursos que pueden ser de vital importancia para los generadores de opinión. Ricoy et. al (2010) afirman que las empresas deben capacitar a las personas en sus habilidades y conocimientos que demanden a los nuevos modos de plantear el trabajo.

La comunicación es importante entre el emisor y el receptor para que las tecnologías logren la sinergia adecuada. Por ello, se debe ofrecer a los usuarios la implementación de los procesos de forma, modelo de contribución y prácticas de enseñanza a través de lo que uno difunde.

El empleo de las herramientas digitales requiere según los participantes también del desarrollo de la capacidad cognitiva, de comprensión simbólica, analítica, evaluativa, reflexiva, orientada a la acción crítica, creatividad, búsqueda, selección y organización de la información, de síntesis, planificación de la actividad, iniciativa propia, resolución de problemas, autonomía personal y curiosidad, así como psicomotrices. (Ricoy et. al, 2010, p. 213)

Por eso, en esta última parte, la utilización de las herramientas hace la diferenciación a la noticia. La formación a través de la escritura es muy importante pero siempre siendo escueto, directo y frontal. Más allá de eso, se requiere que no exceda los cinco a seis párrafos por la rapidez en la que el usuario se mantiene en la red. Es trascendental que toda nota tenga un video, una imagen y hasta un nexo con la red social porque esto hará que el contenido tenga mayor sustento argumentativo.

El nuevo contexto en donde nos desempeñamos nos exige importantes capacitaciones en los conocimientos y habilidades tecnológicas dentro del espacio profesional. Además, de tener en claro que el escenario digital necesita de constructores, actores y no solamente personas que estén navegando de a ratos en la web. Estos medios de comunicación ven la necesidad

de obtener ganancias explotando en demasía el tema de los espectáculos, el éxito estará en quien hace la diferencia.

El escenario digital, como espacio social requiere constructores, actores y no sólo navegantes, observadores o lectores que consuman lo que otros producen por mucho que las habilidades de procesamiento informativo se incrementen. El desarrollo de nuevas competencias de los sujetos para relacionarse con objetos de conocimiento en entornos digitales se percibe como parte del fenómeno de transformación de las prácticas sociales, y entre ellas las educativas, a partir de la incorporación de las tecnologías. (Ricoy et. al, 2010, p. 201)

De tal manera, llegamos a la conclusión que la construcción de la noticia es el uso oportuno de herramientas virtuales en la innovación. Estos instrumentos suponen un reto continuo e ineludible para la formación de contenidos noticiosos hechos a manos de profesionales capacitados en la materia. En muchas ocasiones, medios de espectáculos hacen noticia de lo no noticia y tienden a solamente buscar clics engañando a la población.

Una especie de una sociedad del espectáculo vista de una forma banal y sin exigencia. En reiteradas ocasiones, los medios tienen a menospreciar y suponer que no están en la capacidad de buscar contenidos dignos de leer. A veces, los medios se equivocan y de la noticia vista como un show pasan al engaño.

La publicación de contenidos noticiosos en reiteradas ocasiones puede ser objeto de mentira y de utilización del usuario para solamente ganar páginas vistas en la red. Muchos virales o imágenes con videos graciosos en internet han captado la atención de las personas pero estos contenidos pueden ser armados con un muy buen titular pero con un desarrollo de la noticia muy vago.

Y en esta parte tenemos la posibilidad de analizar los componentes negativos que puede tener la mala utilización de las herramientas. Los contenidos que nosotros indagamos y consumimos en la red, muchas veces nos dejan insatisfechos. Y en la actualidad, buscadores como *Google* lo sancionan de manera tal que pierden la oportunidad de mostrarse ante el mundo. Es una competencia del día a día que debe saber usarse. Los medios de comunicación cometen un grave error en este sentido. Subestiman en demasía al lector que termina dándose cuenta del engaño y los elimina por completo de su mapa digital. El usuario de internet es muy "infidel" y sabe hacerse respetar. Pues su tiempo, vale oro.

Por competencias mediales los sujetos entienden un conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas que estiman como necesarias para

hacer uso de los medios exigiéndose nociones mínimas sobre ellos, capacidad de reflexión analítica, de práctica para el envío de mensaje, así como comprensión y diferenciación de los mismos. Además, sostienen que son necesarias competencias sobre habilidades técnicas de tipo básico para el manejo informático, algún conocimiento sobre sistemas, de búsqueda de información en la red, estrategias de comunicación y para el trabajo colaborativo en Internet, para el procesamiento de textos e imágenes y el uso de bases de datos. (Ricoy et. al, 2010, p. 201)

2.2.2.3 La búsqueda del medio por alcanzar contenidos inmediatos y sencillos

Esta nueva era marcó un cambio profundo en las características del lector digital. Es más volátil, cambiante y disperso. Los medios de comunicación se han preocupado en grandes proporciones en preparar a sus periodistas para lograr captar la atención de ellos. No es una tarea fácil y por eso en los párrafos anteriores nos referíamos a su complejidad como práctica.

Para entender con más claridad, la superficialidad según la Real Academia de la Lengua (RAE) es aquello sin solidez y sin sustento. Es así. A eso, lamentablemente estamos acostumbrados. Los cambios a veces son buenos pero en un espacio tan grande como este, viene de todo. Es un mundo donde está el reflejo de la sociedad misma, desde el que escribe en una plataforma digital hasta el que se oculta a través de una red con un seudónimo.

Por eso mismo, los cambios generaron que los periodistas tengan una bajada editorial de los medios de comunicación.

Los periodistas de red deben comprender que están compitiendo con una amplia variedad de atracciones alternativas. Han de darse cuenta de la diversidad de las audiencias. No me refiero solamente al origen étnico o a las tendencias políticas. Me refiero al hecho de que, cada vez más, tendremos múltiples identidades facilitadas por las nuevas tecnologías de los medios. La relación consumidor/creador puede variar de personal a profesional, a mezclar los negocios con el placer, fundir la educación con el entretenimiento y compilar información mientras interactuamos socialmente. (Beckett, 2010, p.48)

Como vemos, la superficialidad ha generado un problema dentro de los medios tradicionales que pensaban que lo riguroso y profundo, eran las claves del éxito. No es así. Se busca contenidos simples y que no tomen demasiado tiempo. Puede que esta nueva forma de comunicar permita una mayor interactividad con el usuario y haga que sea un modelo accesible.

Sin dudas, esto permite la diversidad de contenidos y que la productividad del periodista sea mayor. Es decir, el redactor no toma demasiada ocupación a un tema o noticia. Debe

desarrollarla en tan solo algunos minutos y luego dar vuelta a la página. Estamos acostumbrados a que los medios de comunicación pidan y exijan a sus redactores posicionar sus productos. Y como en televisión el nexo es el rating, creemos que en el espacio digital, la obsesión de los editores es posicionar a su portal web dentro de los primeros de la lista de los buscadores.

Un problema es la falta de diversidad editorial en los medios tradicionales en una época en la que se necesita más que nunca. Puede que se piense que como la formación continua está en expansión y los periódicos en internet tienen fácil acceso, los medios de información cuentan con más variedad de composición que antes. Por el contrario, existe la amenaza de que los medios tradicionales disminuyan y se fragmenten en lugar de enriquecerse y volverse pluralistas. Siguen dominados por grupos sociales relativamente pequeños que crean culturas exclusivistas. Éstas varían según el tipo de sociedad y los medios de comunicación que se involucren. Sin embargo, la concentración de los profesionales en grupos de comunicación restringidos es frecuente en la mayoría de los mercados de los medios de información. (Beckett. 2010, p. 49)

Y por supuesto, la sociedad ha influido en grandes proporciones en las decisiones editoriales de los medios y por lo general, han inducido a este tipo de modelo. Y aunque usted no lo crea, dentro de la planificación de la selección del personal, se contrata a personas jóvenes con conocimiento de la red pero con un bajo precio en el mercado laboral.

Sin embargo, los medios de comunicación también son los principales responsables del cuidado de la noticia y la manera en que se publica. Por ello, Enrique Pérez (2015) afirma:

La realidad mediada por la comunicación periodística digital, electrónica o numérica dista de lo que aparece reflejado en los libros y manuales capitulares de la profesión; el contexto actual es particularmente complejo. Cuando se habla de la tan reiterada objetividad de la información y la consulta de las fuentes para la construcción de un texto periodístico —lo más próximo a la solidez temática y estructural del medio en busca de satisfacer las demandas informativas y culturales de las personas—, alguien quizás llamado Humpty Dumpty en el entorno de la Web 2.0, compite en buena lid “colgando” o “subiendo” un conjunto de imágenes a una red social en Internet, que luego será compartido por sus seguidores y por los seguidores de éstos. (p. 4)

Y es verdad que la red logró cambiar el mundo. Pero la gran mayoría de autores coinciden que este tipo de ejercicio profesional debe conseguir una solidez y estructura para satisfacer las emociones, sentimientos y requerimientos que pueda hacer el lector. Se podría hablar hasta de un tema psicológico en el impacto que generan los medios de comunicación. Estamos ante una sociedad que tiene impuesto que lo que dice la prensa no siempre es verdad

y eso se refleja en la producción de contenidos. No obstante, sabemos también de la influencia de las nuevas herramientas tecnológicas y cómo las comunicaciones han alterado estos procesos porque han crecido con formas alternativas para la apropiación, selección o divulgación de los contenidos (Pérez, 2015).

Los estilos superficiales que buscan los lectores han logrado que los medios de comunicación se acostumbren a emplear esquemas vagos. Estamos en presencia de un fenómeno donde un contenido de cuatro párrafos puede hasta aburrir a un lector volátil. Esto, sin dudas, es un claro problema.

Y a partir de ello, hacemos que la esfera negativa crezca. Para Pérez (2015) estos "cambios de valores sociales intervienen no sólo en el periodismo, sino en la forma de hacer política y de conducir un país, paralelo al desarrollo de procesos que transforman el imaginario de una población tradicional y otra electrónica" (p.7). Las personas se acostumbraron a consumir productos sencillos, simples y que no les tomen demasiado tiempo. Y es que antes se buscaban contenidos sólidos y profundos pero ahora estamos en frente de una transformación tecnológica y social que ha obligado a un verdadero cambio.

2.2.3 Recursos y herramientas en la red

2.2.3.1 El lenguaje SEO

En la presente investigación debemos tener en cuenta lo que significa el SEO en la red. ¿Para qué sirve en los medios? Y ¿Por qué es tan efectivo?, son las dos interrogantes que nacen al momento de escuchar esta palabra. Desconocida para muchos y conocida por muy pocos. Según SoloMarketing (2017) afirma que SEO es:

El SEO es una figura importante en el marketing online. Su origen va de la mano del nacimiento de los buscadores. Su papel es conseguir llevar nuestra página web a los primeros puestos de en el ranking de los buscadores para los términos de búsqueda más relevantes de nuestro negocio. Hace unos años, la figura del SEO se ha visto eclipsada en el imaginario popular, por otros perfiles del marketing digital como el community manager o el content manager. Sin embargo, como leía hace poco en una propuesta de master de marketing online, el community manager y todas las figuras asociadas a las redes sociales son importantes, pero no las únicas. (p.5)

De hecho, los pioneros en la conformación de este modelo para periodistas y los propios estudiosos del marketing, han hecho de esto una obsesión. De tal forma, que siguen los mecanismos y procesos actuales. Mayor aún, con las actualizaciones del algoritmo y la evolución del buscador *Google*.

Este lenguaje en la plataforma web es el pilar número uno. Es sin dudas, lo primero que te enseñan al momento de pisar una redacción. Los especialistas en el espacio digital admiten que la muerte del SEO todavía no está próxima. Para los profesionales del SoloMarketing (2017) cualquier profesional con conocimientos en SEO debe tener:

- Formación. Es primordial conocer los lenguajes y modelos de comunicación de internet. No hay definida una formación universitaria para el SEO. He conocido SEO que provienen de titulaciones tan dispares como las ingenierías, marketing, económicas, comunicación y humanidades. Eso sí, todos ellos manifiestan una vocación por el aprendizaje que le ha llevado a aprender el manejo de las herramientas de diseño y a trabajar en lenguaje HTML.
- Constancia y paciencia. El trabajo del SEO es un trabajo constante que ve sus resultados a medio, largo plazo. Por tanto, no se puede tirar la toalla a la primera y se debe tener claras las tareas que de manera constante se van a realizar para conseguir las primeras posiciones.
- Analítico. Un SEO debe de interpretar cada uno de los datos de la web. Visitas, conversiones, palabras clave más buscadas y un largo etc. para poder tomar las decisiones adecuadas. El análisis de la competencia será fundamental, así como la capacidad de leer entre los datos el porqué del comportamiento del usuario.
- Conciliador. Las diferentes disciplinas del marketing digital no están enfrentadas sino que se complementan. En el SEO es fundamental el papel de las redes sociales desde que *Google* realizó sus actualizaciones más polémicas, el Panda y el Pingüino. Además, el contenido es el Rey y esto significa que el SEO debe integrar en sus acciones la planificación del content manager.
- Creer en lo que hace. Lo primero que se le va a exigir al SEO es estar en primera posición la primera semana. El SEO debe confiar en su trabajo y saber transmitir el proceso y mostrar la evolución de los resultados poco a poco. (p. 5)

Sin embargo, dentro de estas estrategias del lenguaje SEO, debemos de tener en cuenta que uno de los objetivos primordiales del periodista es realizar una adecuada elaboración de su noticia para alcanzar un éxito asegurado. El planeamiento efectivo debe ser la suma del análisis de la de los competidores directos y el marketing para lograr posicionamiento en internet.

La competencia vendría a ser aquellas páginas webs que tienen los primeros lugares en los principales buscadores. Por lo tanto, a la hora de colocar una estrategia de posicionamiento, se debe priorizar el análisis de los supuestos "rivales". Pues, se trata de un ejercicio intenso pero que nos será de bastante utilidad para diseñar o redefinir la página web.

Es decir, la red ha revolucionado nuestras vidas y también tuvo injerencia determinante en el ejercicio periodístico. Tarodo Just (2014) afirma lo siguiente:

Los directorios eran (y algunos aún son) sitios web en los que personas rastreaban la red detectando nuevos sitios y los ordenaban por categorías. El primer directorio lo crea Tim Beerns-Lee, uno de los padres de Internet, en el año 1991. Con los directorios, cualquier usuario podía acceder a las páginas que abordasen temas concretos, como la política, los coches, etc... Yahoo! empezó siendo una recopilación manual de enlaces; y hasta convertirse en buscador, fue uno de los principales directorios de los 90. El usuario mostraba una motivación, buscaba personalmente la categoría que mejor respondía a esta y en ella encontraba las direcciones web de páginas que abordaban ese tema concreto. El crecimiento exponencial de la web y el desarrollo informático exigieron otra respuesta a la hora de detectar, organizar y presentar la información existente en la red. (p. 4)

Posiblemente, el lenguaje SEO une mucho más que solamente un texto. Es también el posicionamiento en la red. Se trata de que es el enigma más investigado en la historia del internet. Se habla que ni los propios periodistas o especialistas en marketing saben el funcionamiento del todo de *Google* y de cómo se emplea exitosamente. Las empresas periodísticas son celosas de este tipo de información y cuidan del producto inclusive siendo parte de la casa.

Por lo pronto, lo que sí existe es que son miles de estudios de ingeniería que han averiguado los secretos del posicionamiento de los buscadores. El algoritmo que utiliza *Google* para que la página web aparezca entre las primeras recibe el nombre de "*PageRank*". Este término da una puntuación de 0 a 10 a los portales webs en función a su jerarquía. El número 10 vendría ser la más relevante y el 0 la menos importante. Esta puntuación la otorga y actualiza periódicamente el buscador para lograr una mejor sinergia con las plataformas digitales.

Para Tarodo Just (2014) el posicionamiento a través del lenguaje SEO se logra con los siguientes patrones:

- Cuantos más enlaces recibamos, tendremos más PageRank.
- Si las páginas que nos enlazan tienen pocos enlaces salientes, nos pasan más cantidad de su PageRank.
- Un enlace de una página relevante, con pocos enlaces salientes, vale más que muchos enlaces en páginas poco importantes o con muchos enlaces salientes. En el ejemplo anterior, el 78% del pagerank proviene de un sólo enlace de una web con pagerank 5 y 5 enlaces salientes. Y el resto de 2 enlaces, que aportan muy poco en comparación con el PageRank que pasa el otro enlace.
- En conclusión, para el PageRank importan los links de calidad, no la cantidad de links. (p. 5)

Pero lo más importante no solamente es el posicionamiento en el buscador ni las características principales. Una de las acciones para hacer efectivo el lenguaje SEO en *Google* de nuestros contenidos son las que señala el equipo de especialistas de SoloMarketing (2017):

- *Google Keyword Tool*: Nos permite conocer el volumen de búsquedas de unas determinadas palabras clave. Además, nos sugiere nuevas expresiones que pueden estar relacionadas con nuestra consulta. El dato que nos da muestra el promedio mensual aproximado de búsquedas de las palabras clave en el año anterior.
- *Google Trends for Searches*: Nos muestra la evolución de una frase o término a lo largo del tiempo. De esa manera podemos conocer las tendencias de una expresión y la estacionalidad. Además, podemos compararlas con otras expresiones. Actualmente esta herramienta está integrada con Google Insights.
- *Google Insights*: Mide también las tendencias de un término pero permite acotar el tiempo y el ámbito geográfico para el que nos interesa conocer las tendencias. Es por tanto una herramienta más precisa que Google Trends, aunque ahora, como decíamos, ambas herramientas están integradas en una.
- *Google Webmaster Tools*: Si ya tenemos una web y queremos confirmar que las palabras clave son las adecuadas, esta herramienta nos permite ver de qué términos nos llegan más visitas, cuáles tienen más impresiones, el ratio de conversión y la media de la posición que ocupamos en el buscador para cada uno de ellos. Es una herramienta imprescindible para repensar nuestra estrategia a posteriori.
- *Google Analytics*. Al igual que la herramienta anterior, Google Analytics nos permite comprobar si la elección de palabras clave es la más adecuada o no, ya que nos va a medir el número de visitas. A la vez, nos da una serie de datos como el porcentaje de rebote o conversión por palabra clave, que nos ayudarán a valorar la usabilidad web y la calidad de nuestro contenido. (p. 10)

Sin dudas, esta técnica ha sido utilizada en muchas ocasiones por parte de las empresas periodísticas peruanas. Las personas encargadas de capacitar a los profesionales han focalizado sus conceptos en las guías estructuradas para cumplir cada letra de lo que dicen y así garantizar un logro asegurado.

Pero estamos convencidos que muchas veces a los periodistas tradicionales se les hace complejo redactar este tipo de noticia. A lo que reafirmamos que las empresas comunicacionales buscan a personas de corta edad que por cuestiones de la profesión hacen que su mano de obra sea económica.

Sin embargo, el periodismo digital lleva unos años en nuestra sociedad. Grupos periodísticos como *El Comercio* o *La República* han alcanzado que sus dominios se ubiquen por encima de otras páginas también representativas. Pues, el lenguaje SEO y el posicionamiento a través de la marca y las palabras claves, han logrado aparecer en las primeras listas.

Una tarea compleja donde la historia y la trayectoria terminaran pesando. Tarodo Just (2014) expresó que la antigüedad es importante. "¿Cuál es la edad de los dominios con los que compito? Cuanto más antiguo sea un dominio, mayor reconocimiento tendrá por parte de los motores de búsqueda y más fácil será que sea admitida cualquier URL". (p.18)

La trayectoria influye y es determinante. Pero los medios que no tienen mayor reconocimiento, han logrado darle un valor agregado a sus contenidos. Por ejemplo, la relevancia a las palabras claves y la indexación de recursos multimedia (*Youtube*, videos descargados, publicaciones de *Facebook*, etc.), Este valor suma en una parte y ha hecho que páginas web logren un posicionamiento nunca antes visto. Sobre todo, si los temas en cuestión son de real importancia para el lector nominal.

Y a partir de ello, nace lo que es el lenguaje multimedia dentro de las plataformas webs. Lo que un periodista no podía hacer en el impreso, lo logró en este asombroso campo digital.

2.2.3.2 Multimedia

Los portales informativos en la red dedicados al rubro de los espectáculos han sido muy innovadores y elaborados para llamar la atención del lector. La utilización de diversas imágenes y videos, entrelazados entre sí, han logrado que se genere una gran cantidad de vistas en sus plataformas. La "multimedialidad" se entiende en el contexto de la prensa digital como "la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada" (Abadal; Guallar, 2010, p. 42).

Y es así, esa es la premisa principal. Siendo de esta manera que lo multimedia distingue y singulariza a los diarios en internet de los medios impresos. Esta ha sido una de las claves de la evolución de los periódicos digitales para superar el modelo tradicional de publicación de contenidos y además, se dieron el lujo de incorporar un patrón propio que en la actualidad tiene una presencia destacada de lo multimedia (Guallar, J; Rovira, C; Ruiz, S, 2010, p. 621).

Teniendo en cuenta que esta nueva tendencia de darle prioridad a lo audiovisual por encima del texto, ha hecho que los diarios más avanzados de la década del 2000, tuvieran una

incorporación lenta y no tan efectiva. En primer lugar, se hicieron eco de la utilización de la fotografía, después aparecieron los gráficos que fueron tomados en cuenta por los medios más destacados y en el año 2007, se da la gran atención de las notas con la producción de videos (Guallar, 2009). Sin embargo, lo multimedia para las personas que han nacido en esta época, es determinante. Si un lector ingresa a una nota y no ve este tipo de componentes, simplemente se espanta y se retira. Es fundamental que un contenido web presente cuatro párrafos como mínimo, un titular llamativo, que genere la atención del lector y material adicional al final de la nota para que el usuario continúe en la página el mayor tiempo posible. En cuanto a las galerías fotográficas, los medios sienten que son funcionales porque cada clic significaría una página vista más en la red. Estrategias basadas en los recursos digitales.

La fotografía es el que tiene mayor presencia: hay catorce veces más fotografías que vídeos y veinte veces más que gráficos. A pesar de la fuerte irrupción en los últimos años del vídeo en la prensa digital, la fotografía continúa siendo el contenido multimedia predominante y de momento con mucha diferencia. Por su parte el audio está presente en pocos diarios y cuando es así, se trata de ficheros que provienen de webs de radios pertenecientes a grupos empresariales periodísticos multimedia. (Guallar, 2010, p. 623)

Por otro lado, lo "multimedia" ha hecho que las empresas de comunicaciones busquen la excelencia y compren equipos de alta tecnología para desarrollar los contenidos. Además, de hacer contratos exclusivos con agencias dedicadas a estar en los eventos más importantes en el mundo para que les proporcionen videos y fotografías en alta calidad.

Las empresas presentes en el mercado de la comunicación, que basan su negocio en la comercialización de información –entendida en un sentido amplio, para la transmisión de saberes y conocimientos, pero igualmente para el ocio y el entretenimiento– deben aprovechar cuantas posibilidades ofrecen las TIC para mejorar su contenido, reducir los costes de producción, ampliar el mercado potencial o incrementar los ingresos finales. (Vivar; Vinader, 2011, p. 115)

El desarrollo de la Sociedad de la Información ha logrado que el periodista coloque en práctica los principios básicos de la red, cumpliendo de esta manera las necesidades de las empresas de comunicación. Además, de tener a usuarios calificados para consumir y disfrutar de este tipo de publicaciones que son el común denominador de la industria digital (Yezers'ka, 2008). Pero esto no queda aquí. Es de vital importancia en el manual de estilo de los periodistas utilizar al menos tres fotografías en sus notas web y la inclusión de un video o un link que permita que el usuario continúe en la plataforma.

Sin embargo, estos manuales que siguen los periodistas hacen que los propios medios mejoren en su modelo de negocio y les permita a ellos exigir mejoras económicas. La utilización correctamente de las herramientas digitales en lo multimedia y los recursos para establecerlos dentro del plano informativo, son de mucha utilidad en el posicionamiento SEO y también en la cantidad de visitas del usuario.

Finalmente, la formación de los contenidos informativos con recursos multimedia, han hecho que los periodistas se diferencien claramente de aquellos que laboran en medios tradicionales. Carlos Oliva (2014) afirma que:

Están los periodistas de medios tradicionales que tuvieron que asumir funciones que antes –cuando participaban exclusivamente en una parte pequeña, aunque esencial, del proceso informativo– podían prescindir. Si anteriormente su misión se reducía a buscar noticias y contar historias, ahora tienen que enfrentarse a la corrección y producción de textos, al diseño y diagramación, o a la documentación en bases de datos mediante redes telemáticas. (p. 113)

Lo que han logrado estos profesionales con los lectores es que se acerquen a la tecnología digital con los objetivos de aprovechar la potencialidad que otorga la red, agilizar las rutinas y acceder a mayores contenidos de información para que el usuario tenga básicamente un producto de mejor calidad (Oliva, 2014). Sin embargo, la conformación de la noticia toma tiempo y los periodistas tradicionales no han sabido adaptarse a esta nueva manera de informar. Incluso, algunos medios de comunicación han dejado de producir textos y solamente se han focalizado en el video o fotografías. Pues, en la presente era, lo multimedia puede valer muchísimo más que cinco a diez párrafos.

Con esta premisa terminamos confirmando que las personas tienden a priorizar los contenidos multimedia de los textuales. Veremos que sucede en los años posteriores, pero debemos de tomar en cuenta que lo audiovisual crecerá aún más allá de un video o una foto. Sin duda, la tecnología traerá más sorpresas.

2.2.3.3 Imagen de la marca

Los medios de comunicación son sus propias empresas y buscan generar una buena marca a través de sus productos. *Trome* y *Perú21* al ser del mismo grupo *El Comercio* se han adaptado a la nueva era generando contenidos propios pero innovadores para su público. Partiendo, desde la imagen que se creó con el material impreso.

El hecho de que se comenzara a marcar los productos con un sello de origen puede basarse en la idea de propiedad y de orgullo. Un productor estaba orgulloso del trabajo realizado y por eso quería que el mundo supiera que ese producto había salido de su taller, que lo había fabricado él. Era el primer paso hacia la concepción de la identidad de marca y su comunicación. Pero, además, esto lleva a la generación de la imagen de marca más primaria. La primera concepción que los consumidores van a tener de una marca concreta por el hecho de provenir de un taller u otro. (Imaz, C., 2015, p.5)

Y es de esta manera confirmamos como la marca de un medio de comunicación es tan importante para los beneficios propios. Además, de ir de la mano con su reputación. Por ello, son tan cuidadosos al momento de contratar su personal periodístico y el control riguroso de los temas a tratar. Es verdad, existe una libertad de prensa pero teniendo en cuenta que la marca y el medio están por encima del periodista o trabajador.

Por ello, la imagen es más que una forma de negocio, es aquello que se centra en los clientes. Por lo tanto, es la administración de las relaciones que se pueden dar con el individuo. Desde hace unas décadas, Kotler y Armstrong (2012) ya lo habían manifestado.

Las compañías exitosas de hoy tienen algo en común: al igual que Patrimonio. Hoy, están muy enfocadas en el cliente y muy comprometidas. Estas compañías comparten una pasión por entender y satisfacer las necesidades del cliente en mercados meta bien definidos. Motivan a todos en la organización a ayudar a construir relaciones duraderas con el cliente creando valor. (p. 4)

Los clientes, en la actualidad, son mucho más escépticos y cuidadosos al momento de elegir un producto. Según Kotler (2010), en el mundo, las personas son atraídas por la innovación y la creatividad de las compañías. Por lo tanto, las personas están sometidas a una variedad de productos que buscan impactar sus retinas. Solo algunas consiguen lo deseado. Lo mismo ocurre en Perú, en cada esquina tenemos avisos publicitarios que nos llevan a una plataforma web, a una app o algún lugar determinado. Si una marca no tiene una estrategia de marketing, lamentablemente, no es nada.

Los medios de comunicación han tenido una labor complicada al realizar su planeación estratégica, ya que estamos hablando de la adecuación del hombre a una nueva era. Muchas de las personas ya no compran periódicos y buscan la información a través del aparato tecnológico. Para ello, las empresas digitales deben ofrecer un producto distinto a los demás. Kotler y Armstrong (2012) explican el proceso de las empresas en estos días.

Las compañías suelen elaborar planes anuales, de largo alcance y estratégicos. Los planes anuales y de largo alcance conciernen a los negocios

actuales de la compañía y a la forma de tenerlos en marcha. En cambio, el plan estratégico implica adaptar la empresa para obtener ventajas de las oportunidades que haya en su entorno cambiante. (p. 38)

Muchas veces, las estrategias planteadas por los medios de comunicación no han sido efectivas y se han ido a la ruina. Por lo tanto, han tenido que gastar millones de soles en empresas de marketing para iniciar nuevamente el proceso. Con el pasar de los años, Kotler (2010) constituyó diez mandamientos básicos que ninguna marca debe dejarla pasar.

- Ama a tus consumidores y respeta a tus competidores.
 - Sé sensible al cambio, prepárate para la transformación.
 - Protege tu marca, sé claro acerca de quién eres.
 - Los consumidores son diversos, dirígete primero a aquellos que se pueden beneficiar más de ti.
 - Ofrece siempre un buen producto a un precio justo.
 - Sé accesible siempre y ofrece noticias de calidad.
 - Consigue a tus clientes, mantenlos y hazlos crecer.
 - No importa de qué sea tu negocio, siempre será un negocio de servicio.
 - Diferénciate siempre en términos de calidad, costo y tiempo de entrega.
 - Archiva información relevante y usa tu sabiduría al tomar una decisión.
- (p.197)

Durante este proceso de conocimiento y elaboración de estrategias anuales, han permitido a los medios "vender" una imagen sumamente positiva al ojo del lector. Sin duda, el siguiente paso será optimizarlo.

2.2.3.4 Optimización de la marca

Los medios de comunicación con la utilización de sus recursos y la injerencia de lo multimedia, han hecho que su marca se consolide en el mercado. Obviamente, teniendo en cuenta la credibilidad y rigurosidad periodística que por años lograron con sus productos en la prensa escrita. Porque si no se dio el proceso de esta manera, la marca tendrá que utilizar una serie de estrategias de marketing para posicionarse en la web.

Los elementos que tiene la web con los medios consiste en el hecho de que éstos, no solamente necesitan hacer el mejor periodismo posible (esta parte, de hecho, es indispensable) sino que también necesitan optimizar su visibilidad en los buscadores y en las redes sociales, precisamente, como parte de su misión, e incluso, de su compromiso de calidad con los ciudadanos. (Codina, L; Penela, C.; Pedraza-Jiménez, R.; Rovira, C., 2017, p. 4)

Las empresas de comunicación han entendido que generar contenidos cada hora es fundamental para que la marca logre posicionarse y optimizarse adecuadamente. Es verdad también, que más allá de lo tradicional que puedan haber sido estos medios, la credibilidad

en la era digital es indispensable. Lo más importante dentro de la optimización es encontrar ese nicho de veracidad a través de su información publicada a diario.

Por otro lado, la generación de los contenidos multimedia ha sido determinante para que el mismo lector se dé cuenta del producto que consume. Pues el usuario al observar una noticia con una gran cantidad de recursos digitales, preferirá informarse a través de este medio. Dentro de una empresa, existe un equipo que busca la optimización día a día, dentro del marco del marketing y la producción periodística.

La Internet es considerada un medio de comunicación que ya perfila a las sociedades del presente siglo. Es tal su importancia que, según el magnate de la informática Bill Gates, con la revolución de las comunicaciones asociada a la red de redes, “estamos viendo algo histórico que afectará al mundo como un terremoto, sacudiéndonos en la misma forma que lo hicieron el descubrimiento del método científico, la invención de la imprenta, y la llegada de la edad industrial”. Es decir: su impacto acumulado se advierte hoy en la ciencia, las comunicaciones y la economía política, así como en la educación y el entretenimiento. Y por supuesto, todos esos linderos se vinculan directa o indirectamente a la comunicación social en su conjunto y por añadidura al quehacer del periodismo. (Martínez, 2012, p. 45)

Por ello, es determinante que los medios de comunicación logren esa sinergia con su público objetivo y generen un buen producto a través de las herramientas o recursos que uno propone. Está claro que los medios no solo buscan mostrar un texto, una imagen y un video. Va más allá de eso y además, dentro del ejercicio periodístico es una tarea no tan fácil de lograr.

A lo largo de toda la historia, los implementos técnicos han hecho que los formatos y estructuras de los contenidos se optimicen. De aquel entonces, nace la formación exitosa de hechos noticiosos que otorgan jerarquía y permiten la aparición de nuevos géneros (Martínez, 2012).

Por eso, no nos extrañemos cuando encontremos medios de comunicación que se rigen muy al pie de la letra. Martínez (2012) afirma que la innovación llevará a las páginas webs a obtener valiosos resultados. Pero antes de eso, se debe tener en cuenta la "capacidad para enviar sus contenidos al mundo, ofrecer una lectura de información escrita, gráfica y audiovisual, actualizar sus contenidos al minuto, interactuar para ampliar sus vínculos y contactos y disponer de servicios informativos a la carta" (p. 46).

2.2.4 Las exigencias del medio y el poder de las redes sociales

2.2.4.1 Convergencia de la multiplataforma

Los medios de comunicación experimentaron diversos cambios a lo largo del tiempo. Sin duda, el paso del papel a lo digital significó un quiebre determinante para el desarrollo de los contenidos diarios. Se empezó a experimentar y se buscó ganar audiencia aprendiendo de los medios denominados "grandes". Por ejemplo, encontraron en este periodo de convergencia un periodismo de calidad y dispuesto a ofrecer a los usuarios un producto único. El modelo apuntó claramente a los anunciantes, el eje principal de los medios se dirigió a sus clientes más fieles y por ello, se compraron equipos necesarios y útiles para esta nueva era.

Esta convergencia planteó a los medios de comunicación una forma distinta de llegar a los usuarios. Una manera de simplificar las tareas y crear contenidos de calidad. Obviamente, dirigido a los lectores de siempre y siendo claros con los objetivos próximos. Creemos que, los usuarios tradicionales, han entendido que este periodo de cambio es necesario y no les queda otra que adaptarse.

Los medios antiguos, tales como los libros, los papiros, las tabletas de arcilla y otras formas de la escritura, eran de alguna forma artesanales. Es con el desarrollo de la Imprenta de Tipos Móviles de Guttemberg que, podría afirmarse, se inicia el proceso de masificación y sistematización de los medios de comunicación, pues fue la primera vez que el hombre inicio la producción masiva de los libros, existentes ya desde los papiros y los rollos antiguos. Del invento de la imprenta al surgimiento de la prensa, solo fue necesario que surgiera la necesidad de contar la vida cotidiana, y ahí tenemos el primer medio masivo de comunicación moderno. (Velásquez, 2013, p.120)

De esta manera, los medios tradicionales pasaron al desarrollo de la industria y se inició un proceso de recambio. Sin embargo, la tardía reacción de los medios peruanos hizo que el diario estadounidense New York Times saque una diferencia de casi 20 años.

La convergencia es un encuentro o cruce de líneas en un punto en común. Es decir, un fenómeno cultural, simbólico, antropológico y social. Por ende, debemos entender que esta transformación ha impactado claramente en los medios para ofrecer un producto de calidad a sus usuarios. Por ejemplo, buscaron la información de manera distinta, innovadora, estableciendo cruces y conexiones que proporcionaban una interacción en la esfera pública.

La convergencia es una realidad porque la voluntad de la gente así lo determina, no porque los aparatos vengan dotados de botones y funciones técnicas que permitan la conexión entre ellos. La convergencia es antes que

todo un fenómeno cultural y social, que tiene su origen primero al interior de las personas y a partir de allí, en el uso de los objetos para entablar relaciones con los demás. (Velásquez, 2013, p. 121)

El periodo de transformación ha sido duro por el fácil acceso que han tenido las personas a un equipo de computación o celular. La amplificación de la tecnología permitió a los usuarios llegar a la información de una manera rápida y sencilla. No es necesario prender un equipo de cómputo para informarse. En la actualidad, simplemente con un celular se puede acceder al contenido en cuestión de segundos.

Las grandes empresas, con la evolución de la tecnología, hicieron que se avance en la calidad de contenido y conformación del equipo de trabajo. A partir de este proceso, el resultado final refleja los aspectos culturales, sociales, usos y costumbres de la audiencia (Velásquez, 2013).

Sin embargo, otro de los problemas que lidian las empresas que buscan la convergencia, es los gustos o estilos del lector. Este es un punto crítico y sumamente preocupante por las formas en las que se plasman los contenidos. Es decir, noticias que reflejen el interés de la sociedad. Muchas veces, la espectacularidad termina confundiendo al lector. Uno de estos, son los sentimientos que pueda generar en el público objetivo lo que el medio publica o elabora. Esa es la encrucijada. El redactor o periodista conoce a su cliente, por ello se observa la banalización en el planteamiento de la noticia.

A lo largo de la historia, los términos como "espectáculo" o "cultura" han estado relacionados entre sí. El objetivo definitivo es hacer material que le guste al lector. Este tipo de contenidos, referidos al cine, música o arte fueron agrupados bajo un solo concepto: el espectáculo. Y esto también es parte del periodismo. Por ende, es uno de los pilares fundamentales en la actualidad de las redacciones. La convergencia basada en la unión y la congregación de estilos apuntando a las necesidades del cliente.

Ante la aparición de las nuevas herramientas en el periodismo, se consideró que los nuevos medios de comunicación buscaron distinguir la información periodística del entretenimiento. Sin embargo, se dieron cuenta que segmentar este tipo de noticias no era lo adecuado. Pues el espectáculo, es parte también del periodismo y se puede hacer de manera responsable. Aun cuando esta distinción o separación, dependía de las ventajas económicas que podía darle a un medio escrito.

Como consecuencia de la convergencia tecnológica, se han producido múltiples formas de convergencia de contenido. Una de ellas se basa en la conexión entre web de noticias, emisiones en directo, periódicos y plataformas de redes sociales. De este modo, las redes sociales promueven contenidos multimedia procedentes de aplicaciones de noticias, y continúan incluyendo los comentarios y discusiones propuestos por los usuarios. (Drulă, 2015, p. 133)

Entendamos que en este proceso se tiene que definir como una confluencia de tecnologías, un sistema y un periodo de cambio a largo plazo. En esta línea, suponemos que la convergencia depende de la red y el contenido mismo que se forma. Por ejemplo, desde una perspectiva periodística, las industrias culturales contemporáneas son las que más dominan en la actualidad. Una de ellas, es la espectacularidad.

2.2.4.2 La formación del contenido basado en prácticas periodísticas

Los medios de comunicación peruanos todavía se encuentran lejos de ser estar en el primer mundo. Por ello, párrafos anteriores explicábamos que la optimización debe ser un requerimiento obligatorio. Sin duda, algunos todavía sienten que les queda un paso más a completar. Hablando desde que cualquier nota podría hacerse con un video elaborado sin la necesidad de tener un texto. Y allí, nos encontramos con la disyuntiva de abandonar algunas prácticas periodísticas tradicionales.

Hay tres palabras fundamentales para entender el éxito de las nuevas técnicas: autonomía, dominio y velocidad. Todos podemos actuar sin intermediarios, cuando queramos, sin filtro ni jerarquía y, además, en tiempo real. Yo no espero, actúo y el resultado es inmediato. Esto nos da un sentimiento de libertad absoluta, incluso de poder, como proclama claramente la expresión “navegar por la Red”. Este tiempo real que equilibra las escalas habituales del tiempo y de la comunicación es probablemente decisivo como factor de seducción. (Wolton, 2000, p. 7)

Teniendo esto, la red nos permite que busquemos mayores habilidades en la conformación de la noticia, posicionamiento SEO y la práctica periodística dentro de la publicación propia del contenido. Una de las partes determinantes de nuestra brecha digital, es que solamente los medios se quedan con un video o una imagen. Y no es así. Solamente algún medio tradicional como El Comercio se animó a utilizar una infografía o mapas interactivos.

La presencia de las herramientas digitales requiere una gran influencia dentro de las capacitaciones. Y sabemos que los medios de comunicación buscan tener personas con capacidades que se exigen en el primer mundo (Ricoy, C. et al, 2010).

El empleo de las herramientas digitales requiere según los participantes también del desarrollo de la capacidad cognitiva, de comprensión simbólica, analítica, evaluativa, reflexiva, orientada a la acción crítica, creatividad, búsqueda, selección y organización de la información, de síntesis, planificación de la actividad, iniciativa propia, resolución de problemas, autonomía personal y curiosidad, así como psicomotrices. (Ricoy, C. et al, 2010, p. 212/213)

Incluso, esto no es nuevo. La brecha con respecto a lo que señalan los autores de países del primer mundo, está todavía definida por la autonomía, el dominio y la velocidad (Wolton, 2000). Siendo de tal forma, un carácter determinante a la hora de la generación de contenidos. Debemos de saber también que nuestro internet ha crecido a pasos agigantados. Por ello en el desarrollo del marco teórico, nos hemos basado en las formas en que los medios peruanos han logrado capacitarse y plantear nuevos modelos de comunicación para estar a la altura.

Por ende, con la comparación de los puntos positivos con los negativos, entendemos que internet es un espacio donde lo encontraremos de todo. Estará en nosotros definir lo que queramos consumir a diario.

El nuevo contexto social exige importantes transformaciones en los conocimientos y habilidades tecnológicas de los ciudadanos en el ámbito profesional y para la formación de los usuarios en general. De hecho, Coughlin (1999) sostiene la inclusión de conocimientos básicos sobre el uso de las tecnologías como competencias fundamentales a desarrollar por la ciudadanía a través de la educación permanente. (Ricoy, C. et al, 2010, p.213)

2.2.4.3 Las redes sociales y el manejo de las noticias

Las redes y los usuarios revolucionaron el mundo en estos últimos veinte años. La aparición en el mercado de medios de interacción ha hecho que el espacio privado termine reduciéndose considerablemente. A partir de esto, la vulneración de la vida íntima de las personas se ha hecho costumbre en una sociedad que tiene todo al alcance de la mano.

El hecho de que estemos conectados tiene consecuencias radicales para nuestra concepción del ser humano. Las redes sociales tienen valor precisamente porque nos pueden ayudar a conseguir lo que no seríamos capaces de conseguir nosotros mismos. Pero el internet no siempre es positivo. La depresión, la obesidad, las enfermedades de transmisión sexual, el pánico financiero, la violencia e incluso el suicidio también se difunden. Porque resulta que las redes tienden a magnificar los frutos de todo lo que planteamos en ellas. (Christakis, 2010, p. 46)

El internet ha revolucionado de manera notable la vida de las personas. No obstante, como todo mundo tiene sus "pro" y "contras". Eso es lo que trata de evidenciar nuestro autor. El

usuario muchas veces estando frente a la computadora puede ejercer maniobras maliciosas contra la plataforma virtual. Desde comentarios malintencionados hasta los "trolls" contratados para hacer *ciberbullying* en la web. Las plataformas virtuales, muchas veces, bloquean el área de comentarios para evitar herir susceptibilidades o situaciones engañosas. Internet, en su amplio mundo, es la realidad en la que vivimos. Puedes encontrar de todo y para todo.

Es por ello que muchas empresas periodísticas se esmeran en mantener todo bajo control para poder realizar sus contenidos diarios. Las noticias que se publican deben ser manejadas con mucha responsabilidad porque el lector puede tergiversar o cambiar el sentido del enfoque para su beneficio de manera errónea.

Si queremos comprender el funcionamiento de la sociedad, necesitamos llenar los vínculos perdidos entre los individuos. Necesitamos comprender de qué forma las interconexiones y las interacciones entre las personas dan pie a aspectos totalmente nuevos de la experiencia humana que no están presentes en el individuo. Si no comprendemos las redes, no existe ninguna esperanza de que comprendamos completamente cómo somos y cómo es el mundo que habitamos (Christakis, 2010, p. 46)

Debemos marcar claramente que Internet debe ser comprendido como tal y no tergiversar su mensaje. Si un ser humano quiere manejarlo de la manera adecuada, se verá sumamente beneficiado. Si no lo hace, entrará en un mundo turbio e inequívoco.

Por otra parte, las plataformas digitales nos permiten descubrir sentimientos de acuerdo a los contenidos. Internet hace que en nuestro cuerpo se genere: felicidad, alegría, indignación, odio, satisfacción, entre otras. Sabemos que un contenido favorable o en contra va generar repercusión. Los medios de comunicación son muy influyentes y producen controversias. Ese es el objetivo aunque muchos no quieran reconocerlo.

Nuestras conexiones afectan a muchos aspectos de nuestra vida cotidiana. Acontecimientos tan excepcionales como un asesinato o la donación de órganos no son más que la punta del iceberg. (...) Las redes sociales difunden felicidad, generosidad y amor. Siempre están ahí, ejerciendo una influencia sutil y al mismo tiempo determinante en nuestras elecciones, acciones, pensamientos y sentimientos. Y también en nuestros deseos. (Christakis, 2010, p. 21)

Los medios tienen que tener en cuenta que los contenidos difundidos a diario son el fiel reflejo de lo que sucede en nuestra sociedad. Los artistas, la farándula y los programas de televisión más exitosa en cuanto al rating van a tener mayor repercusión. Eso es lo obvio. A

partir de estos conceptos, el autor trata de mostrar la verdadera genética cultural en la que vivimos. Y por ende, la repercusión que tienen las redes sociales de estos personajes idealizados.

Las personas se comunican, se enteran, enamoran y se pelean a través del internet y nos damos cuenta del efecto que causan en nosotros. Más allá de la red, el autor gira su teoría alrededor de las conexiones que podemos establecer con usuarios que no conocemos.

Por ejemplo, el poder de la red social es utilizado para que las personas emitan sus comentarios acorde a una noticia. Aquí, las personas pueden estar de acuerdo o no, con lo que se haya publicado y eso genera debate. Por eso, es una buena oportunidad para los medios de producir una discusión y establecer un vínculo entre personas que no se van a ver nunca en su vida.

La sociabilidad humana y las redes sociales tienen antiguas raíces genéticas. Los simios forman vínculos, cazan en grupo, mantienen lazos sociales duraderos y de ellos obtienen ventajas en términos de esperanza de vida y reproducción. Pero en los humanos estas características se llevan a otro nivel distinto. La tendencia de formar uniones sociales más allá de la mera reproducción está biológicamente codificada en los seres humanos: buscamos amigos, no simples parejas para la reproducción. (Christakis, 2010, p. 243)

La sociedad se empezó a conectar mucho más con internet. Se relacionó, formó e interactuó conforme avanzó el tiempo. Y muchas veces, estas relaciones suelen ser positivas o negativas. Uno también debe tener cuidado el tipo de conversaciones que inicia en la red social. Los especialistas aconsejan identificar a la otra persona para no generar el aprovechamiento del otro.

Nuestras interacciones, apoyadas y promovidas por nuevas tecnologías, pero que existen incluso en su ausencia, crean nuevos fenómenos sociales que trascienden la experiencia individual enriquecedora y agrandándola, y esto tiene importantes repercusiones en el bien colectivo. Las redes pueden ayudar a que el conjunto de la humanidad sea muy superior a la suma de sus partes, y a la invención de nuevas formas de conectar promete fortalecer nuestro poder para lograr aquello que la naturaleza nos tiene destinado. (Christakis, 2010, p. 294)

La información llega muy fácil y uno se entera absolutamente de todo. Internet es un lugar abierto a las opiniones de toda persona. Aquí tenemos un público dedicado a confrontar y defender sus ideas. No obstante, las redes generan esa interacción y nos permiten darnos cuenta de los efectos que se producen a través de las tecnologías. Hechos que hace unos años eran impensados para cualquier individuo.

Además, las redes sociales hicieron que los lectores reduzcan el tema de su escritura y aparte adopten la abreviatura de las palabras. Este método fue sin duda en el proceso de formación de los jóvenes periodistas. Un punto negativo en la formación de contenidos.

La lectura del periodismo que reivindica sus raíces democráticas, su valor central como nutriente de la opinión pública informada. Otras modalidades narrativas, otras expresiones mediáticas, dejan de ser periodismo cuando pierden su identidad fundacional y su condición crítica de contrapoder. Son soluciones intervenidas, contaminadas. Simulaciones que, al desprenderse de la matriz ética, desdibujan su identidad. (Díaz Nosty, 2016, p. 16)

Una situación que complica a los mismos manuales de estilos periodísticos que piden una escritura rápida para la cantidad de notas publicadas. Los medios buscan nuevas formas de agradar a las personas y algunas sobrepasan estos límites.

Está claro que la banalización del contenido de los medios incide en las libertades individuales y debilita la respuesta ciudadana, es decir, su capacidad propositiva (Díaz Nosty, 2016, p. 14). Y ante esta falta de respuesta, simplemente surgen los cometarios agresivos y violentos sin un espacio adecuado de argumentación.

El empobrecimiento del lenguaje ha hecho que no sea una práctica efectiva de la interactividad a través de la red. La civilización del espectáculo vista como show redujo las prácticas tradicionales para dar paso a un campo abierto a recibir elementos positivos como negativos sin tener un control total. Mucho que mejorar a pesar de los grandes avances tecnológicos.

Los individuos se niegan a entender que la red nos hace bien y nos facilita en cierta forma la vida. Llegaron para quedarse junto a nosotros. Obviamente, usándolas de manera asertiva y correcta (Recio, M; Sánchez, J; Olivera, M, 2017). Incluso, antes de la aparición de las redes sociales, los medios de comunicación lograron crear contenidos a través del Internet y permitieron que la noticia no se pierda (Recio, M et al, 2017). Sin embargo, es mucho más enriquecedor la forma de interactuar el uno con el otro.

Lo que hacían los medios, la forma en que construían la información y los métodos empleados para hacer una sociedad más democrática, justa y participativa era una prerrogativa de los periódicos impresos, primero y, luego, de la televisión. El siglo XX, sobre todo después de la segunda Guerra Mundial, se edifica en base a la sociedad que descubre la televisión. Un mundo irreal que invita a los ciudadanos a que lo tomen como real. Es una mentira rodeada de verdad que crea mundos paralelos y que los ciudadanos están dispuestos a validar. Y el cine vino a refrendar esas teorías, añadiendo

una gran parte de glamour que llevaba a los espectadores, por un par de horas y unos cuantos dólares al paraíso, del que luego eran expulsados a su propia realidad. (Recio, M et al, 2017, p. 14)

Sin duda, lo que tratamos de reflejar aquí es que muchas veces las redes sociales no es nuestra realidad misma, pero es una plataforma de interacción única y que permite observar distintos puntos de vista. Y los medios de comunicación no han entendido hasta en estos días lo cuidadoso que debe ser el manejo de este tipo de información.

No nos dejemos engañar por contenidos condicionados o noticias que buscan desinformar. Mucho peor, publicaciones que no son confirmadas por la práctica periodística pero aun así son emitidas sin tener en cuenta lo peligroso que puede ser para la reputación de las personas en cuestión.

2.2.5 El lenguaje despiadado en la esfera pública

2.2.5.1 Sarcasmo y la burla despiadada

Para iniciar a explicar cómo los medios de comunicación emplean la burla y el sarcasmo en sus contenidos, es preciso tener en cuenta, principalmente, que para ello debe existir una violación al modelo de lenguaje. El filósofo británico Paul Grice (1975) estableció el concepto del Principio de la Cooperación en cuatro máximas: cantidad, calidad, manera y relevancia. Con respecto a la cantidad, es que se requiere que la información sea la necesaria y precisa. En este caso, podríamos considerar como una máxima de "cantidad", a las preguntas que piden un intercambio de información. Por ejemplo, si me interrogan sobre mi lugar de nacimiento, debería aclarar específicamente dónde fue, ya que la persona está esperando una respuesta para entablar una conversación. Segundo, la máxima de "calidad", es aquella que comunica información verídica y evidente. Es decir, no asegurar algo que crees que es falso o afirmar sin tener pruebas contundentes.

Tercero, la "distinción de manera" consta de evitar ambigüedad y desinformación. Ser claro, evitar obviedades y ser coherente en sus palabras. Mientras que, "la relevancia" plantea un cambio de conversación sin sentido. Por ejemplo, si dos personas están conversando sobre la historia del Perú, deberían ir por una línea narrativa de los hechos. Se estaría violando la máxima de relevancia, cuando se empiezan a preguntar sobre otro tipo de historia a la peruana.

Por ello, posteriormente a estas máximas del lenguaje de Grice (1975) surgió la "teoría de la relevancia". En este proceso lo fundamental es el uso ecoico de la lengua y no la violación

de las cuatro máximas (cantidad, calidad, relevancia y manera) de la conversación expuestas por Grice. Muchos medios no se han adecuado a estas teorías planteadas y han vulnerado el sentido del lenguaje utilizando otros métodos que son funcionales pero generan un daño circunstancial.

Un claro ejemplo, es el lenguaje sarcástico que ha sido empleado por los medios de comunicación del espectáculo. Con un titular llamativo, simplemente el poder de la lengua, hará que el usuario se interese en una escala mayor por el contenido. Para lograr identificar que una persona está ejerciendo un lenguaje sarcástico o irónico de manera presencial, debemos tener en cuenta: el tono, la pronunciación, la sonrisa o el gesto.

Está claro que es el reflejo de nuestra sociedad. No hay necesidad de analizar detenidamente para darse cuenta que una persona emplea un lenguaje despiadado compuesto por sarcasmo, burla o una sutil ironía. Dentro los varios significados que pueden surgir en torno a una persona sarcástica, su único objetivo o fin es maltratar.

Ironía y sarcasmo son dos términos bastante semejantes cuya diferencia no es siempre muy clara. La ironía constituye un concepto más amplio que el sarcasmo, ya que una situación puede ser irónica, hay ironía del destino etc. El sarcasmo existe solamente al nivel verbal, es decir, una situación no puede ser sarcástica pero lo que se dice en una situación puede ser sarcástico. (Hamalainen, 2016, p.4)

Sin embargo, lo más complejo de descifrar es si está ejecutando un mensaje con sarcasmo en un contenido. Este requiere en cierta medida a una persona para lograr su objetivo. También, puede ser entorno a un tema coyuntural pero lo importante es que busca perjudicar al otro.

Además, para que el emisor emplee un sarcasmo sobre otra, no debe interpretarse de una manera literaria. A veces, basta con el tono para darse cuenta. La forma en que se emplea el lenguaje es determinante para su interpretación. En innumerables ocasiones, se puede ser neutral en un comentario pero la intencionalidad es negativa para atacar o dañar a la otra persona (Hamalainen, 2016).

Es sabido también, que los modelos de comunicación defienden la comprensión de este lenguaje inusual dependiendo de un contexto simple y claro. Los efectos negativos que puede tener un discurso sobre un adversario desencadenan un significado encubierto con el fin de conseguir un doble valor crítico. El objetivo es provocar, encontrar un cruce verbal, generar violencia y finalmente, ridiculizar al oponente. Estos fines suponen un gran impacto

comunicativo. El sarcasmo busca claramente atentar contra la imagen del receptor. Es el punto máximo para provocar una inestabilidad emocional en el adversario con el fin de dañar al otro.

No obstante, puede ser con un sentido bromista o simplemente para molestar. Esa actitud, en cualquier sentido, busca generar controversia para ser reconocido. La situación de aquellos que emplean este lenguaje en los medios de comunicación es grave. La razón es que estas plataformas solamente están para informar y crean una opinión pública. No para valerse de este tipo de recursos.

Por ende, al emitir una burla dentro del sarcasmo o directamente un comentario para atacar y ridiculizar al personaje, hace que el subconsciente de la persona forme un estereotipo sobre el receptor del concepto.

Los medios de comunicación con alta popularidad buscan conseguir un efecto en el lector. Más allá de un lenguaje neutral en una noticia informativa, el efecto "hipnotizador" es la forma en que se plantea la burla o el sarcasmo. Claramente, la interpretación del receptor es determinante. Es decir, se busca una persuasión dialéctica en la persona mediante un lenguaje erróneo.

Los medios de comunicación, sobre todo la televisión, nos exponen continuamente a la violencia, tanto real (telediarios) como ficticia (película o series), y por eso son considerados como una de las principales causas que originan la violencia en la sociedad. (...) La repetida exposición a la violencia puede producir cierta habituación, con el riesgo de considerarla como algo normal, inevitable y de reducirse la empatía con las víctimas. Es importante promover en los niños la reflexión respecto a la violencia que nos rodea. (Martínez Verdú, 2007, p. 179)

Los efectos de la comunicación masiva han hecho que el proceso de emisión de contenidos se produzca a través de un circuito. Esto ha tenido dentro de sus componentes al emisor, receptor y en el medio el lenguaje. El intercambio de las palabras y las intenciones dentro del mensaje han convertido este tipo de comunicación en una estructura compleja de relaciones.

El objetivo de estas prácticas tiene un significado y mensajes en los signos que puedan emitir a través de las palabras. Es una operación de códigos dentro de un discurso simple y sencillo. Es fundamental, la producción del mensaje y la forma en la que se constituye el sentido noticioso. Son reglas básicas dentro de la escritura que pueda dar el emisor y decodificar el

receptor. Aunque no lo creamos, es un proceso complejo que viene marcado incluso desde hace unas décadas.

En un “determinado” momento la estructura emplea un código y produce un “mensaje”: en otro momento determinado el “mensaje”, vía sus decodificaciones, se emite en la estructura de las prácticas sociales. Ahora estamos plenamente advertidos de que esta re-entrada en las prácticas de la recepción y “uso” de la audiencia no puede ser entendida en los términos simples del conductismo. (Hall, S., 1996, p. 11)

Los típicos procesos de la investigación tienen sus efectos y usos que están elaboradas por estructuras de significados. Al mismo tiempo, deben estar producidas dentro de un contexto entendible por el emisor. De esta manera, se podrá darle al mensaje un poder sustancial en el inconsciente de la persona.

En este sentido, podemos decir que la burla genera un impacto en la audiencia. Puede ser, como se ha explicado, en cualquier ámbito. Desde el televisivo hasta la repetición que ocurre en los diferentes portales digitales. Las salas de redacción de los medios de comunicación de espectáculos generan contenido libre y sin regulación. Las formas no se han cuidado y el ataque hacia ciertas figuras de televisión puede ser perjudicial. La razón es clara y simple. Lo que ocurre en los medios, traspasa la pantalla y se evidencia en la vida diaria.

Por ello, las formas de violencia que se pueden mostrar en los medios de comunicación, terminan generando que las mismas personas despotriquen todos sus pensamientos negativos hacia las figuras públicas. Esto no es bueno y no nos suma como sociedad.

Cuando hablamos de escándalo o situaciones conflictivas, la mayoría de veces nos envuelve en algo negativo o destructivo pero esto forma parte de la naturaleza de los humanos. Podríamos decir que en los medios de comunicación, los conflictos son parte de la convivencia, pero que existen formas y maneras de enfrentarlo. Por eso, como sociedad, los medios deben ser cuidadosos en torno a la utilización de un sarcasmo sutil y que puede ser válido. Porque el negativo siempre irá de la mano con la burla despiadada.

2.2.6 Los personajes públicos y su relación con los medios

2.2.6.1 Machismo encubierto

Los medios de comunicación se han encargado de elaborar contenidos en base a su lenguaje y a las características de convivencia de nuestra sociedad. Una de ellas podría ser el machismo que se vive actualmente en la vida diaria pero que ha sido trasladada a los medios de manera encubierta.

En el ambiente periodístico la elaboración de contenidos digitales significa hacer uso del lenguaje creativo para atraer al lector. Esto es funcional al hecho noticioso y generará mayores recursos en cuanto a la relevancia de la misma. Por ello, se constituye una serie de simbologías para formar un discurso periodístico. Más allá de la inmediatez y necesidad de los medios de publicar sus contenidos ha surgido un mal hábito en el enfoque periodístico de los redactores. Por ejemplo, en el medio del espectáculo, podemos tener en cuenta que el desarrollo de la noticia gira sobre los personajes públicos controversiales. Si se trata de una relación amorosa tormentosa aparecen los prejuicios, señalamientos e incluso, la denigración de la persona, la vulneración de sus derechos y un machismo marcado de forma encubierta.

Toda sociedad tiene un centro simbólico en el que se asientan los valores dominantes de la sociedad. Este centro simbólico está vinculado a las diferentes instancias de socialización. Abarca el mundo de las definiciones sociales, desde los prejuicios hasta las grandes construcciones científicas y religiosas. De este espacio surgen los mandatos socializadores. Y, por ello mismo, apuntan a las subjetividades individuales y colectivas. La socialización es una herramienta central en la constitución de la subjetividad. Y las definiciones sociales son el soporte sobre el que se asienta el imaginario colectivo patriarcal. (Galarza, Cobo y Esquembre, 2016, p. 821)

Los medios digitales, por lo general, plasman contenidos sencillos y directos. Sin embargo, son también responsables de los códigos y símbolos que publican a diario. Lo preocupante es que la audiencia no condena los tipos de violencia verbal que se generan en la televisión, radio o prensa escrita. Es perjudicial para el avance de la sociedad y llega a generar un estilo machista en una cada una de sus publicaciones. Partimos desde la codificación, las frases que son tomadas a broma pero tienen un doble discurso y hasta las acciones que muestran a través de los canales de transmisión.

La reproducción de este tipo de contenidos debe ser regulada y controlada por los mismos editores de los medios. La responsabilidad de que cualquier tipo de adjetivación o señalamiento debe ser advertido y corregido. Estamos dentro de una sociedad que debe cambiar desde sus valores y evitar los prejuicios o la forma de juzgar a una persona por una actitud. Sin duda, debemos focalizarnos en lo importante que es erradicar este tipo de machismo encubierto con personajes públicos.

Más allá del lenguaje, debemos entender que esta manera de entablar los contenidos, tienen un sentido direccionado al pensamiento de la persona. Y uno de los principales causantes de este desencadenamiento social ha sido la televisión.

Los medios de comunicación social, especialmente la televisión como uno de los más importantes instrumentos de socialización, contribuyen de manera decisiva a la perpetuación de un sistema patriarcal caracterizado por la subordinación de las mujeres a los hombres a través de la propagación de los estereotipos y roles de género. (Galarza, E et al, 2016, p.823)

Este tipo de situaciones que se presentan aún más en los programas de espectáculos genera que la audiencia forme su propio pensamiento en torno a los contenidos o maneras de expresarse acerca de la mujer. Aunque no es un tema relacionado con la actualidad y viene desde hace un tiempo, ahora último, este tipo de pensamientos, estereotipos o roles de género ha quedado más expuesto a través de las redes sociales. La audiencia tiene un sector crítico y que juzga de manera determinante las actitudes de ciertos personajes políticos o del espectáculo hacia las mujeres.

De forma complementaria al papel que juegan los roles y estereotipos en la reproducción de la violencia estructural, también la invisibilización de las mujeres en la información es un factor fundamental. El análisis del tiempo de palabra de hombres y mujeres en los telenoticiarios permite extraer conclusiones cuantitativas y cualitativas. Para ello, hay que tener en cuenta las intervenciones femeninas en los informativos, el porcentaje de las expertas entrevistadas, el porcentaje de mujeres que aparecen sin identificar, así como la presencia de las mujeres en ámbitos como educación, sanidad, deportes, política, sucesos, etc. (Galarza, E et al, 2016, p.823)

Para Hernández (2017) el machismo, en mayor medida, "se considera una forma de coacción y no necesariamente física, sino psicológica, puesto que muchas de las veces, los varones tratan de subestimar las capacidades de las parejas alegando carencia de fortaleza. Por su parte, el machismo, castiga y discrimina cualquier comportamiento femenino en los varones, sean homosexuales o no" (p. 7).

En este caso, el machismo se ha reducido considerablemente en los medios y en la sociedad misma con el pasar del tiempo. Las conductas hostiles y comportamientos agresivos han sido repudiados por el hombre y la mujer para darle paso a un lenguaje más adecuado y sin transgredir las normas básicas de convivencia (Hernández, 2017). Sin embargo, es preciso resaltar que algunos medios preponderan y dan mayor cabida a la figura masculina en sus contenidos. Incluso, celebran o magnifican actitudes que terminan denigrando a la mujer.

Es, por tanto, que, sintetizando toda la información recibida, la denominación de micromachismos atiende a las pequeñas tiranías, la violencia "blanda", "suave" o de "muy baja intensidad", tratándose de un "machismo casi invisible" o de "sexismo benévolo", cuyos representantes (los varones)

desarrollan en todos o en algún ámbito de sus relaciones. (Hernández, 2017, p. 8)

El hablar de "michomachismos" en los medios de comunicación sería la definición ideal para plasmar que muchas veces los mismos actores de la noticia no son conscientes de este grave hecho. Este tipo de situaciones no parecen ser dañinos para la persona y no obstante, pueden parecer que actos normales que uno está acostumbrado a vivirlo en la sociedad misma. Sin embargo, las consecuencias en el tiempo suelen ser graves y se convierten en arrepentimiento o inestabilidad en el estado emocional. Por ejemplo, el beso de un personaje público a su ex pareja a nivel nacional a través de la televisión sin que exista el consentimiento entre ambos. Este tipo de acciones son avaladas por los medios de comunicación y reproducidas a través de sus portadas. Incluso, de los mismos personajes públicos que creen tener poder ante ellas y se aprovechan de las circunstancias para lograr sus objetivos.

Nos encontramos frente a la relevancia de los universos simbólicos, universos creados (no solamente) por los medios masivos de comunicación. Si bien los medios masivos crean relatos, quizá no sea allí donde reside su potencia, sino más bien en la posibilidad de ordenar, con mucha mayor eficacia que otros dispositivos, la totalidad de los relatos. Los medios masivos crean, pero también ordenan, jerarquizan, ocultan, iluminan, distorsionan e, incluso, eventualmente, informan. Es por eso que hablamos de configuraciones mediáticas, entramados complejos de sentidos que tensan con la experiencia cotidiana de quienes se apropian de sus contenidos. (Romero & Pates 2017, p. 70)

Y este tipo de comunicación, lamentablemente, no está regulada porque se da de forma silenciosa, cuidadosa y hasta incluso se construye sin que el emisor se dé cuenta del sentido de las palabras. En algunas ocasiones, el magnificar o preponderar a la figura masculina sobre la mujer, hace que la noticia se magnifique y se cree roles y estereotipos violentos. Incluso, no hablamos solamente de los medios sino también de los propios actores. Es decir, las personas que obtienen popularidad en base a la pantalla televisiva, pueden ser objeto de machismo por parte de sus propios compañeros de trabajo, rivales mediáticos o parejas amorosas públicas.

Al ser materia de discusión y análisis por parte de una audiencia más crítica, los mismos productores de televisión han tratado de establecer puntos límites entre sus participantes para que estas noticias no sean reproducidas después a través de los portales digitales o medios escritos. Se trata de un estilo o manera de contar la noticia. Es aquí, donde parte el machismo

encubierto, como por ejemplo, se terminen vulnerando episodios de la vida privada en base a comentarios sexistas.

Podemos decir pues, que gran parte de estas conductas no suelen ir acompañadas de un claro objetivo, de un pensamiento negativo, o de una acción estudiada, sino que más bien, se trata de impulsos mentales por parte de los hombres, que se manifiestan como acción/reacción hacia las mujeres, es decir, las personas con nuestras actitudes sobre otros provocamos una reacción. También hay que tener en cuenta que otros pueden ser conscientes, pero ambos forman parte de la destreza desarrollada para situarse en el punto de dominio. (Hernández, 2017, p.9)

Será parte del tiempo que se terminen por erradicar este tipo de conductas que no suman a nuestra sociedad. Pero como punto de partida, es un buen inicio enfrentarlas y ser conscientes que se sigue produciendo de forma encubierta. Estará en los mismos actores sociales, en las empresas periodísticas y en la audiencia saber descifrar estos estereotipos que se construyen a diario en todos los medios de comunicación. De esta forma, se lo va desenmascarar y enfrentar de manera contundente. En la actualidad, el poder de la red social hace que aquellos que no son escuchados, tengan un espacio público para manifestarse. Obviamente, con criterio y argumentos sólidos que derriben la postura del otro.

2.2.6.2 La victimización en medios

La victimización de los actores públicos en los medios ha significado una clara atención de la audiencia. Y esto hizo, que la focalización de la mirada de las personas frente al televisor, genere mayor rating y ganancias económicas. Por ello, los personajes públicos son engrandecidos por los medios mediante el sensacionalismo y el morbo. Estos símbolos son en muchas ocasiones aprovechados por los actores para tener también sus propios réditos. No es fácil estar en la esfera pública y aún más si eres parte de los escándalos mediáticos.

El término “televisión basura” o “TV basura” viene dando nombre, desde la década de los noventa, a una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de la audiencia. La telebasura puede quedar definida por los asuntos que aborda, por los personajes que exhibe y coloca en primer plano y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dichos asuntos y personajes. (Arboccó y O’Brien, 2017, p. 44)

En este caso, debemos empezar por la focalización de los medios de espectáculos digitales a través de lo que sucede en televisión. Es una reproducción de lo que ocurre a diario mediante la pantalla. Aunque no lo crea, son muy limitados los contenidos propios en las plataformas webs. Por ello, realizan publicaciones de lo que sucede con los personajes más

polémicos de la mediatización. Sin embargo, se ha hecho una constante ver a seres humanos sufriendo, llorando y totalmente angustiados por sus problemas personales.

La vulneración de los límites entre lo público y lo privado es una constante y esto ha desencadenado en la victimización de los personajes de mayor popularidad. Se ven sobrepasados por los escándalos mediáticos y no queda otro remedio que lamentarse y pedir un alto a las agresiones a pesar de ser ellos los que exponen su vida personal. No obstante, a través de este tipo de actitudes, los mismos actores se aprovechan de las circunstancias.

Existen dos etapas bien marcadas en los medios de aquellas personas que exponen sus vidas personales. Podemos identificar que en un primer momento se ven atrapados en un mundo nunca antes visto. Sienten la necesidad de tener popularidad y esto se le puede atribuir al talento, el profesionalismo o el escándalo mediático. En estos últimos años, la novedad de los programas de competencias y el papel que se le otorgó a cada personaje público que apareció en pantalla, fue de tal magnitud que alcanzó niveles de exposición incontrolables.

Este tipo de televisión de contenidos superficiales, manipuladores, embrutecedores, chabacanos y violentos es a lo que nos referiremos con TV basura. Muchos temas son tratados con la superficialidad propia de quien únicamente busca el espectáculo lucrativo, generando actitudes y representaciones negativas en aquél sector de la audiencia que tiene en la televisión a su única –y más creíble- fuente de información y –quizá- de educación. (Arboccó y O'Brien, 2017, p. 45)

La superficialidad es una forma de plantear los contenidos y termina siendo un aspecto muy aclamado y seguido por la audiencia. Por otro lado, encontramos la segunda etapa que viven los personajes públicos como parte del show. Se sienten tan vulnerados y asediados por la prensa, que tienen la necesidad de salir públicamente a pedir un alto a las agresiones o persecución mediática que sufren a diario.

Con el avance de la tecnología y como se ha explicado en nuestro marco teórico, las redes sociales forman parte de un nexo fundamental entre los personajes públicos, los medios de comunicación masivos y la audiencia. Lo novedoso que podemos observar en este nuevo nexo de interacción entre los actores, es que encontraron otros medios para pronunciarse. Dejaron de lado los tradicionales para dar paso a los nuevos canales de contacto con sus seguidores. En este sentido, los medios que comúnmente conocemos, se sienten relegados y lo único que deben hacer es retransmitir la información a través de sus propias plataformas.

Si la TV (medios) peruano va a tener como protagonistas, ya no a los profesionales del caso: periodistas, comunicadores, sociólogos, además de señores actores (hoy por hoy se le llama actor o actriz a cualquier improvisado) sino a personas como las que vemos: actores por autodenominación, vedettes, “chicheritos”, periodistas contratados para hacer campañas pro partidos políticos en época electoral, cómicos ambulantes de plazuelas, contadoras de chismes y calumnias, entonces la situación mediática nacional es de pronóstico más que reservado, en el mejor de los casos. Y todo esto avalado y fervientemente esperado por una masa desinformada, simplona y de mentalidad cuasi infantil. (Arboccó y O’Brien, 2017, p. 52)

Finalmente, los personajes públicos entendieron perfectamente el juego mediático y saben las necesidades de los medios de comunicación. Por ello, si la noticia requiere victimizarse o pelear, ellos entienden que deben hacerlo para mantenerse vigentes en el ambiente de la espectacularidad.

Los medios sociales han logrado apropiarse del tiempo libre del que disponen las personas en vez de dedicarse a sus afectos. Sin embargo, por ser decisión propia de cada uno, las personas se convierten en clientes y buscan información en las redes. Este proceso de búsqueda está basado en los intereses, gustos y maneras de pensar. Aunque muchos no lo creamos, los ciudadanos se interesan por lo banal y singular. Y para esto, los personajes públicos ayudan a la audiencia a pasar un momento entretenido. A pesar de contener episodios violentos o de mal gusto.

2.3 Definición de términos básicos

2.3.1 Periodismo digital

La revolución digital a nivel mundial generó que la rama del periodismo se adhiera a los continuos cambios y permitió que se forme una nueva modalidad en materia de comunicación. De esta forma, se desarrolló contenidos a través de sus plataformas digitales como también en las aclamadas redes sociales. Esta metodología es casi la misma con la que trabajaban los periodistas tradicionales resaltando las diversas funcionalidades que permite la utilización de herramientas interactivas, innovadoras y llamativas para el usuario. Este soporte informativo continúa priorizando la validación de datos, escritura e investigación para formar contenidos visuales, dinámicos y que coloque el punto de partida a un espacio de opinión en la red. La prensa digital contribuye a la formación de una narrativa multimedia creando diferentes formatos. Finalmente, esta nueva forma de realizar periodismo, tiene la misma complejidad que puede presentarse en la televisión o prensa escrita.

2.3.2 Lenguaje SEO

Los medios de comunicación en estudio buscan a través de sus herramientas digitales una optimización de su marca en los diferentes espacios de búsqueda de la red. Es un proceso netamente técnico que permite en la estructura de los contenidos crear una mayor visualización de las palabras claves que serán motivo de búsqueda por parte de los usuarios. Está claro que los medios se guían de los párrafos cortos, concisos y fáciles de entender para que los usuarios lleguen a ellos. Además, de crear contenidos con noticias del día que llamarán la atención y permitirán el ingreso de los lectores a la plataforma digital. El objetivo general del posicionamiento en la web se logra con el lenguaje SEO o AdWords. Básicamente, las palabras claves de la noticia que se va publicar. Por ejemplo, si hablamos de un personaje del espectáculo, se debe repetir en cada párrafo su nombre y apellido para que los buscadores los identifiquen de manera periódica y rápida. Por ello, *Trome* como Perú21 han optado por utilizar lo que ofrece la red para lograr un posicionamiento efectivo a la largo de los años.

2.3.3 Etiquetas o *tags*

Dentro de este posicionamiento de los medios de comunicación, surgen las etiquetas o *tags*. En el mundo digital es un metadato que permite dar información a los navegadores sobre el tipo de información que se requiere. Incluso, es vital que toda noticia web tenga sus respectivas etiquetas para que puedan recuperarse en cualquier momento del tiempo. Es decir, permite que los datos almacenados de las plataformas puedan expandirse de manera descentralizada.

2.3.4 Hipervínculo

Vendría a referirse a un enlace. Por lo general, se da entre dos páginas webs de una misma plataforma. De esta manera, nosotros le brindamos al lector que pueda navegar en la red como desee. Es decir, este tipo de unión se genera en las palabras claves o noticias adicionales y a partir de allí, nos permitirá seguir conociendo más sobre la temática dentro del sitio. Es una manera de ayudar al usuario a continuar y permanecer en la página. O también, dar información extra que no pudo ser contextualizada en el contenido.

2.3.5 Espectáculo

Es el rubro que hace referencia a la diversión pública dada en un medio de comunicación, teatro o cine para generar distracción y entretenimiento en la audiencia. No obstante, ofrece un espacio de atención para interiorizar sentimientos de satisfacción, asombro, tristeza, dolor

o contemplación. El espectáculo en nuestro país alberga personajes representativos que generan una identificación en la audiencia. Considerando en diferentes maneras sus modelos de vida, estilos y pensamiento. En este espacio, aunque no lo creamos, también se crea un debate intelectual por las formas de convivencia y los patrones a seguir por parte de los personajes. Finalmente, los medios tabloides de nuestro país han reflejado el rubro de espectáculos de tal manera que se han convertido en el eje central de las informaciones diarias creando juicios de valor en la calle y redes sociales. Está claro que el espectáculo magnifica los problemas de las figuras. Dentro de ello, encontramos los ampays, que significa encontrar a este tipo de estrellas populares en situaciones comprometedoras. Y por ello, los espacios donde se cubre espectáculos, son aquellos que tienen la tendencia a ser los más visitados.

2.3.6 Morbo

Identificamos que es aquella necesidad de las personas de enterarse de las actitudes del otro en referencia a lo moral. Es una atracción a lo horrible, insano, desagradable y abominable. En nuestro país, se ha calificado en innumerables ocasiones que la audiencia de los programas de espectáculos, sienten la necesidad de sentarse frente al televisor por simplemente "morbo". Por esa forma de querer enterarse de la vida privada de los demás y de lo que realicen puertas adentro de su casa. Una actitud estrictamente dirigida hacia las formas de desempeñarse en la rutina de las personas. Entre ellas, encontramos el amor, la pelea, el odio y hasta lo más banal que el ser humano pueda realizar cuando se encuentra en la intimidad.

3 METODOLOGÍA

3.1 Marco metodológico

La metodología escogida para la presente investigación es cualitativa, enfocada en el análisis crítico del contenido y posterior discurso. A través del estudio cualitativo se entenderá aquellas observaciones que se han obtenido a través de registros, fotografías, narraciones, entrevistas o videos. En el problema de investigación elegido, se busca establecer aquellos cambios que hicieron el diario *Trome* y *Perú21* para adaptarse a la red y generar modelos atractivos para el usuario. Por ende, ambos medios realizan una clara aproximación a la noticia y hacen publicaciones de manera sistemática, tanto en la web como en el impreso. Según Quintana (2008), a través de la investigación cualitativa "es posible trascender la mera descripción, permitiendo el acceso a formulaciones de tipo comprensivo y/o explicativas" (p. 49). El autor indica que el punto está en la trascendencia del estudio permitiendo un análisis detallado. Además, de conocer de cerca el problema para iniciar el proceso de investigación. Siendo de esta manera, un objeto de análisis a través de la documentación, interpretación y conclusión. Desde la posición que queremos investigar, *Trome* y *Perú21* son generadores y reproductores de los contenidos, las relaciones de poder, la influencia en la creación de opinión y la manera de plasmar la información.

El tipo de investigación para el presente trabajo es aplicada. Se caracteriza porque busca la utilización de los conocimientos que uno tiene. La investigación está vinculada de manera estrecha con la básica. Lo que le interesa al investigador es conocer las consecuencias prácticas. El uso correcto de este método y los resultados da mayores luces de forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer a profundidad el panorama en cuestión.

La presente investigación también nos dará un mejor panorama en la forma de resolver una situación específica. Además, de comprobar un método mediante la aplicación con una propuesta a resolver. Por ello, es importante para nosotros descifrar cuáles han sido las formas o mecanismos que han utilizado los medios digitales dentro del rubro del espectáculo basándose en sus herramientas y recursos para captar la atención del lector. Sin embargo, para aplicar este análisis de contenido buscaremos detalladamente estos cambios mediante dos temáticas en específico: la violación a la vida íntima de la figura del programa de *reality* Esto Es Guerra, Michelle Soifer (septiembre 2016 – septiembre 2017) y el paso de la popularización de Yahaira Plasencia a través de su noviazgo con Jefferson Farfán y la formación de prejuicios en base a ella (febrero 16 – septiembre '17). Sin duda, ambos temas

que marcaron una gran venta de diarios y flujo de visitas en las plataformas digitales, nos permitirá conocer con más detalle lo sucedido en este periodo de adaptación.

Por otro lado, el nivel de nuestra investigación se basará en el descriptivo – comparativo. Durante todo el proceso de análisis de contenido vamos a describir como los medios de comunicación han logrado adaptarse a la nueva plataforma digital con la utilización de un lenguaje distinto al papel, herramientas virtuales que no se permitían en el material impreso y la interacción con el usuario. Es decir, vamos a describir las noticias publicadas por parte de ambos medios digitales sobre la violación a la vida íntima de una persona pública y la formación de prejuicios mediante una relación amorosa entre una cantante y un futbolista. Además, de establecer cómo los medios han informado aquello que es sabido del personaje y lo que no pero que se terminó especulando en sus contenidos. Es decir, vulnerar los límites entre lo público y lo privado. Posteriormente, mediante nuestra comparación, vamos a proceder a encontrar las formas, recursos y herramientas que han realizado los periodistas para adaptar un contenido al medio digital. En este aspecto, encontraremos los puntos diferenciales y en común que se utilizan para la formación de distintos contenidos. Pero la comparación nos hará obtener mayor detalle a través de la formación de lenguaje, estilo y producción de la noticia. Obviamente, teniendo en cuenta lo obtenido en nuestro marco teórico. La elaboración de una publicación tiene sus distintos mecanismos en papel como impreso pero observaremos como han logrado plasmar a través de las herramientas y recursos una manera de informar sobre un tema. Sin duda, un trabajo nada fácil por la gran cantidad de opciones que ofrece la red.

Finalmente, a través de este proyecto nos decidimos por el diseño no experimental y cualitativo. Este método nos permitirá realizar nuestro análisis de contenido sin manipular ninguna de las variables. No vamos a cambiar intencionalmente ninguna de nuestras variables y comprobaremos de qué manera lograron adaptarse al mercado y captar la atención del lector. Para Kerlinger (1979), la investigación "no experimental o ex-post-facto es cualquier proceso en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones" (p.116). Pues, este tipo de investigación observará a los elementos encontrados tal y como son en un contexto favorable para analizarlos.

Con este tipo de diseño queremos analizar los efectos de la exposición a través del tratamiento que le daremos a la información. Aquí nosotros no impondremos nada ni trataremos de construir ninguna realidad sino que tendremos en nuestras manos una situación

que existe y no han sido armadas intencionalmente para querer comprobar nuestra hipótesis. Por ende, las variables independientes ya han ocurrido y no se puede influir sobre algo que ya sucedió pero si podemos estudiar la manera en que se adaptaron a esta nueva manera de generar contenidos.

3.2 Hipótesis

3.2.1 Hipótesis general

La forma en la que el periodismo ha logrado adaptarse a lo digital en los medios como *Trome* y *Perú21* mediante la espectacularización de su contenido para establecer un mayor atractivo para su lector y alcance de su marca a través de la exposición no autorizada de la intimidad entre 2016 - 2017.

3.2.2 Hipótesis específicas

Los medios del espectáculo *Trome* y *Perú21* han sabido utilizar un lenguaje mucho más sencillo al que se nos tenía acostumbrado y a partir de esto, presentan una serie de características que van más allá de la formalidad.

Los medios del espectáculo utilizaron una nueva forma de comunicar priorizando sus herramientas y recursos digitales para llamar la atención del lector. Además, tratan de mejorar aquello que se asemeje o diferencie con el otro.

Los medios de espectáculo *Trome* y *Perú21* realizaron un adecuado tratamiento noticioso con la exposición no autorizada de la intimidad de personajes públicos.

3.3 Variables e indicadores

Tabla 1
Variable 1

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES
Periodismo Digital	Es la nueva manera de informar por parte de los medios de comunicación a través de la red (internet). Además, cuenta con distintas características enfocadas en el uso de las tecnologías. Es decir, se permite la utilización de las herramientas y	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos periodísticos digitales. 2. Acceso al espacio informativo / contenidos. 3. Género periodístico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Notas o contenidos en donde se emplea elementos digitales (hipervínculos, publicidad, etc.) 1.2. Identificación de las palabras claves del hecho noticioso.

	recursos que solamente otorga el espacio virtual.		1.3. Correcta utilización del lenguaje SEO en la noticia. 2.1. Contenido con material audiovisual (herramientas) 2.2. Publicación a través de las redes sociales 3.1. Nota informativa 3.2. Solo Galería de fotografías 3.3. Entrevista 3.4. Reportaje 3.5. Crónica
--	---	--	--

Tabla 2
Variable 2

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES
Espectacularización del contenido mediante la exposición no autorizada de la intimidad.	Son los contenidos de espectáculos que publica un medio de comunicación para generar distracción y entretenimiento en la audiencia. Ofrece un espacio de atención para interiorizar sentimientos de satisfacción, asombro, tristeza, dolor o contemplación al momento de presenciar situaciones que se pueden darse en la intimidad de las personas.	1. Invasión mediática a la privacidad. 2. Espectacularización de la intimidad	1.1 Se logró respetar los límites entre lo público y lo privado (Yahaira Plasencia / Michelle Soifer) 1.2 Giro del discurso al momento de referirse de la vida privada de los personajes públicos. 2.1. El escándalo como medio de oportunidad para ingresar a la esfera pública. 2.2. Motivos por lo que la

			noticia generó repercusión 2.3. La noticia está basada bajo un concepto de rigurosidad periodística.
--	--	--	--

3.4 Instrumentos y técnica de recolección de datos

El instrumento que se trabajará durante esta investigación será una matriz elaborada para analizar las noticias publicadas por los medios de comunicación de espectáculos *Trome* y *Perú21* basados en nuestra temática.

Tabla 3
Matriz de contenido

VARIABLE 01: Periodismo digital	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	
Nota informativa	
Entrevista	
Reportaje	
Galería fotográfica	
VARIABLE 02: Espectacularización del contenido mediante la exposición no autorizada de la intimidad.	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	

Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	
--	--

Por otro lado, nuestra técnica de recolección de datos será mediante un análisis de contenido que haremos a las noticias que han sido publicadas con periodicidad en los medios de comunicación *Trome* y *Perú21*. Este análisis contará con los conceptos del límite entre lo público y lo privado, la moral, las consecuencias y la relevancia de la situación. Sin dudas, por ser un tema complejo de análisis será vital el texto, lo multimedia y el sentido de la información.

3.5 Población y muestra

Nuestra población serán las noticias publicadas a través de las plataformas digitales de *Trome* y *Perú21*. Es importante recopilar toda la información necesaria entre el periodo del 2016 y 2017 para encontrar cuáles han sido estos cambios para adaptarse a una nueva era. Por otro lado, nuestra muestra será por conveniencia desde enero del 2016 hasta finales del 2017 con los casos de Yahaira Plasencia y Michelle Soifer. Al tratarse de una comparación, se seleccionarán las noticias que cumplan los lineamientos planteados con anterioridad. Los dos años surgen por ser los más preponderantes en la historia de ambos personajes y en la adaptación de los medios digitales en el mercado.

No obstante, es vital aprovechar el auge que tuvieron los medios tras las rupturas amorosas de ambos personajes públicos. Los dos casos tuvieron varios entredichos y enfrentamientos mediante la pantalla que terminaron por mediatizar su vida privada. Sin duda, dos situaciones similares que nos permitirán ver los cambios que se presentaron durante este proceso de transformación del impreso a lo digital. Es verdad, que en este periodo el desarrollo de la tecnología y las mejoras del internet permitieron a los medios de comunicación profesionalizarse y llegar a generar un gran rédito económico para la empresa.

4 ANÁLISIS DE CONTENIDO

4.1 Análisis de datos

4.1.1 **Temática 1:** Yahaira Plasencia y su relación con Jefferson Farfán: las sospechas, la infidelidad, el escándalo y sus consecuencias.

Criterios de Selección: Por conveniencia. Se han revisado meticulosamente todas las notas de *Trome* y *Perú21* sobre el tema. Sin embargo, en algunos casos, la temática no es tratada por ambos medios y se decidió no considerarlas. Espectacularización de la noticia basada en el personaje, contenido web aprovechado en la mediatización de la figura pública, recursos utilizados en este tipo de publicaciones, relevancia en el auge del personaje en el mundo de los medios de comunicación.

NOTA 01 - TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 12-02-16
- Titular: Jefferson Farfán: Magaly Medina segura que miente sobre inicio de su relación con Yahaira Plasencia

<https://trome.pe/espectaculos/jefferson-farfan-magaly-medina-segura-miente-inicio-relacion-yahaira-plasencia-4949>

Tabla 4

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se le colocaron hipervínculos a los tres actores principales en el primer párrafo: Yahaira Plasencia, Magaly Medina y Jefferson Farfán. Tiene 4 notas relacionadas al final del texto. No hay publicidad.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una galería de fotos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de sus redes sociales. (Facebook y Twitter)
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Magaly Medina.
Nota informativa	Si lo es
Entrevista	Cita de programa de TV

Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotografías
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado	Clara intromisión a la vida privada de los personajes públicos. El tema en cuestión es la fecha de inicio de la relación de Yahaira Plasencia con Jefferson Farfán.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	<i>Trome</i> indicó en su texto: "Parece que, en este país, a los tramposos se les justifica todo". "Primero ella (Yahaira) dijo que no tenían fecha. Bueno, es claro que en esos casos no se puede mentir para siempre ", comentó la 'Urraca'.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia genera repercusión porque ya no solo están involucrados ambos personajes sino interviene Magaly Medina.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	No se cita la fuente de la entrevista.

ANÁLISIS DE CONTENIDO WEB

El contenido de la noticia se basa en una entrevista realizada a la conductora Magaly Medina. El tema en cuestión es el inicio de la relación de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Cuenta con un lenguaje sencillo y directo. No confunde. Tiene una galería de tres fotos y cuatro notas relacionadas al final del texto. Es básica. Tiene texto y fotos. No va más allá de la noticia con los recursos digitales.

Con respecto a la espectacularidad, la noticia es tendenciosa y tiene una clara intención de perjudicar a Yahaira Plasencia. Lo que se busca es establecer el inicio de la relación entre la cantante y el futbolista. Sin embargo, lo que se quiere decir es que hubo "infidelidad" de parte de uno de los dos, antes de formalizar la relación. Una clara muestra de la invasión a la privacidad de la persona. Ante ello, los medios dejaron la duda en el lector sobre la actitud de uno de los dos.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 1: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)

Trome realizó una galería de fotos entre los tres personajes. En la primera imagen, se puede observar a Jefferson Farfán en el Estadio de Alianza Lima. El futbolista aparece en la primera fotografía para luego colocar al personaje central del contenido que viene ser Yahaira Plasencia. Seguido, nos muestra a Magaly Medina que es una de las involucradas en el contenido web. En este caso, si bien la galería de fotografías es aparentemente funcional a la nota. Solamente se colocan a los tres personajes en cada imagen. Sin embargo, la fotografía de Yahaira Plasencia, la muestra en una posición sexual como un objeto de deseo de Jefferson Farfán en la galería.

NOTA 01 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 30-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia negó haberse metido en la relación de Jefferson Farfán y Melissa Klug [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-nego-haberse-metido-relacion-jefferson-farfan-melissa-klug-video-202798>

Tabla 5

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se colocaron hipervínculos a los tres actores de la noticia: Melissa Klug, Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Dos noticias relacionadas dentro del texto. No tiene publicidad.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Cuenta con una fotografía y un video insertado de Youtube.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Se publicó en las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Melissa Klug.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado	Se dieron detalles de la vida personal de ambos personajes públicos a nivel nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Melissa Klug contó en el programa de Magaly Medina que Yahaira Plasencia ya se comunicaba con Jefferson Farfán cuando el futbolista aún mantenía una relación con ella, la cantante, actual pareja de la 'Foquita', negó haberse metido en el romance".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia fue publicada en un programa de televisión y continuó su repercusión en la plataforma web.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Se cita la fuente de la entrevista añadida en el contenido.

ANÁLISIS DE CONTENIDO WEB

El tratamiento noticioso es informativo y lo complementa mediante una entrevista en el programa "La Noche es Mía" de *Latina*. Tiene una fotografía y cuenta con un video insertado. Además, tiene dos notas relacionadas dentro del cuerpo de texto y cuatro al final.

Se utilizó correctamente el lenguaje SEO, repitiendo los nombres de los actores principales y se les colocó los hipervínculos.

Con respecto a la espectacularidad, la noticia no ejerce ninguna tendencia. Solo expone los motivos en discusión sobre la fecha de inicio de la relación con Jefferson Farfán. La polémica suma a un actor adicional que viene a ser la ex esposa del futbolista, Melissa Klug.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 2: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La fotografía utilizada es sencilla porque se trata de una composición entre los personajes públicos en cuestión. En la parte izquierda, aparece Yahaira Plasencia con Jefferson Farán y en el lado derecho, Melissa Klug, ex esposa del futbolista. En este caso, la fotografía acompaña al contenido web. Es clara y nos da indicios de lo que se va a hablar. Por supuesto, en este material gráfico también se vulnera el límite entre lo público y lo privado porque es una clara intromisión a la vida personal de las personas.

COMPARATIVO

Los contenidos de ambas publicaciones son totalmente distintos. En *Trome*, se realizó una galería de fotos y se citó sobre una entrevista en TV pero no se utilizó ningún video. Mientras que, *Perú21* utilizó una fotografía, insertó dos notas relacionadas en el texto y se colocó un video para dar prueba de que el contenido era verdadero.

Por otro lado, en el contenido propio, en *Trome* se trata de insinuar que Yahaira Plasencia le fue infiel al futbolista y en *Perú21* el sentido noticioso es informativo. Finalmente, la noticia es por supuesto utilizada por los personajes para aparecer en el ambiente mediático. Su entrevista en televisión tuvo mucha repercusión.

NOTA 02 - TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 10-02-16
- Titular: Yahaira Plasencia presentó su orquesta y le cantó tema a Farfán [VIDEO]
<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-presento-orquesta-le-canto-tema-farfán-video-4763>

Tabla 6

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Solamente se colocó el hipervínculo al nombre de Yahaira Plasencia en el primer párrafo. Tiene una nota relacionada tras los tres primeros párrafos. No tiene publicidad.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Tiene una galería de fotos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Se publicó a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia Faltó Jefferson Farfán
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Tiene cita textual.
Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	

Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Si, la noticia es netamente informativa en torno a los rumores de infidelidad por parte de la cantante hacia el futbolista.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Yahaira Plasencia presentó a su orquesta 'Yahaira y sus protagonistas', en una conocida cebichería de La Victoria. No solo eso, Yahaira Plasencia se animó a cantar el tema 'Quién eres tú' de Yuri. Siempre al ritmo de salsa, género que "La Yahaira" explotará con su banda".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia fue utilizada para presentar a su orquesta y se mencionó nuevamente el nombre de su pareja, Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	No se citó la fuente.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido noticioso es netamente informativo. Cuenta con una galería de tres fotos. Además, tiene una sola nota relacionada a la mitad del texto pero no al final. El lenguaje SEO es utilizado correctamente en sus párrafos pero se induce al error desde el titular con la no presencia de la palabra "video".

Con respecto a la espectacularidad, la noticia es sobre la presentación de la orquesta de Yahaira Plasencia. Sin embargo, *Trome* aprovechó para relacionarlo con Jefferson Farfán y así, darle un valor agregado al contenido. En esta etapa, ya se rumoreaba la infidelidad de la cantante, pero ella aprovechó para dejar en claro que todo iba de la mejor manera.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 3: Caso Yhaira Plasencia – imagen del medio

La fotografía ayuda a descifrar en qué contexto se dio la noticia. Aparece Yhaira Plasencia en la presentación de su nueva orquesta. Sin duda, es un recurso digital básico para acompañar al contenido web. Incluso, funciona porque también forma parte de un video insertado a la noticia. En este contexto, Yhaira Plasencia se pronunció ante los medios de comunicación y tuvo que hablar acerca de su relación amorosa con Jefferson Farfán. No es una galería pero ayuda de gran forma al texto.

NOTA 02 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yhaira Plasencia
- Fecha de publicación: 21-02-16
- Titular: Yhaira Plasencia celebró con Jefferson Farfán el lanzamiento de su orquesta <https://peru21.pe/espectaculos/yhaira-plasencia-celebro-jefferson-farfan-lanzamiento-orquesta-211364>

Tabla 7

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se le colocaron los hipervínculos correctamente a los dos actores principales: Yhaira Plasencia y Jefferson Farfán.

	No tiene notas relacionadas en el cuerpo del texto. No hay publicidad.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Tiene una sola fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada en sus redes sociales (Facebook y Twitter).
Noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado	Aquí se los graba en un espacio público al que los medios de comunicación pueden acceder. Los personajes colaboraron a que sean vistos.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Por primera vez, la cantante Yahaira Plasencia y el futbolista Jefferson Farfán se lucieron públicamente como pareja, en el lanzamiento de su orquesta "Yahaira y sus Protagonistas", en una concurrida discoteca del sur.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia genera repercusión porque se tomó captura de pantalla a un reportaje de TV que filmó a la pareja en una salida nocturna.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	No se cita la fuente.

ANÁLISIS DE CONTENIDO WEB

El contenido de la publicación cuenta con tres párrafos, es demasiado sencillo y corto. No contextualiza ni tampoco da mayores detalles sobre la información en sí. Solamente, plasma la idea principal en dos párrafos y luego realiza el cierre. Además, tiene una sola fotografía,

no existen notas relacionadas dentro del texto ni tampoco existe un video que le consistencia al texto. El lenguaje SEO solamente es utilizado en el primer párrafo y el tercero. Existen graves errores en la conformación del contenido web.

Con respecto a la espectacularidad de la noticia, Yahaira Plasencia acudió a una discoteca con su pareja, Jefferson Farfán, pero no existió ninguna invasión a su vida privada. Al parecer, la pareja tenía la intención de mostrarse en público. Es decir, estamos hablando de un aprovechamiento de su imagen pública para generar mayor contenido noticioso y que las personas hablen de ambos. Todo esto, generado por los rumores de infidelidad desde el inicio.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 4: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia fueron fotografiados en una discoteca y se mostraron muy amorosos en un lugar público. En este caso, se coloca en evidencia que los personajes públicos buscan en ciertas ocasiones a las cámaras para que tengan repercusión. Incluso, se animaron a darse un beso para que sean retratados en los medios de comunicación. Ambos tenían conocimiento que estaban siendo observados y se animaron a mostrarse en público sabiendo lo que produciría en los días posteriores. Finalmente, el recurso ayudó a complementar la nota web.

COMPARATIVO

Ambas publicaciones buscan generar un impacto en el lector. En *Trome*, se utiliza una galería de fotos, notas relacionadas pero se miente en el titular al decir que existe un video en el cuerpo de la nota. Al final del texto, no se observa ningún recurso audiovisual como se había prometido en el titular. Mientras que, *Perú21* realiza una nota demasiado corta, con lo justo y necesario. Tiene 3 párrafos y solo utiliza una imagen. No hay video ni ningún recurso audiovisual.

Por otro lado, el sentido de la publicación es la presentación de la orquesta de Yahaira Plasencia. Sin embargo, ambos medios creyeron conveniente incluir a Jefferson Farfán para darle un valor agregado a la noticia y generar repercusión. Un detalle que llamó la atención, fue que este tipo de contenidos fueron aprovechados por Yahaira Plasencia para promocionar el lanzamiento de su orquesta en el ambiente musical nocturno del país.

NOTA 03 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 22-09-16
- Titular: ¿Yahaira Plasencia embarazada? Cantante tuvo mareos en pleno concierto [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-embarazada-cantante-tuvo-mareos-pleno-concierto-video-24262>

Tabla 8

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se colocaron correctamente los hipervínculos en los actores principales: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. No tiene notas relacionadas en el interior del cuerpo. Tiene publicidad antes de reproducir el recurso audiovisual.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Un video.

Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Publicado en las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado	Se habla sobre una presunta infidelidad. Se presta para darse juicios de valor y dañar la imagen de la persona pública.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Yahaira Plasencia volvió a los escenarios con su nueva orquesta en medio de los rumores acerca de la situación en la que se encuentra su relación con Jefferson Farfán. Pese a que ella ha restado importancia estos últimos días a todo lo que se ha dicho sobre su presunta infidelidad o los rumores sobre su embarazo, un incidente pone nuevamente este último tema en discusión.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia genera impacto porque el tema en cuestión es interés de los lectores. La confirmación o no del embarazo.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Cita la fuente: <i>Latina</i> .

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido de la publicación es informativa. El planteamiento de la noticia es sencilla y descriptiva. Cuenta con un solo video descargada de un programa de televisión. Con referencia a los recursos digitales adicionales, no se colocó ningún tipo de nota relacionada al interior del cuerpo pero se insertó los hipervínculos en los nombres de los actores de la

noticia en el primer párrafo. En cuanto al recurso SEO, se repitió Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán en los 5 párrafos.

Con respecto a la espectacularidad de los personajes, la noticia intenta generar una duda sobre el embarazo de Yahaira Plasencia tras unos dolores en su presentación. Lo curioso es que la cantante se mostró de esta forma ante los medios. Además, generó intriga a los periodistas y espectadores por su situación. La afirmación de la noticia generaría gran impacto en los medios y la opinión pública. Por ello, la información es certera pero alimentada por los actores.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 5: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La fotografía es una captura de pantalla de un reportaje del programa de televisión de *Latina*, "Espectáculos". No obstante, la imagen es un acompañamiento al contenido web. "Sabes que pasa... Hoy me siento medio rara, no sé qué tengo", manifiesta textualmente Yahaira Plasencia. El recurso es válido porque le da fuerza al contenido y acompaña al video que está insertado dentro de la fotografía. Además, no da mayores luces de lo que trataría la noticia pero es el punta pie inicial. Solamente, refleja una escena de un concierto dado por Yahaira Plasencia y que lo suspendió por sentirse mal de salud. Los medios armaron un escándalo por lo sucedido y aprovecharon para instalar un supuesto "embarazo" del personaje público.

NOTA 03 – PERÚ 21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 18-03-16
- Titular: Yahaira Plasencia confesó que le gustaría tener un hijo con Jefferson Farfán

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-confeso-le-gustaria-hijo-jefferson-farfán-213347>

Tabla 9

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se colocaron correctamente los hipervínculos en el primer párrafo de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Tiene notas relacionadas dentro y fuera del texto. No hay publicidad.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue tendencia en las redes sociales de Facebook y Twitter.
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Melissa Klug.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Se añade de programa de TV
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado	El personaje público da indicios sobre sus deseos de ser madre.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"La cantante Yahaira Plasencia confesó que le gustaría tener un hijo con Jefferson Farfán en una entrevista con <i>Trome</i> , pero que espera que esto sea más adelante".

Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia fue generada por el diario <i>Trome</i> (impreso) y luego reproducida por los portales webs.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Cita la fuente: <i>Trome</i> . Solo armado de noticia.

ANÁLISIS DE CONTENIDO WEB

La publicación de la noticia cuenta con una sola fotografía. Tiene notas relacionadas en el interior del cuerpo de texto y al finalizar con la sección de: "esto te puede interesar". Mientras que, la red social sirvió y facilitó al redactor generar duda en sus lectores sobre las ganas de tener un hijo con Jefferson Farfán.

Con respecto a la espectacularidad del personaje, se puede establecer que este tipo de noticias genera el interés de las personas. Además, se hace referencia a un diario de la competencia pero que pertenece al mismo grupo como es *Trome*. Una noticia que dio repercusión a través del impreso y la web. Claramente, existe un aprovechamiento del personaje público para contar sus intimidades y tener mayor popularidad. A veces, para las figuras del espectáculo, los medios son sus aliados.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

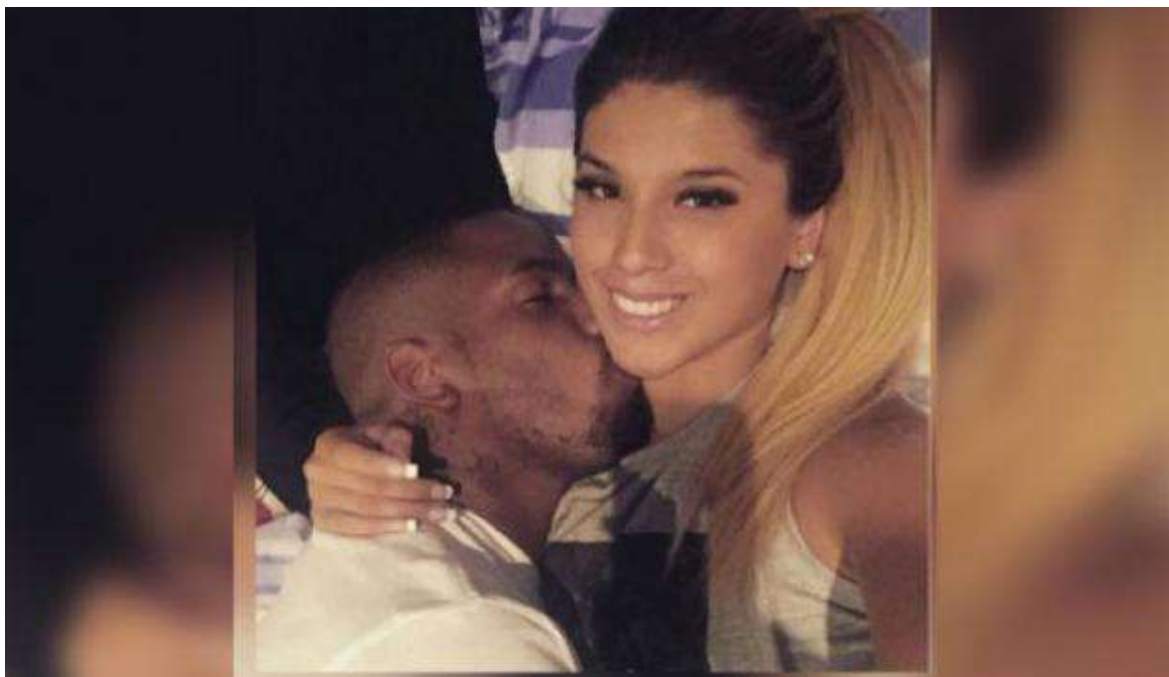


Figura 6: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La fotografía es referencial. Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán en el primer momento de su relación se mostraron cariñosos y divulgaban imágenes en sus redes sociales. Sin embargo, cuando empezaron los problemas entre ambos, la situación cambió. Pero los medios de comunicación aprovecharon y estas fotografías fueron colocadas en diversos contenidos web. Para esta ocasión, ambos aparecen en una situación íntima y personal. Los personajes públicos saben que publicar este tipo de imágenes ayudará a que su popularidad crezca. Un recurso digital válido que entenece la historia de tener un hijo.

COMPARATIVO

El armado noticioso de los contenidos es muy sencillo y simple con las herramientas que han utilizado. Solo una imagen por parte de *Perú 21* y un video insertado por parte de *Trome*. En cuanto a la estructura, se utiliza correctamente el SEO, que al parecer es lo más importante para los medios. Sin embargo, descuidan la estética digital a lo largo de sus publicaciones. En esta construcción de contenido, se siente que se pudo haber realizado un poco más pero se prefiere al superficialísimo y fragmentalismo.

Por otro lado, las publicaciones apuntan hacia un tema de mucho interés por parte de los lectores. El deseo o la confirmación del embarazo de Yahaira Plasencia con Jefferson Farfán son el eje principal de ambas noticias. Además, se busca generar intriga con el titular de pregunta en *Trome* y *Perú21* optó por lo más directo y sencillo. Una característica que empieza a notarse en la construcción del contenido. Finalmente, los personajes se aprovechan y utilizan a los medios para llegar a generar repercusión en la opinión pública. Un arma de doble filo de la espectacularidad.

NOTA 04 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 22-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia lloró al defenderse de acusaciones de infidelidad [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-lloro-defenderse-acusaciones-infidelidad-video-fotos-23947>

Tabla 10

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción

Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se utilizó un solo <i>keeword</i> : Yahaira Plasencia. Tiene insertada una nota publicada en Twitter y las relacionadas al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una galería de fotos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	La noticia fue publicada en Facebook y Twitter.
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Contenido añadido.
Reportaje	Programa de TV
Galería fotográfica	4 Fotos
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado	"Asimismo, la intérprete de 'No vuelvas a besarme' negó que sea interesada y mala mujer como en su momento lo han dejado entrever sus más polémicas enemigas".
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"¡No aguanto más! La cantante Yahaira Plasencia rompió su silencio y reapareció en pantallas para aclarar diversos temas en los que se ha visto involucrada en las últimas semanas. La rubia no pudo contener las lágrimas al defenderse de las acusaciones de infidelidad".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia sobre su infidelidad llegó a ser del interés de un programa dominical. Punto Final le realizó un reportaje.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Cita la fuente: PUNTO FINAL – LATINA

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

La publicación es concisa, certera y con información que le permite al lector contextualizar y enterarse a profundidad de la noticia. Cuenta con 13 párrafos, dos subtítulos y una galería de 4 fotos. Es interesante el recurso que se utiliza al final de la nota con un *Twitter* del diario *Trome* para continuar leyendo un contenido similar. La noticia está correctamente planteada con los recursos digitales que le permite el medio de comunicación. A nivel de relevancia, la situación de Yahaira Plasencia impacta y genera intriga en los usuarios.

Con respecto a la espectacularidad de la vida íntima de la persona, podemos verificar que el mismo personaje ejerce la utilización del medio para estar en la esfera pública. Es más, es presentada de la siguiente manera: "¡No aguanto más!" Un recurso gramatical que permite darle sentido al texto. La noticia, además, genera impacto porque se trata un tema sensible: la infidelidad a Jefferson Farfán.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 7: Caso Yahaira Plasencia – imagen de la nota (composición del autor)

La galería fotográfica que utiliza *Trome* en este sentido es referencial. Son capturas de pantalla de una entrevista brindada por Yahaira Plasencia para defenderse de una infidelidad. Increíblemente, el personaje público tuvo que manifestarse en un programa de televisión para aclarar su situación íntima. El límite entre lo público y lo privado se traspasó de manera insólita. En este caso, el recurso fotográfico es para que el lector se mantenga el mayor

tiempo posible en la web al momento de revisar la galería fotográfica. Sencillamente, el redactor, utilizó cuatro imágenes de Yahaira Plasencia gesticulando y mostrando diversos tipos de sentimientos. Se la observa confundida, dolida, triste y preocupada por su situación sentimental que hizo pública desde un primer comienzo. Ahora, por ese tipo de razones, debe salir a nivel nacional a aclarar punto por punto de las acusaciones graves en su contra.

NOTA 04 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 06-06-16
- Titular: Yahaira Plasencia sobre supuesta infidelidad: "Todo está bien con Jefferson Farfán" [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-supuesta-infidelidad-jefferson-farfan-video-220072>

Tabla 11

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se colocó hipervínculo a las palabras claves de la noticia en el primer párrafo. Tiene notas relacionadas al interior del cuerpo y al final. No contiene publicidad.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Un video y una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada en Twitter y Facebook del diario.
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Se toma de programa de TV
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	

Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado	Se continuó hablando acerca de los rumores de infidelidad. Este tipo de noticias dan pie a que la esfera pública juzgue al personaje.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Tras los fuertes rumores de una supuesta infidelidad de Yahaira Plasencia que habría sido captada por las cámaras del nuevo programa de Magaly Medina y que habría ocasionado la separación con el futbolista Jefferson Farfán , la bailarina rompió su silencio y aseguró que "todo está bien" con la 'Foquita'".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia genera repercusión en la esfera pública porque el interés por parte de la audiencia es conocer a fondo la vida íntima de Yahaira Plasencia.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	No se cita la fuente.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

La publicación cuenta con los recursos básicos de una publicación en internet: una fotografía y un video. Hay que reconocerlo, se necesita la simplicidad. El tratamiento noticioso con los recursos digitales no va más allá del texto y la foto. En la estructura, se insertan notas relacionadas entre el primero y el segundo y el penúltimo y último párrafo. El lenguaje SEO no es utilizado en todos los párrafos. Esto genera un error en el posicionamiento de la noticia. Mientras que, los hipervínculos ayudan a mayor circulación en la web.

Con respecto a la espectacularidad entre lo público y lo privado, esta es una clara muestra del "morbo" generado en las personas por saber si le fueron o no infiel a Jefferson Farfán. Yahaira Plasencia tuvo que afrontar las cámaras para desmentir los fuertes comentarios que recibía en la calle y las redes sociales.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 8: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En este caso, se utiliza el recurso fotográfico de archivo. Como se observa, es la misma fotografía utilizada en la anterior nota web. Es válido pero no debe ser repetitivo. En muchas ocasiones puede servir pero en otras se vuelve inútil. En la fotografía se observa a ambos personajes en una situación de su vida privada o diaria. Generalmente, son publicadas a través de sus redes sociales y luego son difundidas a través de las redes sociales.

El redactor web utilizó la fotografía acompañando al titular. "Todo está bien con Jefferson Farfán" y para ello, la imagen se presta para reflejar tranquilidad, paz, armonía y amor. Una fotografía de archivo que es válida pero que puso haber sido mejor.

COMPARATIVO

Trome generó una noticia elaborada, que tomó tiempo y le permitió al lector ser partícipe de la publicación. Es decir, tuvo interacción con los videos, la galería de fotos y el cuerpo de la noticia con 13 párrafos. Además, se le facilitó llegar al final de la nota y tener mayor contenido para revisar si el tema le interesaba. Quizás, lo que le faltó a la noticia fue un video incluido en el medio de los párrafos para darle mayor dinamismo y consistencia. Mientras que, *Perú 21* solamente utilizó una fotografía y le añadió un video. De esta manera, otra forma de hacerse de los recursos digitales. Una alternativa para tratar una misma temática. Aquí se prefirió ser corto y fragmentaron lo más necesario para su lector. Con respecto al lenguaje SEO de ambos, se tuvo algunas imperfecciones porque no se repitió en todos los

párrafos. Lo ideal es que la palabra principal sea repetida en todo el texto sin importar la consistencia gramatical.

Con respecto a la espectacularidad entre lo íntimo y lo privado del personaje público, se puede notar que existe cierto "morbo" en la noticia porque se trata un tema delicado. La infidelidad de una persona publicada a nivel nacional. Sin duda, fue una de las noticias que más elaboración tuvo por parte de *Trome*. Claramente, una noticia que le genera mucho impacto a través de su público objetivo.

NOTA 05 - TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 24-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia: Jerson Reyes confirmará que tuvieron relación en febrero [FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-confirmara-tuvieron-relacion-febrero-fotos-24376>

Tabla 12

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos los tres nombres de los personajes en cuestión. No hay publicidad Notas relacionada al final del contenido
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o foto reportaje).	Galería de fotos
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	Efectivamente. Se repitió Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia en los párrafos.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	4 fotos

VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Se deja entrever una infidelidad por parte de Yahaira Plasencia. "Beto Ortiz consiguió sentar en el sillón rojo, de 'El Valor de la Verdad', al futbolista de Segunda división Jerson Reyes con quien Yahaira Plasencia le habría sido infiel a Jefferson Farfán en febrero de este año".
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Yahaira Plasencia quiso evitar que estos entretelones salieran a la luz y envió una carta notarial a la producción de 'Amor, amor, amor' para que no emitiera un informe en el que Reyes había dado detalles de la relación que tuvieron".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Por supuesto. Revelación de supuesto hombre que Yahaira Plasencia mantuvo una relación cuando estuvo con Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido web publicado por *Trome* es la repercusión que tuvo la noticia a través de dos programas de televisión: "Amor Amor Amor" y "El Valor de la Verdad". En cuanto a los recursos digitales, la noticia tiene el correcto lenguaje SEO y se le colocó el hipervínculo a los tres personajes en cuestión: Jefferson Farfán, Yahaira Plasencia y Jerson Reyes. No obstante, se utilizó una galería con 4 fotos. Un recurso que faltó fue un video para que complementara a la noticia. Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, aquí observamos el planteamiento de un tema sumamente delicado. Se habla sobre una supuesta infidelidad y lo que pudo haber generado en su pareja con Jefferson Farfán. Incluso, se dan detalles exclusivos de su conversación con el supuesto amante. Una noticia que genera "morbo" y el interés por la audiencia. Dada la coincidencia, que la supuesta infidelidad por parte de Yahaira Plasencia se dio con otro futbolista. Los límites se sobrepasaron y el personaje público estuvo en el ojo de la tormenta.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 9: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La primera fotografía de la galería es el personaje en cuestión. Se trata de Yerson Reyes, futbolista de la segunda división y por el que habría cambiado Yahaira Plasencia a Jefferson Farfán. En la postal se lo observa al hombre con una pose de galán, bien peinado y vestido para la sesión fotográfica. *Trome* sabe jugar con los recursos y aquí utilizó una fotografía descriptiva y que da contexto a la noticia.



Figura 10: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Para continuar con la historia, se coloca la fotografía de Yahaira Plasencia con un vestido y haciendo una pose para la cámara. Sin duda, el personaje público estuvo en el ojo de la tormenta cuando se difundió su infidelidad a nivel nacional. Sin embargo, siempre se mostró

contenta y predispuesta a aclarar la situación a pesar de sobrepasar los límites entre lo público y lo privado.

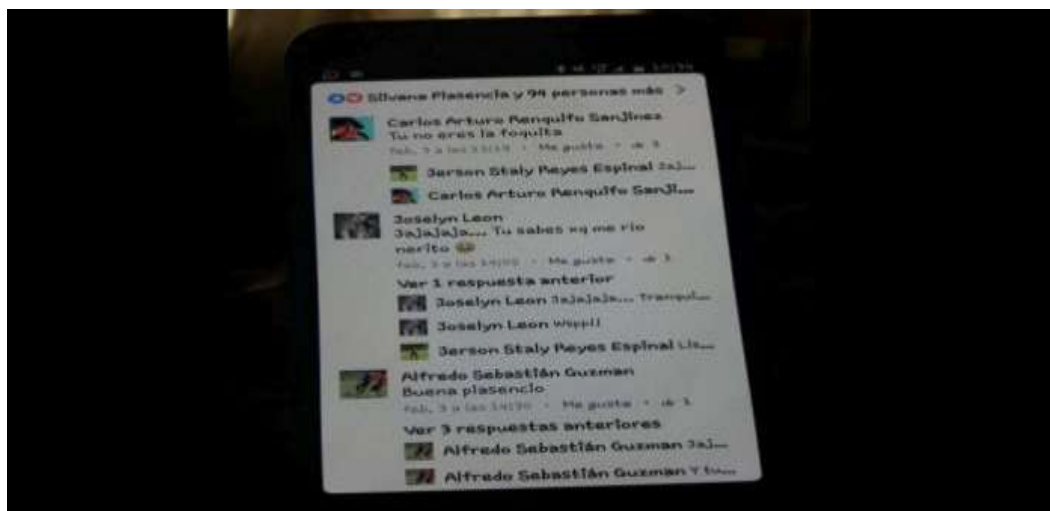


Figura 11: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la tercera fotografía, se muestra la prueba contundente donde a Yerson Reyes lo "molestan" en sus redes personales con Yahaira Plasencia. Para los medios de espectáculos, estas serían pruebas certeras donde se confirmaría la infidelidad. Los mensajes, comentarios y publicaciones fueron expuestos a través de los programas de televisión y repercutidos a través de las plataformas webs.



Figura 12: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Para cerrar la historia de la galería de fotos, se muestra a Jefferson Farfán. El futbolista reconocido a nivel internacional estaba envuelto en un tormentoso amorío con Yahaira

Plasencia. Los medios de comunicación lo mostraron como la persona que sufrió una infidelidad y lo criticaron duramente. Mientras que, en cuanto al recursos digital, *Trome* lo utilizó de la mejor manera para darle un punto final a esta historia de amor y tormento.

NOTA 05 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 10-09-16
- Titular: ¿Yahaira Plasencia le fue infiel a Jefferson Farfán? [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-le-infiel-jefferson-farfán-video-227910>

Tabla 13

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se colocaron los hipervínculos en los nombres de los dos personajes en cuestión. No tiene publicidad. Notas relacionadas en el cuerpo del texto y al final.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicado a través de sus redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Se deja entrever que Yahaira Plasencia fue infiel a Jefferson Farfán y se muestran evidencias claras. En <i>Perú21</i> lo colocan como interrogante.

Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Desde hace unos meses los rumores de una supuesta infidelidad de Yahaira Plasencia a Jefferson Farfán cobraban cada vez más fuerza y este viernes el programa Amor, amor, amor difundió un adelanto que confirmaría esa versión".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Genera repercusión por lo que representan ambos personajes.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 fue mucho más cuidadoso y lo colocó entre interrogante. En cuanto a sus recursos digitales, la noticia se encuentra posicionada y logró cumplir con todos los estándares. El lenguaje SEO se manejó con Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Se colocó una fotografía y se mantuvieron los hipervínculos en los dos personajes en cuestión. Además, se añadieron notas relacionadas en el cuerpo del texto y al final del mismo para mantener al usuario en la página web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, la situación es reiterativa. Los medios de comunicación se involucran demasiado en la vida privada de los personajes y son capaces de dañar la imagen de la persona con cuestiones relacionadas a su vida privada. No es necesario dar detalles o pruebas que generan "morbo" en la población. Sin embargo, los programas en el ambiente del espectáculo, tienen una gran medición de audiencia y este tipo de noticias son las que sirven.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

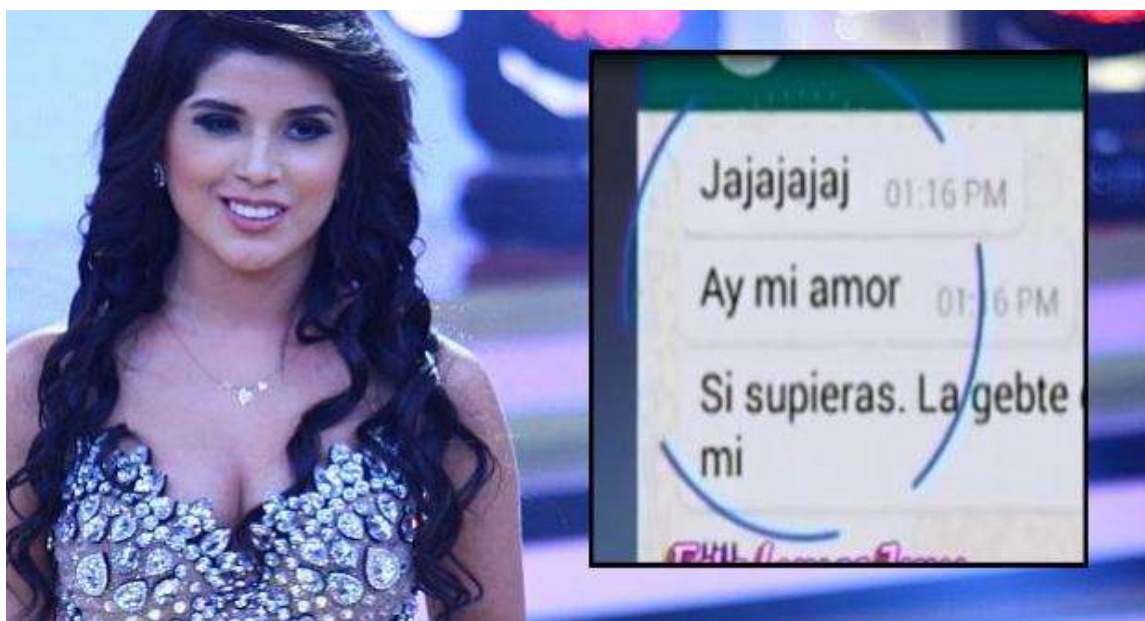


Figura 13: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Perú21 utiliza una sola imagen de composición. Se muestra en la izquierda a Yahaira Plasencia cuando se encontraba participando del programa de baile de Gisela Valcárcel y se añade una captura de pantalla sobre una conversación privada con su supuesta pareja. Con esta prueba, se estaría confirmando la infidelidad de Yahaira Plasencia a Jefferson Farfán. Una imagen clara, sencilla pero directa.

COMPARATIVO

Ambas noticias son reveladores, directas y contundentes. Con respecto a la conformación del contenido web, se utilizó debidamente el lenguaje SEO con los tres personajes involucrados en la infidelidad. Además, se ejecutan textos con más de seis párrafos y *Trome* utiliza una galería de imágenes para darle sentido a la noticia. Mejor aún, *Perú21* hace uso de una sola imagen para dar revelaciones sobre el caso de Yahaira Plasencia. Con respecto a las noticias relacionadas, *Perú21* lo hace más efectivo, al colocarlas dentro y fuera del texto.

Mientras que, con los límites entre lo público y lo privado, se sobrepasaron de manera increíble. Apareció un tercer personaje dentro de la relación de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán y mostrar sus pruebas reveladoras de infidelidad. Con este hecho, se generó una gran expectativa en los medios de comunicación con una gran cantidad de audiencia. No obstante, los contenidos webs fueron generados de inmediato para que el flujo aumente y permita un

movimiento importante en la red. Un acierto para los medios pero un daño irreparable para Yahaira Plasencia.

NOTA 06 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 26-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia: Jerson Reyes contó todo de la infidelidad a Jefferson Farfán [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-conto-infidelidad-jefferson-farfan-video-fotos-24536>

Tabla 14

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se colocaron correctamente los hipervínculos en los tres personajes públicos en cuestión. No tiene publicidad. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Galería de fotos y video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Se publicó a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Valor de la Verdad, Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Fue utilizada de programa de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	4 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Se habló durante dos horas sobre la infidelidad de Yahaira Plasencia en un programa de televisión y fue repercutido por los medios de comunicación.

Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Jerson Reyes reveló en 'El Valor de la Verdad' que la cantante Yahaira Plasencia le fue infiel a Jefferson Farfán con él. El futbolista de Segunda División contó detalles de su relación clandestina con la popular <i>Reina del totó</i> ".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Fue tema nacional en los medios de comunicación.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Programa de TV. Entrevista.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido web se encuentra plasmado correctamente. Los hipervínculos puestos en el primer párrafo y una galería de fotografías que muestran las capturas de pantalla del programa de "El Valor de la Verdad" donde se hace una importante revelación. No obstante, se colocan las notas relacionadas al final del contenido y eso le da orden a la plantilla. Finalmente, *Trome* utiliza un video para agregarle complemento a la noticia.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, aquí se realizan revelaciones que perjudican la imagen de Yahaira Plasencia sin importar lo que pueda generar en la esfera pública. Yerson Reyes manifestó que mantuvo una relación en febrero con la cantante a pesar de estar con Jefferson Farfán. Sin duda, fue una noticia que tuvo un gran rebote mediático en todos los medios de comunicación.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 14: Caso Yahaira Plasencia – Imagen del medio (composición del autor)

Trome realiza una galería de fotos con distintas capturas de pantalla del programa de televisión "El Valor de la Verdad". En la primera imagen se muestra a Yerson Reyes con un rostro de preocupación por lo que va revelar en el programa. Generalmente, es difícil analizar la situación corporal de una persona pero aquí, el participante, evidencia un estado claro de preocupación. Posteriormente, se muestra al futbolista a punto de responder la pregunta sobre la infidelidad de Yahaira Plasencia a Jefferson Farfán. No es una situación fácil. En la tercera y última foto, se lo observa con rostro confundido y nervioso. Capturas de pantallas que generan intriga para acceder a la nota. Un acierto del redactor para permitirle al usuario interesarse por el contenido.

NOTA 06 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 26-09-16
- Titular: Jerson Reyes contó detalles del supuesto 'affaire' que tuvo con Yahaira Plasencia [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/jerson-reyes-examigo-yahaira-plasencia-sentara-sillon-rojo-229005>

Tabla 15

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se colocaron los hipervínculos en los nombres de los personajes en cuestión. No tiene publicidad. Notas relacionadas en el medio y final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales. (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán, Valor de la Verdad
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Se dieron detalles reveladores sobre la infidelidad de Yahaira Plasencia en televisión nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"El valor de la verdad dará mucho de qué hablar. Se trata del futbolista Jerson Reyes, protagonista de polémicas conversaciones por WhatsApp con Yahaira Plasencia, los cuales se vincularon a una supuesta infidelidad de la cantante hacia Jefferson Farfán".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Fue el tema en cuestión durante meses de la televisión.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

La noticia en cuestión es reveladora. Se utiliza de manera correcta el lenguaje SEO para posicionar el contenido en el buscador. Además, se hace efectivo el recurso de la fotografía principal y el video. Los hipervínculos en los nombres de los actores principales hacen que el usuario permanezca más tiempo en la página y eso es efectivo para el medio.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, se hacen importantes revelaciones sobre la infidelidad de Yahaira Plasencia a Jefferson Farfán. Sin duda, fueron dos horas de importantes detalles del caso donde se dejó muy mal al personaje público y no pensaron de las consecuencias que podría traer tras la confirmación.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 15: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la fotografía se muestra a Beto Ortiz, conductor de "El Valor de la Verdad" y Yerson Reyes, futbolista de la Segunda División. En este caso, la imagen es referencial y no da muchos indicios sobre lo que se va tratar en la noticia. Sin embargo, el gesto de revelación, seriedad y complicidad de Beto Ortiz, nos indica que se darán detalles inéditos de una relación tormentosa. Por ende, permite al usuario que se interese por la noticia y acceda a la información. Mientras que, Yerson Reyes, se muestra con un rostro asustado, nervioso e incluso, con ganas de decir lo que sucedió e irse.

COMPARATIVO

Las noticias divulgadas por ambos medios de comunicación, fueron correctamente planteadas con sus recursos digitales para posicionarlas en sus buscadores. Los hipervínculos fueron puestos en los actores principales y se colocaron las notas relacionadas en el medio del texto (*Perú21*) y al final (*Trome*). Además, la galería de fotos son referenciales y solamente dan indicios de lo que va tratar el cuerpo del texto.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, en estas noticias, se dan detalles inéditos de la infidelidad como conversaciones y fotografías entre ambos. La suerte de Yahaira Plasencia está echada y los medios de comunicación empezaron a cuestionarla de manera insólita. No hubo tiempo para que se defendiera y tras su revelación, la imagen de Yahaira Plasencia quedó dañada de manera increíble.

NOTA 07 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 26-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia ¿Dónde está tras revelación de infidelidad? [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-revelacion-infidelidad-video-24602>

Tabla 16

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos los nombres de los actores principales de la nota. No tiene publicidad. Notas relacionadas en el medio y al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Galería de fotos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Se publicó a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Valor de la Verdad, Jefferson Farfán, Yahaira Plasencia
Nota informativa	Si lo es.

Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	6 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Es informativa. La noticia genera intriga con la reacción de Yahaira Plasencia ante esta situación de infidelidad.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Después de las revelaciones de Jerson Reyes en 'El Valor de la Verdad', en donde confesó que Yahaira Plasencia le fue infiel a Jefferson Farfán en el mes de febrero, se especuló mucho sobre el paradero de la cantante, quien había estado en la clínica por un cuadro de estrés".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Fueron las informaciones tras las revelaciones de infidelidad.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Si. Programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

La noticia está correctamente planteada. Es directa. En base a los recursos digitales, cuenta con los hipervínculos colocados en los nombres de los actores principales, para que el usuario permanezca el mayor tiempo posible en la página web. No obstante, cuenta con fotografías de Yahaira Plasencia y su madre. Además, se realiza la cita de una entrevista realizada al familiar de la artista en las afueras de la clínica.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia sufrió graves ataques en un programa de televisión a nivel nacional que pudo ser resuelto en su entorno personal. Los medios de comunicación siguieron cada paso que realizó la cantante en la vía pública tras el escándalo. La madre tuvo la deferencia de brindar detalles sobre su salud y dio tranquilidad a sus fanáticos.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 16: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Yahaira Plasencia es la primera imagen que aparece en la nota web. Aquí se muestra con el rostro desencajado. Se la nota molesta y contrariada. De esta forma, va en sintonía con la temática de la noticia. El redactor fue efectivo al colocar esta imagen como la principal. Esta se encuentra dentro del contexto tras las revelaciones de su supuesto amante. La escena se dio en el programa de *América TV* de Gisela Valcárcel.



Figura 17: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Yahaira Plasencia vuelve aparecer en la segunda fotografía de la galería. Se trata de una producción que realizó la modelo para una importante revista. Se la muestra ligera de prendas y con una mirada desafiante. El redacto la utiliza para llamar la atención del usuario

y porque se encuentra dentro de su archivo. Además, es funcional para el complemento de la noticia web.



Figura 18: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Yahaira Plasencia aparece en la tercera imagen de la galería. Hasta el momento deja de ser funcional porque no da mayores luces sobre lo que tratará la noticia. En la imagen se muestra vestida previa a un concierto con su orquesta. Este tipo de recurso digital, es simplemente para mantener al usuario en su página web, ya que cada fotografía genera tiempo y una vista más.



Figura 19: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)

En las tres imágenes posteriores se observan las capturas de pantalla con la entrevista que le realizaron a la madre de Yahaira Plasencia a la salida de la clínica. La madre confirmó que su hija se encontraba internada pero que estaba estable. En las imágenes se la muestra

preocupada, nerviosa y con un rostro desencajado por la situación de su hija. Con unos lentes negros, la mujer bajó la ventana del auto y dio cortas declaraciones a la prensa.

NOTA 07 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 23-09-16
- Titular: Madre de Yahaira Plasencia dio estos detalles sobre la salud de su hija [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/madre-yahaira-plasencia-dio-detalles-salud-hija-video-229050>

Tabla 17

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	La palabra Yahaira Plasencia tiene un hipervínculo en el primer párrafo. No tiene publicidad. Notas relacionadas en el medio y al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Es netamente informativa tras las revelaciones de su supuesto amante.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Tras conocerse que Yahaira Plasencia se encuentra mal de salud, la madre de la cantante Gloria Quintanilla se pronunció y negó que la pareja de Jefferson Farfán

	esté con un cuadro de estrés porque el domingo en El valor de la Verdad se emitían las revelaciones del futbolista de Segunda División con el que se la vinculó".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Generó repercusión por la atención del público sobre la situación de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Si. A través de un comunicado de la fuente oficial.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

La noticia se encuentra plasmada de manera correcta en la plataforma digital. Es corta con cinco párrafos, tiene las notas relacionadas en el medio y final del texto y se utilizó correctamente el hipervínculo en el nombre de Yahaira Plasencia en el primer párrafo. La composición es con texto e imágenes. No genera más que dar información al respecto del tema. Se hace mediante un comunicado oficial y es armada rápidamente para que no pierda ni vigencia ni inmediatez.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, se trata de un comunicado oficial por parte del representante de Yahaira Plasencia sobre lo sucedido en un programa de televisión. Se manifiesta que la cantante se encontró estable durante su internación y que pronto retornará a los escenarios. En este contexto, este tipo de noticia es netamente informativa y cuenta paso a paso lo que se realizará con Yahaira Plasencia tras los hechos suscitados en el mundo del espectáculo aquella época.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 20: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Yahaira Plasencia aparece en una de sus presentaciones de baile con un rostro de preocupación, nerviosa y como que estuviera observando una situación fijamente. *Perú21* hace uso de un recurso digital básico: contextualiza la nota con la imagen del actor principal. De esta manera, genera una mínima sensación de interés para conseguir la atención de su audiencia.

COMPARATIVO

Ambas noticias de los medios de comunicación son informativas. Se plasmaron correctamente con los recursos digitales. Fueron sencillas y directas. Se indica que Yahaira Plasencia se encuentra estable tras las revelaciones de infidelidad a Jefferson Farfán. Se colocaron los hipervínculos en los nombres de los actores principales y se pusieron las notas relacionadas al medio y final del contenido web. *Trome* utilizó la galería fotográfica con seis fotos mientras que, *Perú21* colocó una sola imagen que contextualiza la nota. Un estilo que forma parte de ambos diarios.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, son noticias elaboradas en base a declaraciones de los familiares sobre el estado de salud de Yahaira Plasencia. No se trasgrede ninguna información que escape a la realidad y se trata de un tema delicado. Los medios reflejaron la situación de forma veraz y sin tapujos. Un escándalo de infidelidad genera

mucha repercusión y genera el "morbo" de las personas. Esta vez no fue la excepción. Yahaira Plasencia fue denigrada en televisión nacional y se manchó su honra de manera increíble. Los prejuicios a flor de piel en los medios de comunicación.

NOTA 08 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 26-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia: Melissa Klug dijo esto sobre la infidelidad a Jefferson Farfán [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-melissa-klug-dijo-esto-infidelidad-jefferson-farfan-video-300>

Tabla 18

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos los nombres de los actores principales en el primer párrafo. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía. Un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán, Melissa Klug y Valor de la Verdad.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Tomada de un programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	

Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Un tercero toma la posta y empieza a criticar a la cantante Yahaira Plasencia tras las revelaciones de infidelidad.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Una entrevista donde se critica y se lanzan duras acusaciones contra la pareja de Jefferson Farfán. "Melissa Klug confirmó que vio 'El Valor de la Verdad' al lado del 'Churrito' Hinostroza, expareja de Yahaira Plasencia, por la cual ambos alborotaron las redes cuando insinuaron su encuentro para ver el programa y todos sobre esta relación clandestina que la cantante mantuvo en febrero con el deportista de segunda división".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Este tipo de noticias estuvieron en primera plana de los diarios y programas de televisión. Yahaira Plasencia era el personaje del momento.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	De un programa de TV es obtenida la fuente para armar la noticia.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido publicado por *Trome* es sencillo, directo y claro porque adicionalmente al texto se le agregó un video como complemento. A pesar de haberlo detallado en el texto, el video nos ayuda a contextualizar y a dar dinamismo al contenido digital. Pues una nota con solo texto y una foto, resultaría muy básico. No obstante, se utiliza los hipervínculos en las palabras claves y SEO que ayuda al medio de comunicación a posicionarse en la red. Finalmente, *Trome* coloca las notas relacionadas al final de la nota.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, durante la nota se nota entrever burlas y sarcasmo sobre la presunta infidelidad de Yahaira Plasencia. Es decir, Melissa Klug, ex pareja de Jefferson Farfán, aseguró días antes que ella pasó con una situación similar con la cantante cuando empezó la relación con el padre de sus hijos. En este caso, se dan detalles muy íntimos y que giran en el entorno de cada uno del personaje público. Además, se dio el lujo de desmentir que esté saliendo con alguien y trato de mantenerse "al margen" de la situación de su ex pareja y Yahaira Plasencia.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 21: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La fotografía que se utiliza en la noticia de *Trome* es una captura de pantalla de las declaraciones de Melissa Klug, ex pareja de Jefferson Farfán. En la imagen se observa a los conductores del programa "Amor Amor Amor", a Yahaira Plasencia cuando dio su versión sobre las declaraciones de Yerson Reyes en "El Valor de la Verdad" y Melissa Klug haciendo un enlace en vivo. En el titular de la nota televisiva se deja entrever que la ex pareja de Jefferson Farfán celebró la infidelidad.

NOTA 08 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 27-09-16
- Titular: Melissa Klug: ‘Si no fuera por el acuerdo que firmé, estaría destruyendo a Yahaira Plasencia’

<https://peru21.pe/espectaculos/melissa-klug-fuera-acuerdo-firme-estaria-destruyendo-yahaira-plasencia-229324>

Tabla 19

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos los nombres de los actores principales en el primer párrafo. No tiene publicidad.

	Tiene notas relacionadas al medio y final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Melissa Klug.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Tomada de un programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La ex pareja de Jefferson Farfán habló en televisión y a pesar de las restricciones, se refirió a la supuesta infidelidad de Yahaira Plasencia.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Melissa Klug se involucró una vez más en la relación de Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia. Además, afirmó sus intenciones de destruir a la ex pareja del padre de sus hijos. Los rumores de infidelidad se confirmaron a través de televisión nacional y otras figuras públicas también aprovechan para referirse al tema.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Genera repercusión por tratarse de un personaje principal dentro de esta historia. Melissa Klug, es la ex esposa y madre de los hijos de Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	La información fue obtenida a través de una noticia de un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

La noticia está planteada de manera básica en la plataforma de *Perú21*. Sin duda, los hipervínculos fueron colocados en los nombres de Melissa Klug y Yahaira Plasencia. El

titular es directo y da una cita textual sobre lo declarado por la ex esposa de Jefferson Farfán. La fotografía es una composición y da indicios de lo que va a tratar el contenido. Más bien, se pudo haber utilizado un video para complementar la nota.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Melissa Klug cuida sus palabras porque se está refiriendo al padre de sus hijos. Aquí empezamos a evidenciar los cuidados que a veces toman estos personajes cuando se trata de su familia. Sin embargo, de igual manera se enfrenta a las cámaras de televisión para "aprovechar" la coyuntura. En este caso, observamos el recurso de la necesidad del personaje público. Más allá de los cuidados al declarar, dejó entrever que se encontraba alegre por lo sucedido con Michelle Soifer y Jefferson Farfán. La razón fue que ella se lo advirtió públicamente que la cantante no era la adecuada para él.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 22: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Esta fotografía se trata de una composición. Aparece Yahaira Plasencia en un cuadro pequeño cuando hacía una de sus presentaciones en el programa de Gisela Valcárcel y a la derecha aparece Melissa Klug en una fotografía referencial con un gesto de felicidad. En esta oportunidad, la imagen nos da contexto y nos ayuda a dilucidar sobre lo que tratará la noticia. Sin duda, un recurso que complementa el titular. Más allá de este tratamiento noticioso, no existe. Se pudo haber utilizado una composición o generar una galería de fotos, aunque para este medio no es parte de su estilo.

COMPARATIVO

Ambas noticias están plasmadas con los recursos básicos digitales. En esta ocasión, *Trome* hace efectivo el recurso de la utilización de un video para complementar su texto. Aunque no lo crea, esta herramienta es sumamente efectiva porque permite mantener a su lector mucho mayor tiempo en la plataforma digital. Mientras que, *Perú21* solamente utiliza una fotografía para darle mayor contexto a la nota web. Las palabras SEO están puestas en Yahaira Plasencia y Melissa Klug, por lo que permitirá a los medios posicionarse adecuadamente en el buscador.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Melissa Klug, ex esposa de Jefferson Farfán, realiza picantes declaraciones en los canales de televisión a pesar de tener un vínculo familiar con el futbolista. Las revelaciones de infidelidad estallaron en el mundo del espectáculo y terminó perjudicando de manera contundente a Yahaira Plasencia. La intervención de terceros en este tipo de noticias es importante porque les ayuda a crecer en popularidad y estar vigente en los medios. A partir de ello, Melissa Klug sabe que aparecer en el medio hablando acerca de esta situación, le serviría mucho para amoldarse en el medio. Y así fue, sin decir mucho, los medios de comunicación se hicieron eco de sus declaraciones.

NOTA 09 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 27-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia: Jefferson Farfán molesto con revelación de infidelidad de la cantante [FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-farfan-molesto-revelacion-infidelidad-cantante-fotos-24558>

Tabla 20

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las tres principales palabras claves del texto. No tiene publicidad el contenido. Tiene notas relacionadas al final del cuerpo del texto.

Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Tres fotografías.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Valor de la Verdad.
Nota informativa	Información según sus fuentes.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Esta noticia es contenido propio de <i>Trome</i> . Realizan diversas afirmaciones según sus fuentes que son reservadas. Se cuenta información personal de Jefferson Farfán y una conversación privada con sus abogados. Sin embargo, esto es en el marco de las revelaciones de infidelidad.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"El escándalo de infidelidad de Yahaira Plasencia a Jefferson Farfán con Jerson Reyes ha incomodado mucho a la 'Foquita' y estaría cansado de estar involucrado en, lo que él llama, "asuntos extradeportivos" y por ello se estaría pronunciando en las próximas horas al respecto".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia genera repercusión porque fue divulgada como material exclusivo del medio luego de haber consultado con diversas "fuentes".
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Noticia elaborada a partir de unas aseveraciones no reveladas.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido de la plataforma digital es revelador, cuenta con seis párrafos y una galería de tres fotografías. En este caso, se hace de manera efectiva el lenguaje SEO en las palabras

claves: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y "El Valor de la Verdad". En cuanto a los recursos digitales, no se observa ni un video que pueda complementar el texto ni una narración de imágenes que cuenten un hilo conductor sobre la noticia.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, se puede observar que inician a especular sobre las acciones que tomaría Jefferson Farfán con Yerson Reyes, autor de las revelaciones de la infidelidad a nivel nacional. Además, se indica que desde Dubái, el futbolista tuvo contacto con sus abogados e indicaron que tomarán todas las acciones legales por su parte. Información exclusiva desde su seno íntimo que pasa a ser desde el dominio público cuando el entorno interfiere en la situación.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 23: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La primera fotografía de la galería es una composición de *Trome*. Aparece Yerson Reyes presentándose en el programa "El Valor de la Verdad" respondiendo preguntas incómodas y reveladoras. Además, en el lado derecho, se muestra a Jefferson Farfán con un rostro preocupado y nervioso. Claramente, es una imagen referencial pero que ayuda a generar una composición adecuada para contextualizar el contenido.



Figura 24: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la segunda imagen podemos observar a Jefferson Farfán captado en una situación diaria con un rostro tranquilo y agarrándose la gorra. Se lo muestra con la mirada fija en un punto y permite darle mayor referencia al contenido con su imagen. Recordemos que, el futbolista es famoso en nuestro país y también fue criticado por verse envuelto en este tipo de problemas. Finalmente, Farfán fue utilizado por los medios para realizar contenidos noticiosos de interés nacional a partir de un tema privado.



Figura 25: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la tercera fotografía, termina la historia de la galería con otra referencia del futbolista Jefferson Farfán. Aquí se lo muestra con la camiseta de la selección peruana en un partido de fútbol. Sin duda, el redactor contextualiza también sobre la relevancia de la noticia. Se

está hablando de un futbolista profesional de talla internacional involucrado en un tema de infidelidad.

NOTA 09 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 10-10-16
- Titular: Jefferson Farfán: “El único pecado de Yahaira Plasencia es haber tenido una relación conmigo”

<https://peru21.pe/espectaculos/jefferson-farfan-unico-pecado-yahaira-plasencia-haber-tenido-relacion-230442>

Tabla 21

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las dos palabras claves del texto. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas en el medio y al final cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Entrevista de un programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	En esta oportunidad, se hace la primera noticia en referencia a Jefferson Farfán tras las revelaciones de Yerson Reyes sobre la infidelidad de su pareja Yahaira Plasencia. Sin duda, este tipo de

	información fue recibida de un programa de televisión y no es propia.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Jefferson Farfán aseguró que el único pecado de Yahaira Plasencia es haber tenido una relación con él. Así lo indicó Luis Tudela, abogado de la cantante, que la representa en la demanda que le interpuso a Jerson Reyes tras sus declaraciones en El valor de la verdad".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia se genera tras la declaración del abogado de Jefferson Farfán tras analizar los pasos a seguir tras un tema delicado como la infidelidad.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Programa de televisión. (Entrevista)

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido digital está plasmado correctamente con seis párrafos de tres líneas, una imagen y notas relacionadas al medio y al final del texto. Las palabras SEO para posicionar la nota son Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. De esta manera, se logró generar contenido en los buscadores y hacer un flujo efectivo para el medio de comunicación. En este caso, las notas relacionadas sustituyen a las galerías y permiten a que las personas estén un buen tiempo en la plataforma digital.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos observar que los mismos abogados de Jefferson Farfán tuvieron que salir a aclarar la situación de su pareja y los pasos a seguir sobre la supuesta infidelidad. Sin duda, este tipo de noticias son informativas pero le permiten a los medios generar mayor movimiento en su red y que las personas identifiquen el medio. Es decir, una lucha constante con la competencia en los rubros que desempeñan.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 26: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La fotografía utilizada por *Perú21* es una composición entre los dos personajes en cuestión. En la imagen se observa a Jefferson Farfán con un rostro serio, a punto de molestarse y preocupado por su situación. Mientras que, en el lado derecho, Yahaira Plasencia se muestra con una cara pensativa, con un look renovado y con una postura firme de enfrentar las cámaras tras las duras críticas y acusaciones que se dieron en su contra.

COMPARATIVO

Ambas publicaciones son las primeras en hacer referencia a Jefferson Farfán. En primer lugar, con respecto a la conformación del contenido web, las palabras SEO son utilizadas correctamente y los hipervínculos hacen que el usuario permanezca más tiempo en el sitio. No obstante, la utilización de las notas relacionadas tiene su propio estilo en cada medio. Por ejemplo, *Trome* las inserta al final del cuerpo del texto y *Perú21* en el medio y al terminar. Dos formas de hacerse uso de los recursos digitales. Mientras que, la galería de fotos es funcional para *Trome* con tan solo dos composiciones y una referencial. El otro diario digital, *Perú21*, hace uso de una sola para dar pequeñas pistas del tratamiento de la noticia.

Por el lado del límite entre lo público y lo privado, Jefferson Farfán se pronunció por primera vez acerca del caso de su pareja y anunció sus medidas. Su cuerpo de abogados indicó que entablará una demanda contra Yerson Reyes y se defenderá públicamente sobre la vulneración a su vida íntima. En un primer lugar, se mostraron felices en las redes sociales

pero se les terminó saliendo de la línea el tratamiento de su relación. La infidelidad en medio de un escándalo mediático que fue aprovechado por los medios de comunicación para generar flujo y vistas por un tiempo prolongado en la web.

NOTA 10 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 30-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia: Yahaira Plasencia: Primo de Jefferson Farfán seguirá trabajando con salsera [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-primo-jefferson-farfan-seguira-trabajando-salsera-video-fotos-25242>

Tabla 22

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos los nombres de los actores principales. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Tres fotografías.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Valor de la Verdad y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Se realizó una aseveración tras las revelaciones de Yerson Reyes en "El Valor de la Verdad".

Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"¡Rompió su silencio! El primo de Jefferson Farfán y actual manager de Yahaira Plasencia, César Távara, reapareció para desmentir los rumores de un posible distanciamiento laboral con la salsera ahora que atraviesa un ola de críticas". (<i>sic Trome</i>)
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Generó repercusión por la atención del público sobre la situación de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido web fue plasmado correctamente con sus recursos digitales. (Texto, galería y titular llamativo). En base a una conformación simple del redactor, se puede hacer una noticia llamativa. Se colocaron los hipervínculos en los nombres de los actores principales y se insertaron notas relacionadas al final del texto. Cuenta con una galería de cuatro fotografías y con un video para complementar la noticia.

En tal sentido, con respecto a los límites de lo público y lo privado, se realiza una noticia en base a la confirmación de César Távara de continuar trabajando con Yahaira Plasencia. Luego de las revelaciones de una posible infidelidad con Yerson Reyes, el primo de Jefferson Farfán hizo caso omiso a las críticas y decidió continuar al lado de la salsera. En este caso, interpretamos que luego del tormento mediático, el trabajo no debía dejarse de lado. Tenían contratos pendientes y la "facturación" no podía faltar. Obviamente, cuidando más la imagen del personaje público tras ser señalada de inmoral. Es una especulación en base a lo dicho por los medios de comunicación.

Cabe señalar, que antes de la confirmación de la noticia, un panelista de televisión había asegurado que no iba a seguir representando a la salsera. (<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-primo-jefferson-farfan-trabajara-cantante-infidelidad-video-fotos-24595>).

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 27: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En esta fotografía, se tiene a Yahaira Plasencia junto a su manager de la orquesta. Resulta que su representante es familiar de Jefferson Farfán. Tras la confirmación, ambos continuarán vinculados contractualmente. La repercusión de la noticia está basada netamente en que se trata del primo de Jefferson Farfán. En la imagen, se lo muestra abrazado de Yahaira Plasencia en un aeropuerto internacional. Ambos sonríen y se muestran tranquilos.



Figura 28: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Aquí se observa a Yahaira Plasencia con su representante de la orquesta en un parque de diversiones de Estados Unidos cuando realizaron un viaje. En las imágenes se muestran felices y con la sensación que están disfrutando del viaje. Ambos con ropa ligera y con una sonrisa en su rostro. Sin duda, esto fue antes de las importantes revelaciones de infidelidad que involucraron a la cantante.



Figura 29: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Esta fotografía se trata de un episodio en su vida diaria. Aparecen los dos personajes vestidos *sport – elegante* para la cámara. La imagen utilizada por el redactor, nos permite tener indicios reveladores de lo que se va a tratar la nota. Incluso, la cara de ambos personajes es de felicidad a pesar del tema delicado que se trata en el contenido web. Quizás, se agotaron las fotografías de archivo pertinentes a la noticia y solo se limitaron a dar contexto.

NOTA 10 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 30-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia: Primo de Jefferson Farfán confirmó que seguirá trabajando con la cantante

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-primo-jefferson-farfan-confirmo-seguira-trabajando-cantante-229592>

Tabla 23

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos los nombres de los actores principales en el primer párrafo. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas en el medio y al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía. Captura de pantalla de una publicación en Facebook en el medio del texto.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Se trata de un comunicado oficial en cuanto a la situación profesional de Yahaira Plasencia.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Una noticia realizada por parte de la fuente oficial en comparación por lo realizado por <i>Trome</i> tres días antes. "César Távara, primo de Jefferson Farfán, desmintió en un comunicado que haya dejado de ser representante de Yahaira Plasencia tras las revelaciones de una presunta infidelidad de la cantante".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Generó repercusión por la atención del público sobre la situación de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.

Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En un programa de TV.
--	-----------------------

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

La noticia publicada por *Perú21* tiene todos los ingredientes necesarios para posicionarse de la mejor manera en el buscador. Los hipervínculos fueron colocados en Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Además, se utilizó una imagen funcional a la noticia y se colocaron notas adicionales en el medio de los párrafos, en la última oración y al final del cuerpo del texto. Esto permite al lector quedarse gran parte del tiempo en la red. Finalmente, cuenta con una captura de pantalla del pronunciamiento oficial del representante de Yahaira Plasencia en el medio de la nota.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, aquí existe un claro respeto por la situación que atraviesa Yahaira Plasencia. Es una noticia informativa donde se dan detalles sobre los pasos a seguir de la cantante con respecto a su situación laboral. Está claro que el entorno también es pieza fundamental en esta historia y las aristas que giran sobre la noticia. La expectativa estaba en lo que haría el primo de Jefferson Farfán. Finalmente, decidió continuar con la venia de su familiar. Una decisión que fue especulada por muchos pero que este medio de comunicación no se adelantó con ningún contenido hasta tener confirmada la versión de Távara.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 30: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La fotografía es funcional porque contextualiza lo que se tratará la noticia. Aparece Yahaira Plasencia junto al primo de Jefferson Farfán (representante de su orquesta) en una situación cotidiana. Es un recurso básico que da contexto pero no mayores luces de lo que va suceder en la nota. Puede ser válido pero siempre el lector solicita detalles adicionales para permanecer en la nota.

COMPARATIVO

A lo largo del presente análisis, se puede evidenciar que tienen dos estilos distintos de plantear sus noticias web con los recursos digitales. Son directos y utilizan herramientas básicas. Con cuatro a seis párrafos y notas relacionadas que ayudan al lector a permanecer mayor tiempo en la página. *Trome* utiliza una galería de cuatro fotos con composiciones y capturas de pantalla mientras que, *Perú21* utiliza una sola imagen para contextualizar el contenido.

Un detalle que llama la atención en ambas noticias es la premura por la primicia. *Trome* publica el 29 de septiembre un contenido con una información que confirma la renuncia del primo de Jefferson Farfán en la orquesta de Yahaira Plasencia tras las revelaciones de infidelidad (<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-primo-jefferson-farfan-trabajara-cantante-infidelidad-video-fotos-24595>). Sin embargo, *Perú21* no se adelantó a ninguna publicación hasta esperar la confirmación de Távara. Tras tres días, ambos medios realizaron la confirmación. En este caso, somos testigos que los medios de comunicación tienden a especular para ganar vistas en sus páginas webs. *Trome* fue más enfático y lo aseveró en base a una declaración de un polémico panelista de televisión. Tras unos días, Távara dijo que continuará y que asumirán con responsabilidad los vínculos contractuales que tienen por delante. En este caso, *Perú21* respetó el sentido periodístico y esperó con prudencia la versión oficial. Está demás decir, que la repercusión del caso está basada en que el familiar de Jefferson Farfán continuará al lado de la salsera a pesar de los detalles de infidelidad divulgados en televisión nacional.

NOTA 11 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 21-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia demanda a Jerson Reyes por 100 mil dólares [FOTOS]

Tabla 24

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves del primer párrafo. Tiene notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Galería de 3 fotografías.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	En esta parte del caso Yahaira Plasencia, se empieza hablar acerca de llevar las declaraciones de Yerson Reyes a la vía judicial. Temas serios que van más allá del ambiente del espectáculo.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Yahaira Plasencia cumplió su advertencia y demandó a Jerson Reyes, tras sus declaraciones en 'EL Valor de la Verdad' que revelaron una supuesta infidelidad de la cantante".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El contenido web genera fluido en la red porque se trata de un tema de interés del usuario. El lector necesita saber cuáles han sido las amenazas.

Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Noticia elaborada en base a las declaraciones de las figuras públicas.
--	--

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido web es completo. Tiene fotografías, los hipervínculos están correctamente establecidos en los nombres de posicionamiento SEO y le permiten al lector orientar y contextualizar sobre la noticia. Por ello, el redactor debe ser conciso y directo. En este caso, un video podría ayudar a sincronizar la nota. Se pudo haber colocado las declaraciones de Yerson Reyes para darle mayor contexto al contenido. Mientras que, el titular llama poderosamente la atención por la implicancia del tema y las consecuencias que podía traer estas declaraciones.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, cuando un tema se hace tan mediático, es difícil parar con la repercusión. Los mismos familiares sienten la necesidad de salir al frente y defender al personaje del espectáculo. Muchas veces, lo que no se cuida son las formas, la manera en la que se expresa y las consecuencias que puede traer este tipo de escándalos. Como lo marcamos en el marco teórico, los medios de comunicación se hacen eco de estas noticias y no evalúan las consecuencias que puede generar. La demanda en cuestión ya es un tema serio que pasa más allá del *show* televisivo.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 31: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La primera fotografía de la galería es una composición. Se observa por el lado izquierdo a Yahaira Plasencia en una presentación de un programa de televisión. Mientras que, por la derecha, se coloca a Yerson Reyes cuando declaraba a nivel nacional la infidelidad de la cantante. Su gesto es de preocupación y nerviosismo. Generalmente, este tipo de fotografías nos dan solamente contexto.



Figura 32: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la segunda fotografía, tenemos otra imagen de referencia. Aquí se observa a Yerson Reyes sentado en el sillón rojo de "El Valor de la Verdad". Se lo muestra tranquilo y a la vez preocupado por las duras revelaciones que iba hacer sobre el personaje público del momento. En este caso, el futbolista no midió lo que podría generar sus declaraciones sobre infidelidad.



Figura 33: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la tercera imagen se observa una nueva composición de Yahaira Plasencia y Yerson Reyes. En esta ocasión, también el redactor trató de dar contexto a la situación y a lo que se podía encontrar el usuario con el texto. Es un recurso válido basado en composiciones y que generan un hilo conductor para la historia. Incluso, le da mayor efecto visual a la nota. Los personajes públicos en primera plana generando uno de los escándalos más sonados de la última década.

NOTA 11 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 30-09-16
- Titular: Yahaira Plasencia entabló demanda contra Jerson Reyes por delito de injuria

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-entablo-demanda-jerson-reyes-delito-injuria-231713>

Tabla 25

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. Tiene notas relacionadas en el medio y al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una sola fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	

Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Este tipo de información permite ver que los medios son utilizados por los mismos personajes para dar información acerca de las medidas que toman tras vulnerarse los límites entre lo público y privado.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Yahaira Plasencia presentó el último viernes la demanda legal contra el arquero de segunda división Jerson Reyes, quien se presentó en El valor de la verdad, y dejó la querrela en la mesa de partes del Poder Judicial".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El contenido web genera repercusión porque es una noticia fuerte donde se ven temas legales y se hablan de fuertes sumas de dinero.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Noticia elaborada a partir de las declaraciones de los mismos protagonistas.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

La noticia digitalmente tiene los recursos justos y necesarios. Cuenta con cuatro párrafos, se puso solamente el hipervínculo en el nombre de Yahaira Plasencia y una nota relacionada en el medio del texto. Adicionalmente, una sola fotografía que da contexto a la situación. Sin embargo, el titular de la noticia, permite que genere intriga al lector. La cantidad de dinero y hablar de una situación legal hace que el usuario no dude en ingresar al contenido.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, este tipo de noticias son aquellas que dan flujo en la red y permiten al medio estar presentes en los buscadores. Además, son producto de las revelaciones que hizo Yerson Reyes en televisión nacional. Es decir, los contenidos webs se arman en torno a una situación y esto permite generar notas adicionales a la central. En cuanto al rigor periodístico vemos que es muy vago porque solamente se basan en declaraciones dadas en televisión.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

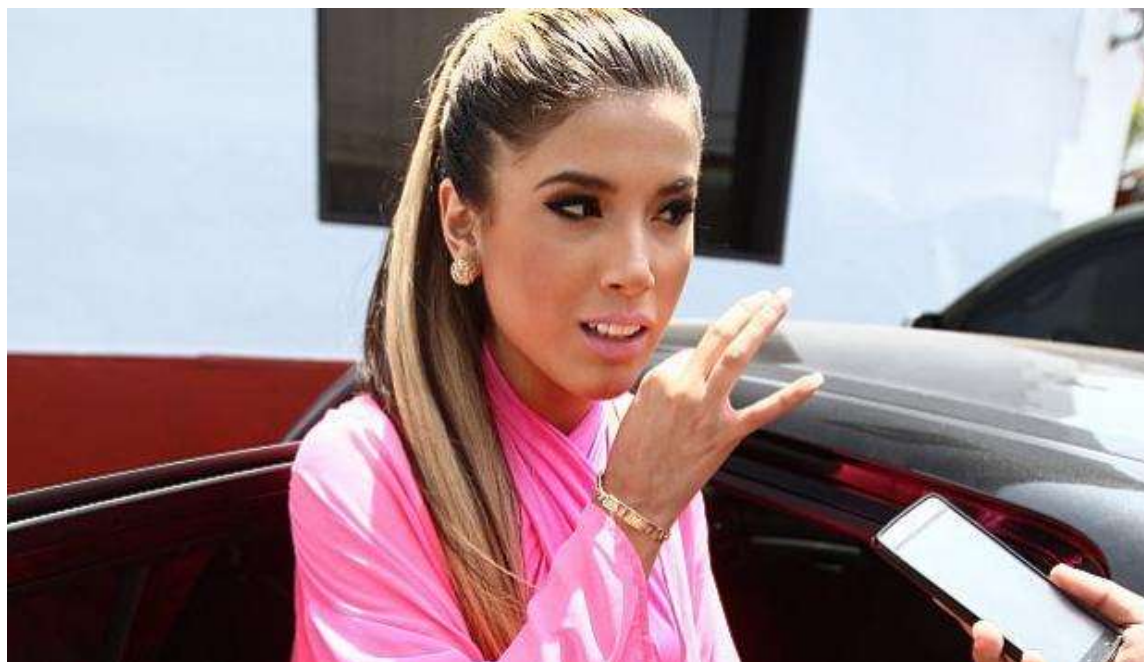


Figura 34: Caso Yhaira Plasencia – imagen del medio

En esta fotografía del contenido web, podemos observar a Yhaira Plasencia declarando ante la prensa con un gesto desafiante. El redactor web de *Perú21* utilizó la imagen para dar contexto y ayudar al lector a identificar a los personajes involucrados. Además, es una fotografía contundente porque justo fue captada la protagonista en una posición de nervios y preocupación por la situación que le toca atravesar.

COMPARATIVO

El contenido web de ambas publicaciones son informativos. Permiten al lector identificar claramente los recursos digitales utilizados como los hipervínculos, galería de fotografías y notas relacionadas. Lo rescatable de las dos noticias es que quieren posicionarse de la mejor manera en los buscadores de *Google*. En 2016, Yhaira Plasencia era una de las palabras más buscadas y requeridas por las personas. Sin duda, la noticia generaba repercusión y debían estar planteadas con las herramientas necesarias y básicas.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, este tipo de noticias son parte de las controversiales revelaciones de Yerson Reyes. Pues manifestar que fue infiel a uno de los jugadores más queridos por la afición peruana, generó indignación y comentarios ofensivos en las redes sociales. Entonces, los medios sabían de la importancia de realizar contenidos sobre Yhaira Plasencia. Cualquier tipo de esta información, permitía tener un buen flujo en

la red. Estamos hablando de temas serios que van más allá del espacio del espectáculo. Aquí se hace mención a una demanda judicial hacia Yerson Reyes y que podría tardar unos buenos años. Sin embargo, a Yahaira Plasencia se la ve decidida a ir por todo contra este personaje que la acusó de infiel.

NOTA 12 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 11-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia arremetió contra conductores y productores de Latina [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-arremetio-conductores-productores-latina-video-26250>

Tabla 26

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves del primer párrafo. No tiene publicidad el contenido web. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una sola fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Valor de la Verdad.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	De un programa de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia incrimina a los conductores de un programa de

	televisión por los constantes ataques que ha recibido a su vida privada y los prejuicios que se han emitido a nivel nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La noticia gira en torno a Yahaira Plasencia y las amenazas a los conductores del programa "Amor Amor Amor". A la cantante la acusaron de infiel basándose en las declaraciones de una sola persona y sin contrastar información. "Yahaira Plasencia dio la cara y habló tras el escándalo de supuesta infidelidad que reveló Jerson Reyes en 'El Valor de la Verdad'. La salsera no solo se refirió al futbolista de segunda división sino que también criticó la cobertura que se le dio al tema, especialmente por parte de <i>Latina</i> ".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La publicación de la noticia es fuerte porque aparecen otros actores en la controversial situación de infidelidad.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Noticia elaborada a partir de las entrevistas dadas en el medio local.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido web es directo, tiene citas textuales de sus declaraciones en un programa de televisión y contiene un video entre el cuerpo del texto. A diferencia de las otras noticias analizadas de *Trome*, podemos observar que tiene un contenido adicional como es la prueba fidedigna de donde se extraen las declaraciones (fotos al medio del texto). Además, evitan la galería de fotos porque basta con un video de dos minutos que le permitirá al lector quedarse un tiempo prolongado en la plataforma digital. En cuanto al SEO, el redactor identifica como palabras claves las de Yahaira Plasencia, Rodrigo Gonzáles y Gigi Mitre.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia llegó a un punto de tener que llorar en cámara para que paren de hablar de su imagen. Sin embargo, algunos programas de espectáculo, se aprovecharon de esta condición y generaron comentarios ofensivos hacia su supuesta infidelidad. En este tipo de publicaciones, queda evidenciado lo que puede realmente le interesa al público. Los conductores fueron acusados por Yahaira

Plasencia de dar comentarios denigrantes, insultos y hasta de burlarse de su situación a pesar del mal momento. La cantante fue tajante y no dudó en referirse a ellos.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 35: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Yahaira Plasencia: "No solo hablan de mí, sino de mi familia, se burlan, me hacen *bullying*, ponen apodos, me insultan". La fotografía es una captura de pantalla y la leyenda da mayores luces al lector de lo que va a tratar en el contenido web. La figura pública aparece totalmente cambiada de look, renovada y con una cara no muy a gusta con la situación. Durante aquellos meses, a la cantante, le sobrepasó la situación y no supo manejarla ante tanto ataque por parte de la misma prensa y otras figuras del espectáculo.

NOTA 12 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 10-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia: "No he visto a una artista a la que le hayan hecho tanto bullying como a mí"

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-he-visto-artista-le-hayan-hecho-bullying-mi-230407>

Tabla 27

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo la palabra clave de Yahaira Plasencia. Tiene notas relacionadas en el medio y al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una sola fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	De un programa de televisión.
Reportaje	Reportaje de Día D – ATV.
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia brinda otra entrevista a nivel nacional en un programa de actualidad. Aquí realiza varias confesiones en torno a la infidelidad y evita hablar del tema de Jefferson Farfán. Su vida íntima es publicada en todos los medios y se vuelve mucho más mediática.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Yahaira Plasencia brindó una exclusiva a <i>ATV</i> y <i>Perú21</i> lo reprodujo a través de su plataforma web. "Luego de varias semanas de silencio, la cantante Yahaira Plasencia salió a defenderse de los ataques en su contra y respondió a la serie de ataques que ha recibido en los últimos días".

Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia es la repercusión de un reportaje de un programa de televisión y permite al medio digital basarse en ello para realizar un contenido web con sus recursos.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Noticia elaborada a partir de la entrevista de un programa de actualidad y relevancia nacional.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido web de *Perú21* es más serio y sencillo. La publicación tiene una fotografía, cinco párrafos y un video en el medio del texto. Además, cuenta con un hipervínculo en la palabra clave del texto, mientras que el SEO está distribuido correctamente durante la publicación. Como lo habíamos aclarado en el marco teórico, para posicionar la nota en los buscadores, el nombre de Yahaira Plasencia, debe ser repetido en todos los párrafos. Recursos y estrategias utilizadas por los medios para alcanzar los objetivos en la red.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia manifestó en un reportaje de un programa de televisión ajeno al espectáculo, que nunca había visto tanta agresión a una figura del medio. Sin duda, los comentarios agresivos y de violencia que se produjeron tras las revelaciones, fueron muy duros para Yahaira Plasencia. Se complicó su salud e incluso, tuvo que cambiar su aspecto físico para mostrar una renovación. Y la prensa, no estaba alejada de ello y generó una gran cantidad de noticias con respecto a su situación sentimental. Obviamente, el nombre de Jefferson Farfán estaba en el medio de todo. Su carrera profesional, corría peligro por estar en las páginas de espectáculos y no en las deportivas.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 36: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Yahaira Plasencia se mostró renovada. Con un look cambiado y totalmente angustiada por la situación. La infidelidad era un tema delicado porque no solo afectaba su vida privada sino que la profesional. La cantante paralizó todo tipo de actividad y se refugió en sus seres queridos. La situación la sobrepasó y tuvo que dar finalmente la cara. En esta oportunidad, la captura de pantalla, da contexto a la nota y se apoya con el video en el medio del texto. Además, deja constancia que la noticia se basará en las declaraciones dadas en el programa de televisión.

COMPARATIVO

Las dos noticias webs utilizadas por los medios de comunicación son concretas. Yahaira Plasencia es la palabra SEO para posicionar el contenido web. Además, insertaron un video en el medio del texto como pieza complementaria. Las imágenes utilizadas en la nota son capturas de pantalla del reportaje en televisión y sirvieron para darle contexto al contenido. Como se mencionó en nuestras bases teóricas, las plataformas digitales buscan generar noticias con respecto a la repercusión y al *show* mediático que realizan estos personajes públicos.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia se defendió de las constantes críticas sobre su supuesta infidelidad y los prejuicios que empezaron a surgir desde que apareció en los medios. Sin duda, fue una situación que mostró el peor lado del ser humano y se vio vulnerada por el comentario de la gente en la calle, las opiniones vertidas en los medios de comunicación y la reacción de su familia en medio de la crisis. *Perú21* y *Trome* sabían que el nombre de Yahaira Plasencia le servía para generar flujo en la red y mayor cantidad de visitas. Por tal motivo, el escándalo mediático le empezó a ser útil a los medios pero ya no al personaje al verse tan vulnerada y expuesta en diversas páginas de internet, programas de televisión y portadas de diarios escritos.

NOTA 13 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 29-09-16
- Titular: ¿Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán terminaron por escándalo de supuesta infidelidad? [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/jefferson-farfan-habria-confirmado-relacion-yahaira-plasencia-fotos-27668>

Tabla 28

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Valor de la Verdad. No tiene publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una foto de portada, una foto al interior y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y "El Valor de la Verdad".
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	De un programa de televisión.

Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Tras la supuesta infidelidad, el medio de comunicación realiza una interrogante sobre el fin de la relación entre Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia. Sin duda, las fuertes revelaciones hicieron que el mundo del espectáculo y deportivo se unieran entre sí. Los sectores más populares empezaron a criticar a la cantante por la manera de manejarse ante las cámaras. Además, la defensa de las personas se volcó hacia el futbolista y terminó dejando mal parada a Yahaira Plasencia. Una situación difícil de controlar.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Gira en torno al programa más visto de la televisión peruana en aquel entonces, "El Valor de la Verdad" por <i>Latina</i> . "Tras contar que estuvo en el búnker de Jefferson Farfán, la 'Chama' Alexandra Méndez confirmó que la 'Foquita' le contó que ya no mantiene ninguna relación sentimental con Yahaira Plasencia".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia da detalles inéditos del fin de la relación entre los personajes públicos y genera el interés del público tras iniciar con un titular en pregunta.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Texto elaborado con declaraciones de un tercero.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido web elaborado por el diario digital *Trome* está correctamente planteado en cuanto a los recursos digitales. En este caso, el redactor utiliza el lenguaje SEO para posicionar perfectamente la noticia en el buscador con las palabras claves y también añade

notas adicionales dentro del texto como al final para complementar la información al lector. De esta manera, el medio ganará mayor permanencia del usuario en la página. No obstante, se tiene una sola fotografía de Jefferson Farfán, el personaje principal de la nota. Es decir, estamos analizando un adecuado tratamiento noticioso en cuanto a la relevancia de la información.

Por otro lado, en cuanto a la vulneración de los límites entre lo público y lo privado, escapa de las manos del redactor y debe generar misterio sobre una situación muy personal de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Tras la infidelidad con Jerson Reyes, el medio de comunicación *Trome*, inició con una serie de publicaciones sobre la incertidumbre de la relación y los pasos a seguir luego del escándalo mediático. Este es un recurso válido que es utilizado para que los lectores no pierdan la vigencia de la noticia y estén al tanto de cualquier detalle.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 37: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La galería fotográfica del redactor es básicamente una imagen de Jefferson Farfán. Se lo observa dando una conferencia de prensa (viste ropa de una marca). En este caso, estaríamos hablando de un aprovechamiento de los personajes públicos con los medios de comunicación. En aquel momento, los personajes públicos decidieron no hablar más del tema y los medios necesitaban tener más portadas. Por ello, dan inicio a una serie de publicaciones de pura especulación con respecto al escándalo.

NOTA 13 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 20-10-16
- Titular: Jefferson Farfán habría terminado su relación con Yahaira Plasencia [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/jefferson-farfan-habria-terminado-relacion-yahaira-plasencia-video-231282>

Tabla 29

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Tiene publicidad en el video insertado. Tiene notas relacionadas al final y en la mitad del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una sola fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	1 fotos
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La noticia es publicada en el mes de octubre y es una suposición del medio de comunicación sobre la relación de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Tras la revelación de la infidelidad, distintos medios se preguntaron sobre la posibilidad de ruptura. "Jefferson Farfán habría terminado su relación con Yahaira Plasencia, según la

	modelo venezolana Alexandra 'La Chama' Méndez".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El contenido web es controversial porque da detalles sobre lo que sucedía con la relación entre Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán en aquel momento.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Elaborado en base a las declaraciones de un tercero.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Se trata de una noticia elaborada por *Perú21* de forma correcta para generar ganancias en su medio. En primer lugar, coloca tres párrafos iniciales donde se dan detalles principales de la noticia. Seguidamente, se inserta un video para permitir que la publicidad aparezca y además, esta estructura le da un orden al contenido. Posteriormente, el cuerpo de texto se termina con dos párrafos. Una noticia que es utilizada de manera inteligente para generar los recursos digitales que nos otorga la red. Como es de costumbre, se añadieron los hipervínculos en las palabras claves y se colocaron las noticias adicionales para que el lector continúe en la página.

Con respecto al límite entre lo público y lo privado, esta noticia es generada increíblemente por un tercero a la relación entre Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. La modelo venezolana, Alexandra Méndez, indicó que ellos ya habrían puesto punto final a la relación. De manera sorpresiva, también dijo que el mismo futbolista la había invitado a una fiesta en su vivienda. Sin embargo, no aclaró que aquella salida fue hace un tiempo. Aparentemente, sus declaraciones son verdad.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 38: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La imagen es una escena propia de ambos personajes. Se los muestra felices y enamorados. Pues se trataba de una captura que ellos realizaron al inicio de su relación. El futbolista está recostado sobre el pecho de la cantante y le da un beso en su cuello. Mientras que, Yahaira Plasencia mira fijamente al lente con una sonrisa en su rostro y muy bien maquillada para la ocasión. Sin duda, el redactor utilizó esta imagen para comparar ambas situaciones, la felicidad en el pasado y la decepción luego del transcurrir del tiempo.

COMPARATIVO

Ambas publicaciones nos permiten observar un tratamiento noticioso acorde a las circunstancias. *Trome* y *Perú21* saben de la importancia que es generar vistas para sus páginas webs a través de contenidos relevantes. Por ello, había que ser didáctico y darle al lector un valor agregado. Los dos medios decidieron añadir más notas relacionadas para darle contexto al supuesto fin de la relación entre Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia. Ambas plataformas insertaron videos de contextualización y fotografías abridoras de los personajes. No obstante, se colocaron bien las palabras claves y se permitió posicionar las publicaciones en el buscador.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos observar que son netamente especulaciones. Los diarios se basaron en las declaraciones de un tercero. En esta ocasión

podemos determinar que los medios utilizan en varios de sus contenidos interrogantes o afirmaciones no tan certeras. Es decir, debemos analizar el rigor periodístico con el que se manejan y publican la información. Por ejemplo, cualquiera de los dos personajes involucrados, pudo haber salido a desmentir la publicación y dejar en ridículo a los medios de comunicación. Con relación a este tema, en muchas ocasiones, se tergiversa o dicen mentiras solamente para aprovechar el escándalo y no se sabe el impacto negativo que puede generarle tanto a la plataforma web como al personaje público.

NOTA 14 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 02-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia: Así fue su regreso a los escenarios tras escándalo por supuesta infidelidad [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-regreso-escenarios-escandalo-supuesta-infidelidad-video-25412>

Tabla 30

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo la palabra clave de Yahaira Plasencia. No tiene publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Galería fotográfica y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotos

VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Luego de haberse confesado en un programa de televisión y haber pasado por problemas de salud. Yahaira Plasencia volvió aparecer ante su público y esta vez lo hizo en un concierto. Tras la revelación de una supuesta infidelidad, los medios estuvieron pendientes sobre cada acción que realizaba. Yahaira Plasencia apostó por más y siguió dando detalles reveladores de su vida privada.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Yahaira Plasencia apareció nuevamente en los escenarios luego del escándalo de infidelidad con Jerson Reyes. La cantante lució un semblante demacrado y no se animó a mover el totó frente al público que la estuvo esperando en la discoteca de Huancayo, evento que confirmó a través de su jefa de prensa".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La repercusión sobre la aparición en público de Yahaira Plasencia. Su presencia fue muy esperada por todos los medios dedicados al espectáculo. La cantante está en el ojo de la tormenta y como dice la popular frase: "el <i>show</i> debe continuar".
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Basado en informaciones divulgadas en medios televisivos.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido web cuenta con cinco párrafos, tres fotografías en la galería y dos videos en el cuerpo de texto. Además, se colocaron los hipervínculos en los *tags* (consolidado de todas las noticias relacionadas a la persona) de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. El material audiovisual permite complementar la noticia y darle otro sentido al espacio noticioso. En este caso, se habla del regreso de la cantante a los escenarios y los videos permiten observar

su aparición en público tras el escándalo. Finalmente, se agregan las notas relacionadas, que son parte del estilo de todos los diarios en la red.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, en este caso podemos demostrar que no todo se trata de aspectos negativos o que puedan generar morbo. Al ser una figura del espectáculo, le permite generar portadas a través de cada situación que realice. Por ejemplo, establecemos que el personaje aprovecha la coyuntura para sus propios intereses. Es decir, vincula su trabajo con sus problemas mediáticos. Yahaira Plasencia sabía que una presentación en público, tras las revelaciones de infidelidad, iba a generar un incremento de venta de entradas y una atención desmedida por parte de los medios. Y así fue, apareció en público y otra vez, su vida privada estuvo por encima de su propio trabajo. Las cámaras de televisión abarrotaron el concierto y su espectáculo quedó en segundo plano. Algunos la aplaudían, otros la insultaban. Es el precio de la fama que los personajes públicos tienen que afrontar debido a su exposición. El secreto está en saber manejar este tipo de situaciones para no amilanarse emocionalmente.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 39: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En este caso, podemos observar a Yahaira Plasencia con un look totalmente distinto al del inicio de su relación. Está en el medio de su grupo y posa con una sonrisa en el rostro. Por supuesto, al estar en el ojo de la tormenta, su regreso debió ser "a lo grande". Por ello, subió una fotografía a las redes con su grupo y pudo evidenciar que se encontraba en óptimas

condiciones para seguir con su carrera profesional y supuestamente olvidar los escándalos. Sin embargo, los medios no perdieron la oportunidad para tener una respuesta sobre la infidelidad a Jefferson Farfán.



Figura 40: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la segunda imagen de la galería, podemos observar a Yahaira Plasencia con otro atuendo al de la primera. El redactor utilizó el recurso de captura de pantalla a un reportaje que emitió el programa "Domingo al Día" de *América Televisión*. Lo llamativo es el titular que se muestra en el reportaje: "Pifean a Yahaira Plasencia". Sin duda, tenemos un panorama más claro de la opinión de la audiencia con respecto a la situación de la cantante.



Figura 41: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la tercera imagen de la galería, podemos observar que el redactor acercó la captura de pantalla y creyó conveniente tener a Yahaira Plasencia en un solo plano. Muchas veces, este recurso puede ser válido cuando la calidad de imagen es la adecuada. Sin embargo, en esta ocasión, no es la más acertada y se encuentra borrosa. En el espacio digital, aunque no lo crea, es vital tener un recurso de óptima calidad e impactante para el lector.

NOTA 14 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 02-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia reapareció sobre los escenarios tras permanecer internada en clínica [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-reaparecio-escenarios-permanecer-internada-clinica-video-229713>

Tabla 31

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo la palabra clave de Yahaira Plasencia. Tienen notas relacionadas en el medio y al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	Emitido en el programa de <i>América TV</i> .
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Al tratarse de una noticia informativa, los medios debieron buscarle el valor

	agregado. En este caso, el titular o la fotografía podría ser un recurso válido para llamar la atención del lector. A partir de allí, accederá al contenido para enterarse de lo sucedido con la cantante en su esperado regreso.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La polémica y repercusión que tuvo el regreso de Yahaira Plasencia a los escenarios tras la presunta infidelidad a Jefferson Farfán.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La repercusión de la noticia gira en torno a la reaparición de Yahaira Plasencia en los escenarios y su estado de ánimo tras supuestamente estar distanciada del futbolista Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Reportaje del programa de TV "Domingo al Día".

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 entiende que para posicionar su contenido y permitir que el lector permanezca mayor tiempo en su página, debe colocar noticias relacionadas entre párrafos. En este caso, las colocó al final del primero, resultando incómodo para lector al momento de continuar con la lectura. Por otro lado, insertó el hipervínculo en la palabra clave de Yahaira Plasencia. Además, el recurso del video, hace que el texto se complemente. Siempre, en el aspecto digital, será bienvenido el recurso audiovisual porque una noticia con mucho texto, no es favorable para el medio ni es del agrado del lector.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, los medios de comunicación plasman una noticia informativa a partir de una polémica. En esta instancia, el redactor explicó que la cantante había reaparecido en medio de un revuelo mediático tras estar internada en una clínica supuestamente por las revelaciones de infidelidad. Sin duda, la noticia no es por su trabajo de cantante ni por un lanzamiento de un disco, Plasencia se muestra en público luego de las fuertes declaraciones de Yerson Reyes en un programa de televisión.

En innumerables ocasiones, *Perú21* aprovechó esta historia de desamor para generar mayor flujo en la red. Es decir, de una situación cotidiana y que no genera mayor atención, los mismos medios y la audiencia se interesaron para acudir a un concierto y conocer el estado

de salud de la cantante tras haber sido acusada de inmoral. Este tipo de relatos amorosos, logran un impacto sustancial en el público y es también aprovechado por los personajes públicos. Por lo tanto, dirimimos que mientras más escándalo mediático, más trabajo y mejora salarial.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 42: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En este caso, *Perú21*, utilizó el recurso digital de la captura de pantalla y una sola imagen para contextualizar la noticia. Claramente, es la misma que añadió *Trome* pero sin el *banner* del reportaje de televisión. Allí aparece Yahaira Plasencia sobre el escenario interpretando una canción junto a sus compañeras de orquesta. Se la observa tímida y con la mirada puesta en sus fanáticos. Siguiendo el estilo del diario, nos indica que simplemente es para generar contexto y tener concordancia con el titular.

COMPARATIVO

En esta situación, ambos medios siguen sus estilos plasmados en sus contenidos digitales. Utilizaron videos para complementar la nota y repitieron las palabras claves a lo largo del texto. *Trome* creyó conveniente que una galería con capturas de pantalla del reportaje televisivo de *América TV* iba a ser funcional a la nota. Mientras que, *Perú21* solamente utilizó una fotografía para darle contexto. Es decir, la imagen, en algunas circunstancias solamente sirve para que el lector genere más vistas a la página.

Podríamos decir que es un "truco" para que las webs aumenten su flujo. En el caso de las palabras claves solamente fue funcional "Yahaira Plasencia" y se insertaron las notas adicionales para que el usuario tenga mayor noción de lo que está leyendo. Aunque parezca un recurso vago, es muy útil para los medios de comunicación en la red.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, *Trome* es más hábil y relaciona directamente la noticia con el "día después" a las revelaciones de infidelidad por parte de Yerson Reyes. Es informativa pero necesita "venderla" por el lado del "morbo". En este sentido, se busca generar un impacto más allá de la aparición de Plasencia en un escenario. Aparte de haber intereses comerciales de las figuras públicas, los periodistas buscaron darle sentido a la nota por las afirmaciones de infidelidad y su estado de salud. No es casual que la cantante anuncie por todos lados su presentación tras el escándalo mediático. Es consciente que le va generar un beneficio económico y su popularidad crecerá muchísimo más.

Sin embargo, *Perú21* hace referencia en su titular a los problemas de salud y a partir de allí, en el contenido se refiera a la infidelidad. Es más cauto. Pero el fondo de la nota, es la necesidad de la cantante de tener "prensa" para publicitar nuevamente su orquesta aprovechando lo mediático. Como lo hemos marcado en nuestro marco teórico, las figuras públicas necesitan de los medios para llegar a las personas y generar ingresos.

NOTA 15 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 03-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia: Mamá del 'Churrito' Hinostroza dijo de todo en EVDLV

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-lourdes-vasquez-churrito-hinostroza-25443?foto=4>

Tabla 32

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves en el primer párrafo del texto. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas al término del texto.

Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Galería de fotos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Valor de la Verdad
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	4 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	En este caso, la noticia gira en torno a Yahaira Plasencia sobre otra infidelidad a una ex pareja. La situación de la cantante se agrava cada vez más al hablar de un nuevo episodio en su vida que se desconocía.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Infidelidad, escándalo y nuevos actores mediáticos en la vida de Yahaira Plasencia. La exposición, a veces, juega en contra. "Tal como se había anunciado, la madre de 'Churrito' Hinostriza, Lourdes Vásquez, pasó por el sillón rojo de El Valor de la Verdad. Sus declaraciones sobre Yahaira Plasencia prometen encender la pradera en la semana que comienza".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia genera repercusión porque la madre de otro futbolista realiza una revelación sobre Yahaira Plasencia. Nuevamente, la figura pública, en el ojo de la tormenta por una infidelidad.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Declaraciones en el programa "El Valor de la Verdad".

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido noticioso de *Trome* es directo y simple. El cuerpo del texto compuesto por seis párrafos y una transcripción de la entrevista hacen que la noticia se complemente aún más. Además, se utilizó la repetición de las palabras claves: "El Valor de la Verdad" y Yahaira Plasencia. Entendemos que, estos nombres son los más buscados por las personas peruanas en la red y permiten a los medios de comunicación obtener un puesto en el sistema *Google*. Mientras que, siguiendo su estilo, impone una galería de fotos para hacer que el lector permanezca más tiempo en la página.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, queda evidenciado que a las personas les interesa la vida íntima de los que aparecen en televisión. La madre de un futbolista reveló que su Yahaira Plasencia fue infiel a su hijo con otra persona mientras mantenían una relación. Sin duda, este tipo de historias, generan que el público prenda su televisor, mire el programa y luego acceda a la web a enterarse de la repercusión. Por ejemplo, el programa hizo más de 20 puntos de rating y la mayoría de medios replicaron lo que sucedió a nivel nacional. Como describimos en nuestro marco teórico, la sociedad necesita contenidos que los distraiga y permita un momento de despreocupación. Nuevamente, Yahaira Plasencia en el ojo de la tormenta y envuelta en un escándalo que no lo propició pero que la coyuntura la traicionó.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 43: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la primera imagen de la galería, se observa al conductor Beto Ortiz con la madre de Hernán Hinostroza, que reveló la infidelidad de Yahaira Plasencia. El periodista se nota desafiante con una sonrisa en su rostro y la mujer con un leve movimiento de labios para mostrarse tranquila en la captura. Ambos sabían de la repercusión del programa y el daño que se le iba generar a Yahaira Plasencia con este tipo de revelaciones, más allá si era verdad o no.



Figura 44: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)

En la fotografía de la izquierda podemos observar una captura de pantalla de la madre de Hernán Hinostroza con un rostro confuso y de nerviosismo. Sabe a lo que se enfrenta y la polémica que generará cuando el programa salga al aire. Se muestra arreglada y producida para la televisión. Respondió 20 preguntas y por dañar la imagen de una persona y hacer distintas confesiones, se ganó 25 mil soles. En la siguiente fotografía vemos a la familia Hinostroza posando para la cámara. Una situación cotidiana de ambos que ayuda a la galería a armar un contexto sobre la noticia. En este caso, el redactor complementa las capturas de pantalla con imágenes que son útiles para relacionar la familiaridad de los personajes. No obstante, el futbolista posa con el uniforme del equipo Melgar de Arequipa.



Figura 45: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En este caso, la última fotografía de la galería, es Hernán Hinostroza con Yahaira Plasencia. La composición muestra a los dos personajes que se encuentran en el ojo de la tormenta. La cantante se encuentra producida para una sesión fotográfica, con poca ropa y mostrada como objeto de deseo del futbolista al que le fue infiel. Sin duda, el redactor crea un hilo conductor correcto en su galería.

NOTA 15 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 03-10-16
- Titular: Madre de ‘Churrito’ Hinostroza reveló detalles de la relación de su hijo y Yahaira Plasencia en ‘El valor de la verdad’

<https://peru21.pe/espectaculos/madre-churrito-hinostroza-revelo-detalles-relacion-hijo-yahaira-plasencia-229772>

Tabla 33

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras SEO de la nota. Cuenta con notas relacionadas en el medio y al término del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.

Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Valor de la Verdad y 'Churrito' Hinostroza.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La noticia cuenta detalles reveladores sobre la infidelidad de Yahaira Plasencia a Hernán Hinostroza. En este caso, la misma madre es la que expone a la cantante en televisión nacional. La prensa da por confirmada la versión sin tener la palabra de Plasencia y termina por juzgarla.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Lourdes Vásquez, madre de Hernán 'Churrito' Hinostroza, se presentó la noche del último domingo en El valor de la verdad y se llevó S/25 mil tras revelar detalles del romance que su hijo vivió durante 11 meses con Yahaira Plasencia".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La información genera repercusión en la audiencia de <i>Perú21</i> porque es un episodio más en la vida de Yahaira Plasencia sobre sus formas de manejarse en relaciones amorosas. El "morbo" en su máxima expresión.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Declaraciones en el programa "El Valor de la Verdad" de <i>Latina</i> .

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 sigue un patrón. Una fotografía al inicio, contenido agregado en el medio del texto para contextualizar y la correcta utilización del lenguaje SEO a lo largo de la nota para posicionarla. No obstante, se transcribe la entrevista que la madre de Hernán Hinostraza dio en televisión nacional pero hubiese sido mejor agregar un video para complementar la noticia. Como hemos marcado en nuestro marco teórico, el material audiovisual es importante para el público objetivo al que te diriges. No se debe perder esta costumbre porque si no pierdes.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos descifrar que a pesar de ser una nota informativa, las declaraciones generan un impacto en las personas. Se está reproduciendo un hecho que se ha dado en televisión nacional pero en el fondo se continúa agrediendo a la imagen de Yahaira Plasencia. Por ejemplo, se habla de que es una "mala mujer" y que le fue "infiel" a Hernán Hinostraza mientras mantenían una relación amorosa. Afirmaciones sin ninguna prueba fehaciente.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 46: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

El redactor de *Perú21* creyó conveniente utilizar una composición de contexto con los personajes en cuestión. En la parte izquierda aparece Hernán Hinostraza, ex pareja de la cantante, posando ante las cámaras en una de sus entrevistas. Mientras que, a la derecha, Yahaira Plasencia se muestra con un look sensual en una de las presentaciones que tuvo en

un programa de televisión. El redactor simplemente escogió una de las mejores fotografías de ambos para generar un impacto en el lector.

COMPARATIVO

En primer lugar, *Trome* realiza un correcto uso de sus recursos. El redactor elabora una galería de cuatro fotografías, transcribe las preguntas respondidas por la madre de Hinostroza y complementa con noticias relacionadas al final del texto. Mientras que, *Perú21*, siendo un diario con un sector distinto al de *Trome*, busca dar mayores herramientas de contextualización al lector para que no se pierda. Por ello, la utilización de una sola imagen al abrir la noticia y los recursos complementarios al tema a lo largo de la plantilla.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, determinamos que no solo los medios de comunicación lo vulneran. Es decir, son los mismos protagonistas los que se atacan en televisión nacional y se denigran. A partir del escándalo mediático de Yahaira Plasencia, surgieron nuevos personajes públicos que querían aprovecharse de su situación con un doble sentido. El primero, hacerse conocido en base a una polémica mediática y segundo, dejarla en ridículo con una afirmación que dañe su moral. Por ejemplo, la madre de Hernán Hinostroza dejó entrever que Yahaira Plasencia es una "mala mujer" y no trató de la mejor manera a su hijo cuando tuvieron una relación amorosa. Declaraciones que pudieron ser pertinentes en el pasado pero no aprovechando la popularidad de Plasencia. Mientras peor está el personaje en los medios, más personas aparecen en la escena para atacarla. No era necesario acusarla a nivel nacional pero tras estas revelaciones, la imagen de la cantante empeoró, y la crítica social se agudizó.

NOTA 16 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 10-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia dijo esto sobre las acusaciones de infidelidad [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-dijo-esto-acusaciones-infidelidad-video-fotos-26229>

Tabla 34

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción

Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No tiene publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Galería fotográfica y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de televisión de <i>ATV</i> .
Reportaje	Programa de televisión de <i>ATV</i> .
Galería fotográfica	4 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia triste y preocupada declara sobre los rumores de infidelidad que se le acusan en los distintos canales de televisión.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	En este caso, el sentido gira por la defensa de Yahaira Plasencia ante las revelaciones de infidelidad que se hicieron en el programa de televisión de "El Valor de la Verdad". No obstante, se defiende del daño que se le puede hacer a una mujer cuando se habla con tanta liviandad de temas complejos y que son del "morbo" social.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia genera repercusión porque son las primeras palabras de Yahaira Plasencia tras las revelaciones del futbolista de segunda división sobre la relación amorosa que mantuvieron cuando estuvo con Jefferson Farfán.

Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Declaraciones en el programa Día D de ATV.
--	--

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome, después de la primera aparición de Yahaira Plasencia en televisión nacional, realizó una serie de notas de una misma entrevista. En este caso, es un contenido elaborado con seis párrafos y dos videos complementarios para tratar de que el lector se quede el mayor tiempo posible en la página. No obstante, se colocó perfectamente los hipervínculos en las palabras claves: Yahaira Plasencia y "El Valor de la Verdad". Mientras que, al final del texto, se insertan las noticias adicionales para generar contexto. Finalmente, la galería de fotos es funcional y produce un hilo conductor para darle mayores luces al lector.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, cansada de los comentarios duros en la sociedad y en las redes sociales, Yahaira Plasencia, salió al frente y se defendió en un programa ajeno al de espectáculos. Sin duda, este tipo de acusaciones, afectaron visiblemente a la cantante e hicieron que deba pronunciarse en un medio de comunicación televisivo. Y *Trome*, se hizo eco de la noticia y pudo generar posicionamiento a través de ello. La cantante se mostró triste y compungida por las duras palabras que han tenido contra ella en la calle y en medios. La situación la sobrepasó y no supo reaccionar a tiempo.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 47: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)

En esta composición podemos observar las cuatro imágenes de la galería. Aparece en primer lugar, Yahaira Plasencia con un gesto de tristeza y dolor. La situación no es fácil para ella y debe defenderse. Seguidamente, aparece con su representante legal y su mánager, César Távara. Sin duda, se los ve mortificados y preocupados por esta situación que vienen afrontando. Pues, se trata de acusaciones graves que dañan su propia imagen de figura del espectáculo. Yahaira Plasencia estaba dolida por los hechos y hasta derramó algunas lágrimas a nivel nacional.

NOTA 16 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 07-10-16
- Titular: Yahaira Plasencia: “¡Basta de violencia contra la mujer!” [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-basta-violencia-mujer-video-230208>

Tabla 35

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. Tiene publicidad en el video. Tiene notas relacionadas al medio y final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Valor de la Verdad y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de televisión de ATV.
Reportaje	Programa de televisión de ATV.
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	

Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia hace su aparición en televisión nacional y da su defensa ante las acusaciones de infidelidad por parte de Yerson Reyes. Claramente, sufre y se muestra mortificada por lo que le sucede.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Yahaira Plasencia sensible por lo que le sucede, hace un llamado a la sociedad para que se coloquen en su lugar y no la ataquen de la manera en que lo hacen. Además, reveló las constantes agresiones que recibe en la calle tras ser acusada de infidelidad a nivel nacional.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La información genera repercusión porque fue el tema noticioso del mes. Yahaira Plasencia le fue infiel a uno de los futbolistas más queridos del Perú.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Declaraciones en el programa Día D de ATV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21, en lugar de realizar un titular directo, colocó una cita textual de la entrevista que realizó en *ATV*. Con seis párrafos y un video, el medio de comunicación plasmó un contenido informativo. Colocó de manera correcta los hipervínculos en las palabras claves y trató de posicionar la noticia en los buscadores más importantes. En este caso, el video complementa el cuerpo del texto e inserta notas adicionales para darle contexto y referencias al lector. Esto es un esquema que realiza el diario para que su cliente no abandone de inmediato el contenido. Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia siente que le están vulnerando sus derechos tras recibir múltiples agravios en la televisión y en plena vía pública. Esto hizo que tenga que estar en una clínica y luego cambiar de look para aparecer renovada en las pantallas. Sin duda, unas revelaciones que afectaron definitivamente su honra e imagen personal. La cantante se presentó ante las cámaras de televisión totalmente triste y dolida por lo sucedido con su exposición mediática. Hizo un mea culpa y trató de cambiar la opinión de la audiencia. Sin embargo, sus esfuerzos fueron en vanos.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 48: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En esta fotografía, se puede observar a Yahaira Plasencia con un look totalmente renovado y con un mensaje contundente a la audiencia que la ataca por su presunta infidelidad a Jefferson Farfán. Por supuesto, la captura de pantalla permite al lector anticiparse a lo que va suceder y a las polémicas declaraciones que podría realizar. Más allá de su aparición pública tras el escándalo, vemos como los diarios informan sobre una entrevista que puede generar opiniones cruzas. Obviamente, esto también les servirá a los medios para obtener un mayor flujo. Recordemos que, para *Perú21*, las imágenes son referenciales y de contexto.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación utilizaron sus mejores recursos digitales para "vender" la primera aparición de Yahaira Plasencia tras la revelación de infidelidad a Jefferson Farfán. Con seis párrafos y con videos que permiten complementar la nota, los dos diarios, lograron plasmar correctamente su contenido noticioso. Además, las palabras claves de Jefferson Farfán, Yahaira Plasencia y Valor de la Verdad, permitieron que la noticia se posicione en los buscadores.

La nota de *Trome* fue el mismo día de la publicación del reportaje. Mientras que, *Perú21* realizó una previa de la noticia unos dos días antes. De esta manera, logró posicionarse con anticipación. Podemos considerar que fue un error de *Trome* no realizar una previa con las primeras declaraciones de la cantante tras el escándalo. Sin embargo, *Perú21* se adelantó y logró que su nota esté en los buscadores días antes.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, se vulneran completamente este tipo de revelaciones porque se dan detalles íntimos de la relación de una persona. Además, se la ve mortificada por lo que está sucediendo y los mismos medios de comunicación se aprovechan de esto para generar contenido web en la red. Sin duda, un reportaje que produjo un gran número de rating en audiencia y captó la atención de medios que no tratan generalmente este tipo de noticias. Luego de estas declaraciones, Yahaira Plasencia se alejó de los escándalos e ingresó al programa El Gran Show de Gisela Valcárcel.

NOTA 17 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 28-12-16
- Titular: Yahaira Plasencia quiere olvidar el 2016 lleno de escándalos y se prepara así para recibir Año Nuevo [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-olvida-2016-lleno-escandalos-prepara-recibir-ano-nuevo-video-35109>

Tabla 36

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras de posicionamiento: Yahaira Plasencia, Reyes del Show y Jefferson Farfán. No tiene publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Reyes del Show Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-

VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia, tras la revelación de detalles de su intimidad, continuó contando detalles de su vida privada en televisión. Aquí encontramos el aprovechamiento del personaje público con sus temas personales.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Yahaira Plasencia se despidió del 2016, año en donde ha causado más de una polémica en torno a su relación con Jefferson Farfán, sus peleas con la prensa, la supuesta infidelidad a la 'Foquita' con Jerson Reyes y su participación en Reyes del Show.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia, volvió hablar de Jefferson Farfán tras unos meses fuera del escándalo mediático. Decisiones que a veces generan dudas y causan dudas en la veracidad de los hechos.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Declaraciones en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome tuvo la oportunidad de realizar una nota con las declaraciones de Yahaira Plasencia al final del año 2016. Más allá del texto, los videos son una pieza importante en la nota porque le otorgan al lector herramientas distintas a las tradicionales. Finalmente, la repetición de la palabra de Yahaira Plasencia es fundamental para posicionar la noticia. En base al tratamiento informativo, *Trome* es hábil para utilizar los recursos básicos digitales pero la inmediatez hace que se reserve una buena elaboración para darle al lector el contenido al instante.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, comprobamos que Yahaira Plasencia se alejó por un tiempo de los escándalos y dio paso a una vida mucho más tranquila. Incluso, cambió de look y quiso despedir el año de la mejor manera. Sin embargo, cuando deciden referirse al tema nuevamente, los medios reavivan la polémica y terminan ingresando al mismo círculo vicioso. Por ello, es muy importante la personalidad y el atrevimiento con el que encarar los personajes públicos a los medios luego de un escándalo. Estamos seguros

que a pesar de haber finalizado un año tormentoso, Plasencia no va poder borrar lo sucedido en su vida. Algunos desaparecieron de la televisión, otros decidieron afrontar la situación y seguir con su carrera en los medios. Seamos sinceros, en este país las cosas se olvidan fácilmente, pero en el ambiente del espectáculo siempre habrá algún medio que lo recordará.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 49: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En este caso, *Trome* solamente coloca una imagen de Yahaira Plasencia (archivo) para dar contexto a la nota. Incluso, ha sido utilizada en situaciones anteriores pero el redactor considera que es válida para el contenido. Sin embargo, en la imagen observamos un primer plano de la cantante con el gesto totalmente neutro. Podríamos decir de "intriga". Cabe resaltar, que la fotografía se apoya con un titular llamativo sobre el balance que realiza la cantante por fin de año.

NOTA 17 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 19-12-16
- Titular: Yahaira Plasencia: "No me siento desubicada"

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-me-siento-desubicada-236268>

Tabla 37

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Se le colocó un hipervínculo a la palabra clave de la nota: Yahaira Plasencia. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas al medio y al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia, se alejó del escándalo mediático e ingresó al programa "Reyes del Show". En esta oportunidad, la cantante explicó sus escándalos y su nueva forma de afrontar la vida. Esta es otra muestra clara del aprovechamiento de los personajes públicos con los medios.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Ante las constantes críticas por su actitud, la cantante Yahaira Plasencia se defendió y aseguró ante las cámaras que no se considera una persona desubicada. "¿Yo soy la desubicada del año, verdad?", expresó Yahaira Plasencia en 'América espectáculos'".

Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia analizó su presente tras terminar su relación tormentosa con Jefferson Farfán. La cantante fue muy criticada por una supuesta infidelidad.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Declaraciones en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 plantea su contenido con relación al final de año. A partir de este tipo de noticias, es vital que los textos tengan videos. Pues el lector necesita de material audiovisual para permanecer mayor tiempo posible en la página web. A pesar de no contar con una galería de fotos, las notas relacionadas al medio del texto y al final, permiten que el flujo se incremente. Finalmente, el lenguaje SEO facilita que la página web tenga un mejor posicionamiento en la red.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia utiliza el medio de comunicación para mostrarse en público y referirse a los escándalos que vivió en el año 2016. Por supuesto, Jefferson Farfán está involucrado en este asunto y se refiere a las críticas que le cayeron durante bastante tiempo.

Además, la cantante se alejó por un buen tiempo del escándalo pero continuó hablando del mismo tema tras un mes de "descanso". Sin duda, el personaje necesita al medio para figurar y mantenerse vigente en las principales portadas.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 50: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Perú21 utiliza una imagen donde aparece Yahaira Plasencia en una de sus presentaciones en el programa de televisión de Gisela Valcárcel. Sin duda, se muestra en una posición de baile y con una sonrisa en el rostro. Más allá de la postura y la referencia, es un recurso vago utilizado por varios medios de comunicación. Algunos se esmeran en realizar imágenes de composición pero parece que *Perú21* optó por lo convencional. Es parte del medio y de la inmediatez.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación enfocaron la noticia como un balance de fin de año por parte de Yahaira Plasencia ante sus escándalos amorosos. En cuanto a los recursos digitales, *Trome* y *Perú21* optaron por utilizar una sola fotografía en el comienzo de la noticia y posteriormente, agregaron videos en el cuerpo del texto. Cabe mencionar, que el recurso audiovisual es muy importante porque de esta manera entendemos al lector. Necesita elementos sencillos y directos. Además, ambos nunca descuidaron el lenguaje SEO. Un punto positivo para los dos medios de comunicación que buscan posicionarse en la web con este tipo de noticias.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia es consciente de lo que genera en los medios de comunicación. A partir de su relación con Jefferson Farfán, su popularidad creció a pasos agigantados y un escándalo le iba a servir para ser una de las personas más públicas del país. Por ello, el episodio de infidelidad, hizo que Yahaira Plasencia sea la persona más buscada por los medios y la audiencia. Su nombre daba que hablar y las principales plataformas digitales, la necesitaban para generar flujo en la red. Situación similar ocurría con ella, mientras más escándalo, más repercusión en lo laboral. Este tipo de hechos quedó demostrado durante los años 2016-2017.

NOTA 18 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 09-01-17
- Titular: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán terminaron, confirmó salsera [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-farfan-ruptura-video-36254>

Tabla 38

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras de posicionamiento: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. No tiene publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Tras sus primeras declaraciones luego de haberse mantenido concentrada en el certamen de Gisela Valcárcel, Yahaira Plasencia declaró sobre su relación y dejó títulos importantes para especular sobre la confirmación del fin de su romance.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Yahaira Plasencia reconoció que su relación con Jefferson Farfán llegó a su fin, y que todo lo que vivió en el 2016 la hizo madurar. Además, dijo que no le cierra las puertas al amor y que no fue a Chucuito para provocar a Melissa Klug".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia se refiere al escándalo de infidelidad a Jefferson Farfán luego de un tiempo y los medios de comunicación necesitan reproducirlo

	para volver a poner en el tapete el episodio.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Declaraciones en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El contenido noticioso de *Trome* cuenta con una fotografía y un video de la entrevista realizada en televisión. Además, colocan correctamente los hipervínculos en los *tags* Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Sin embargo, lo que llamó la atención en el cuerpo del texto, fue la cantidad de líneas que tenía cada párrafo. Esto hace que en la plantilla se vea cargada y no exista un orden. Muchas veces, el lector al ver un texto de más de cinco líneas, desiste de continuar en la página. Pero no es una ciencia exacta y depende del gusto del usuario. Por lo general, la regla básica es no más de cinco líneas.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, *Trome* indicó que la cantante había confirmado su ruptura con esta frase: "El error de mi relación (con Jefferson Farfán) fue exponerla tanto, se metieron en nuestra vida como les dio la gana. Ahora sé que tengo que cuidar eso, porque es mi vida privada... pero tampoco me incomoda ese tema, porque siempre me van a preguntar por mi amistad con él, es normal cuando has estado con alguien". Tras esta declaración, Yahaira Plasencia confirma el término de su relación con Jefferson Farfán. Habla en pasado, afirma que tiene que cuidar su vida privada, pero también admite que le interesaría seguir hablando de su "amistad" con el futbolista. El personaje público, en este caso, revela lo que sucede en su intimidad. Si ella desea hacerlo, está en su derecho. No necesita decirlo tal cual que terminó su relación. Estará en los medios cómo lo refleje o lo publique. A través de esta publicación, Plasencia logró que continúen hablando de su vida personal.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 51: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En este caso, *Trome* no opta por la galería y realiza una composición de ambos personajes. Por el lado izquierdo aparece Yahaira Plasencia en una presentación y por el derecho, Jefferson Farfán se luce con el rostro serio, unos lentes oscuros y una gorra. No obstante, el medio de comunicación coloca su "sello de agua" de *Trome* porque considera que es una exclusiva. Obviamente, el titular es la confirmación de la ruptura y el interés de las personas no tardó en llegar. Una imagen que habla por sí sola. Ambos personajes separados y cada uno por su lado.

NOTA 18 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 08-01-17
- Titular: Yahaira Plasencia responde a las críticas por sus fotos en Chucuito

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-responde-criticas-fotos-chucuito-62082>

Tabla 39

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No tiene publicidad.

	Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia dio una entrevista y reveló lo que todos esperaban. El término de su relación mientras realizaba una sesión fotográfica en el Callao.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	En esta ocasión, Perú21 enfocó la noticia distinta a <i>Trome</i> . Habló de la entrevista de Yahaira Plasencia y explicó desde su sesión en el Callao, sus deseos por fin de año y la relación con Jefferson Farfán. "Plasencia señala que no le disgusta que le pregunten sobre Jefferson Farfán, pues señaló que es un tema cerrado. Sin embargo, reconoce que exponer su relación con el futbolista fue su peor error".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia sabe que cuando habla genera polémica. Sus declaraciones siempre serán noticias y de interés de los medios de comunicación.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Declaraciones en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 tuvo otro enfoque de la noticia. Lo direccionó directamente con la sesión fotográfica que realizó en el Callao. En este caso, realizó ocho párrafos cortos con una fotografía de contexto pero no colocó un video para sustentar lo que desarrolló en el cuerpo del texto. Además, no insertó notas relacionadas entre los párrafos y solamente se limitó a desarrollar la noticia de manera rápida. Podríamos decir que fue hecha de manera inmediata y que no se tomaron el tiempo de desarrollarla con los recursos digitales. El tratamiento no es el adecuado y por ese lado, podríamos creer que existió un error al momento de plantear el enfoque noticioso.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, en este caso establecemos que la intromisión a la propia vida íntima es por los personajes del espectáculo. Yahaira Plasencia habló acerca del tema de Jefferson Farfán y se terminó culpando por los errores que cometió en el pasado. Con esto, dio por finalizada la relación con el futbolista después de un tiempo. Una noticia que generó repercusión en las redes sociales y que terminó con la especulación de los medios. Como hemos marcado en el marco teórico, los personajes públicos saben que son noticia por sus escándalos e identifican los momentos para atraer la atención de la audiencia.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 52: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En esta fotografía, *Perú21* como parte de estilo, colocó a Yahaira Plasencia en un plano medio. La cantante se muestra sexy frente al lente en el Callao. Tiene la mirada fija puesta en la cámara y con el cabello largo. Puede que haya sido un error, pero la noticia giraba por confesión de Plasencia sobre Farfán. En todo caso, la fotografía sigue el patrón del medio de comunicación. Es referencial.

COMPARATIVO

En estas dos noticias existen errores graves. *Trome* solamente insertó una fotografía y un video para complementar la información. En esta ocasión, se pudo insertar una galería para generar mayores vistas y que el lector permanezca más tiempo en la red. Mientras que, *Perú21* coloca una sola imagen y planteó un enfoque distinto. No obstante, los redactores creyeron conveniente que la palabra clave de su nota sea: Yahaira Plasencia y además, pusieron material adicional al final del texto. Son dos contenidos que tuvieron la oportunidad de plantearse de una mejor manera.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privada, la misma Yahaira Plasencia declara ante la prensa y asegura que su relación con Jefferson Farfán es pasado. Con esta revelación y a propósito de una sesión fotográfica en el Callao, la cantante, se permitió hablar de su vida durante el año 2016. Sin duda, como hemos marcado en nuestro marco teórico, notamos el aprovechamiento de las figuras públicas con los medios de comunicación y así, poder resaltar en las principales portadas. Una situación que es contradictoria con las decisiones que ha ido tomando Yahaira Plasencia dentro de su historia con Jefferson Farfán.

NOTA 19 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 17-01-17
- Titular: ¿Jefferson Farfán ya fue? Yahaira Plasencia ampayada con misterioso galán [VIDEO]

<https://trome.pe/programas-tv/yahaira-plasencia-jefferson-farfan-ampay-nuevo-galan-37251>

Tabla 40

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción

Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Amor de Verano.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia fue protagonista de un <i>ampay</i> de un programa de televisión en una discoteca. Tras pasar el año nuevo tranquila y dejar en el pasado los escándalos, fue captada con otra pareja. Por supuesto, trataron de esconderse pero aparecieron ante las cámaras.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	En esta ocasión, <i>Trome</i> , se hizo eco del reportaje que presentó un programa de espectáculos de <i>Latina</i> . "Las cosas entre Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán parecen haber llegado a su fin. La 'reina del totó' fue ampayada por las cámaras de 'Amor de Verano' bailando de lo más feliz junto a un misterioso galán".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Luego de que se hiciera pública la ruptura con el futbolista Jefferson Farfán, la cantante Yahaira Plasencia, era noticia por cada acción que realizaba

	en su vida. Por ello, un <i>ampay</i> generó un gran revuelo en los medios.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una nota de un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome planteó correctamente la noticia. Sus palabras claves fueron Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y el nombre del programa donde se emitió el *ampay*, Amor de Verano. El redactor entendió que estas tres palabras eran las principales para posicionar la noticia en los buscadores. Además, se colocó el video con algunas imágenes del *ampay* de Yahaira Plasencia. Con seis párrafos, el redactor se permitió explicar lo que sucedió en las imágenes y también pudo agregar material complementario. Al final de la nota, se añadió el video donde fueron vistos por última vez Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia en Lima (como material audiovisual optativo para el lector). ´

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, el medio de comunicación de *Latina* tuvo acceso a una discoteca y grabó con un celular a Yahaira Plasencia bailando con un joven. Sin embargo, la cantante supuestamente no sabía que estaba siendo "perseguida" hasta que se topó con los medios en las afueras del recinto. Es decir, una clara invasión a su vida privada en un momento de diversión en un espacio público. Quizás, la audiencia se acostumbró a que este tipo de acciones con los personajes públicos, sea normal. Y no es así. Nadie tiene el derecho de grabar a alguien en una situación diaria sin su permiso. Existen parámetros y momentos adecuados para grabar a un personaje público o cuando ellos lo autoricen. Es algo sumamente delicado porque los programas de televisión se toman atribuciones que no son parte de la protección de la vida íntima de las personas. Muchas veces, por conseguir una primicia o una información que pueda generar un revuelo mediático, se vulneran los límites que están impuestos por ley.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 53: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* vio efectivo realizar una captura de pantalla del programa de televisión de *Latina*, Amor de Verano. Allí se puede observar la interrogante sobre si Yahaira Plasencia reemplazó a Jefferson Farfán con otro joven. En la parte superior izquierda, el programa coloca que es en exclusiva y en la inferior, dice la hora donde se emitirá el *ampay*. Sin duda, una nota para posicionarla minutos antes y lograr más vistas. Una imagen no tan clara pero que te da indicios que la nota es verídica y confiable.

NOTA 19 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 17-01-17
- Titular: Yahaira Plasencia fue captada bailando y abrazando a un joven en discoteca

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-captada-bailando-abrazando-joven-discoteca-62560>

Tabla 41

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo una sola palabra clave de la nota. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas al final del texto.

Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia salió a pasar un momento de distracción con un joven en una discoteca limeña. En este caso, era un momento privado de la cantante pero se vio sorprendida ante la aparición de las cámaras de televisión.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	En esta ocasión, <i>Perú21</i> , realizó una noticia de cuatro párrafos sobre el <i>ampay</i> de Yahaira Plasencia en una discoteca. "La cantante Yahaira Plasencia fue captada el último sábado por las cámaras de Amor de verano bailando con un misterioso joven con quien mostró mucha confianza".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Tras los episodios de escándalo y separación por una supuesta infidelidad, Yahaira Plasencia, acudió a una discoteca. Sin duda, un momento de diversión, que fue mostrado a nivel nacional.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una nota de un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 no le dio el debido tratamiento noticioso al *ampay* de Yahaira Plasencia con un joven. Se plantearon cuatro párrafos, una composición en la portada y un titular llamativo. Por supuesto, en materia de estética, se pudo enfatizar con más detalle la información y agregarle un video complementario. Sin embargo, solamente se puede observar que la única palabra clave del texto es Yahaira Plasencia, en vez de aprovechar otros nombres que también son buscados como Jefferson Farfán. Al final del texto, se añadió las notas relacionadas y a la derecha, las noticias más leídas durante el día.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia fue vulnerada en su intimidad y grabada con un celular dentro de una discoteca. Los medios de comunicación "persiguieron" a la cantante y tuvieron la posibilidad de grabar lo que hacía en unos de sus días libres. En algunas ocasiones, nos hemos mal acostumbrado y creemos que por ser personajes públicos se pueden traspasar sus derechos de manera prepotente. Entendemos que en la actualidad se hace de todo para obtener una primicia. Las figuras a nivel internacional son atormentadas todo el tiempo por los *paparazzis*. No es lo ideal. No es el precio que hay que pagar por la fama. No son seres de otro planeta, son personas como cualquier otra y deben ser respetadas como tales. Es decir, deben "dejarlas vivir" y aceptar los límites que existen en la intimidad de cada uno.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 54: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En esta ocasión, *Perú21* planteó una composición con la imagen de Yahaira Plasencia de archivo de un programa de televisión y al lado derecho, se insertó en un recuadro una captura de pantalla del *ampay* de la cantante con otro joven que no es Jefferson Farfán. La imagen logra su objetivo y da grandes luces sobre lo que sucedió aquella noche con la cantante. Además, va acorde al titular de la noticia, donde se menciona que Yahaira Plasencia abraza a su acompañante en la discoteca. Simple y directo.

COMPARATIVO

Los medios de comunicación plantearon la noticia de dos formas diferentes. *Trome* trató de posicionar la publicación con tres palabras SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Amor de Verano. En este caso, pudo elaborar una nota con dos videos complementarios al texto. Es descriptiva y genera contexto sobre la ex relación de la cantante con el futbolista. Los elementos son funcionales a los recursos digitales y le permiten al lector mantenerse un par de minutos en la noticia. Mientras que, *Perú21* planteó su publicación sin un video y con cuatro párrafos. La palabra clave escogida fue solamente Yahaira Plasencia. Además, se enfocó en lo sucedido en la discoteca con el joven y no jugó con el titular para llamar la atención del lector.

Ambos medios retransmiten un reportaje emitido en televisión donde se traspasó la vida íntima de la cantante. Se la mostró bailando con un joven en un espacio de distracción. Yahaira Plasencia se divertía en un fin de semana cualquiera del verano 2017. No se le respetó sus derechos y fue mostrada en una situación privada. Es verdad que se encuentra en un espacio público pero eso no da el permiso para publicarlo posteriormente a nivel nacional. Incluso, al final de la celebración, la cantante fue abordada por la prensa para que responda sobre lo observado al interior del recinto. Yahaira Plasencia sabe de la repercusión que genera su presencia en cualquier lugar. Sin embargo, en esta ocasión, la cantante no estaba trabajando ni había convocado a la prensa para responder preguntas sobre Jefferson Farfán. Es una situación de su vida íntima y no se pueden traspasar los límites. Lamentablemente, en este mundo tan cambiante, este tipo de hechos son naturales y no registran ninguna objeción.

NOTA 20 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 03-02-17

- Titular: Yahaira Plasencia siempre será la 'incondicional' de Jefferson Farfán

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-siempre-sera-incondicional-jefferson-farfan-39154>

Tabla 42

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo la palabra clave de la nota. No tiene publicidad. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Esta noticia se realiza a partir de una declaración de Yahaira Plasencia sobre la ruptura con Jefferson Farfán tras las revelaciones de infidelidad con otro futbolista. Un nuevo caso de aprovechamiento del personaje con su vida privada para aparecer en los medios.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	En esta ocasión, <i>Trome</i> , realizó una noticia que fue firmada por su redactor. Es decir, que nos vamos a encontrar con una información verificada y ejecutar de manera rigurosa.

	‘Jefferson sabe que siempre puede contar conmigo’, comentó Yahaira Plasencia durante el lanzamiento de ‘Búnker’, la discoteca que tendrá la ‘Foquita’ en sociedad con su primo César Távara.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia y sus declaraciones en medios volvieron en 2017. Cada vez que se podía, los periodistas le preguntaban sobre Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una nota de un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome presentó una noticia firmada por su redactor y elaborada correctamente. Fue sencilla en sus nueve párrafos y adicionó dos videos para complementar lo escrito. Sin duda, se aplicó el respectivo hipervínculo a la palabra clave y se resaltó la noticia con el titular y la fotografía abridora. Muchas veces, dos videos puede parecer abrumador, pero de esta forma, el medio puede colocar publicidad en ellos y hacer económicamente rentable la página web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia es la que revela situaciones íntimas de su vida. Sin embargo, tuvo que aclarar los rumores de relación con el primo de Jefferson Farfán. Episodios de su vida privada que ella misma expone en los medios de comunicación. *Trome* se hizo eco de ello y pudo retransmitirlo a través de su red. Finalmente, podemos decir que también se aprovecha de su vida privada para resaltar en las principales portadas. Esta metodología utilizada por los personajes públicos es simplemente para mantener vigencia en el medio. No es más que eso. Obviamente, al dar una entrevista hablando sobre su vida privada, la exposición aumentará mucho más si está involucrada en un escándalo.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 55: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En esta ocasión, aparece Yahaira Plasencia en una de sus presentaciones del certamen de baile conducido por Gisela Valcárcel. Se muestra sensual y con una sonrisa en el rostro durante su participación en televisión. El redactor seleccionó esta imagen para contextualizar y dar poco detalle. *Trome* dejó de lado la captura de pantalla y creyó conveniente utilizar una fotografía más limpia, de mejor calidad y visible para el lector.

NOTA 20 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 03-02-17
- Titular: Yahaira Plasencia: ‘Jefferson sabe que siempre puede contar conmigo’ [Videos]
<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-siempre-contar-videos-63453>

Tabla 43

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo una sola palabra clave de la nota. Tiene publicidad en el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.

Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia brinda una entrevista para los medios de comunicación y revela detalles sobre su relación con Jefferson Farfán. Además, explica sus sentimientos tras los errores que cometió en el pasado. Su vida privada comentada a nivel nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Yo ya no estoy con Jefferson y todo el mundo lo sabe", dijo Yahaira Plasencia, pronunciándose finalmente —y acabando con los rumores de una posible reconciliación— sobre su relación con el futbolista".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia brindó una entrevista a nivel nacional y dio detalles de su relación con Jefferson Farfán. Aquí dejó en claro lo que siente por el futbolista y evidenció aspectos privados de su vida.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una nota de un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 plantea la noticia de manera elaborada. Una declaración de Yahaira Plasencia llama siempre la atención y permite que exista un flujo importante en la red. La palabra clave es el nombre de la cantante y además, se añaden notas adicionales al final del cuerpo del texto.

Los videos complementarios tienen publicidad y permiten al lector darle mayor detalle de lo que trata la noticia. Es un recurso básico y que complementa la nota. El titular es un textual del protagonista (Yahaira Plasencia: "Jefferson sabe que siempre puede contar conmigo") y ayuda al usuario a interesarse por el contenido.

Mientras que, en esta ocasión, podríamos decir que Yahaira Plasencia aprovecha su vida privada para divulgar sentimientos en público y generar la atención de los demás. De esta manera, gana popularidad y es más reconocida. En aquel entonces, su nombre era uno de los más buscados en la red y permitió a los medios de comunicación elaborar un material de interés. Como hemos marcado en las bases teóricas, los personajes tratan de estar a toda costa en los medios y el escándalo es parte de su trabajo para no perder vigencia. Son reglas establecidas para toda persona que incursiona en el ambiente del espectáculo.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 56: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En esta ocasión, *Perú21* escogió una fotografía de Yahaira Plasencia posando con la camiseta de Jefferson Farfán en un partido de fútbol de la selección. Aparece con una sonrisa en el rostro y mostrando el número del jugador peruano. Además, esta imagen es una composición con la hinchada detrás aclamándola y tomándole una fotografía. De esta manera, es funcional al titular y le da mayor poder a la nota. El redactor escogió una imagen pintoresca que permite un mayor flujo en la red por la atención que causará en el lector.

COMPARATIVO

Ambos contenidos de los medios de comunicación están planteados correctamente con los recursos digitales básicos. Tiene como palabras claves los nombres de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Además, captaron la atención de los lectores porque los titulares mencionaban que al interior del texto había un VIDEO. Este elemento complementario apoya a los párrafos de la noticia y a que el lector tenga más claro lo que se busca. Al final del cuerpo del texto, se inserta material adicional que puede ser de mucho uso contextual para el usuario. No obstante, el tratamiento de la noticia es incisivo y se busca resaltar que la cantante aún piensa en el futbolista.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, la misma figura pública, Yahaira Plasencia, brinda una entrevista a nivel nacional sobre sus sentimientos hacia su ex pareja Jefferson Farfán. Está claro que este tipo de declaraciones permite a la cantante resaltar en las portadas de los periódicos y páginas webs. Además, reconocemos que este tipo de declaraciones, permiten a los artistas mostrarse en público y generar opinión. Pues a Yahaira Plasencia, hasta la actualidad, se la sigue vinculando con Jefferson Farfán. Incluso, ella misma empieza hablar sobre el tema de "infidelidad" que puso fin a su relación.

NOTA 21 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 09-02-17
- Titular: Yahaira Plasencia y Jerson Reyes cara a cara por juicio de difamación ¡Ella pide miles de soles! [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-cara-cara-juicio-difamacion-pide-350-mil-soles-fotos-39734>

Tabla 44

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves. Tiene publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una galería de fotos y dos videos.

Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Yerson Reyes, Jefferson Farfán y "El Valor de la Verdad".
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	6 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia llegó al punto más alto tras las revelaciones de Yerson Reyes sobre la infidelidad a Jefferson Farfán. Por ello, ambos se vieron las caras por la vía judicial. La cantante lo acusaba de injuria.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Se trata de la primera vez que ambos se verán las caras luego de las revelaciones de infidelidad. Pues, Yerson Reyes, cruzó los límites entre lo público y privado. "¡Cara a cara! Este jueves 09 de febrero, Yahaira Plasencia y Jerson Reyes llegaron al 23 Juzgado para el careo por el juicio de difamación que le entabló la salsera al futbolista luego que él se sentara en el sillón rojo de 'El Valor de la Verdad' y dijera que ella le fue infiel con Jefferson Farfán".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Esta noticia genera repercusión porque reaviva el escándalo de infidelidad del mes de septiembre. Sin duda, a partir de allí, Plasencia fue portada por cada acción que hacía en su vida diaria.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Cobertura de <i>Trome</i> .

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome realiza una propia cobertura sobre el inicio del juicio entre Yahaira Plasencia y Yerson Reyes. Realizó una galería con 6 fotografías propias y agregó dos videos

complementarios al cuerpo del texto. Sin duda, este tipo de noticias generan la atención del lector, siempre y cuando sea llamativa e interesante. Las palabras claves que plantea el redactor son Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán, Yerson Reyes y "El Valor de la Verdad". Es decir, son las más buscadas por los usuarios en la red y sirve también para lograr un adecuado posicionamiento.

Mientras que, en este tipo de situaciones evidenciamos que los límites entre lo público y lo privado, tienen sus consecuencias. Yahaira Plasencia nunca pensó llegar hasta este extremo pero tuvo que hacerlo tras las revelaciones de Yerson Reyes sobre detalles íntimos de su vida privada y que dañaron su imagen a nivel nacional. Más allá del inicio del juicio, los medios reavivaron el escándalo del mes de septiembre. Un hecho que llamó poderosamente la atención de los lectores y que generó un gran flujo en la red. Sin duda, la relación de la cantante se mediatizó tanto que llegó hasta los programas que no cubren habitualmente temas del espectáculo.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 57: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)

Trome realizó una galería de seis fotografías propias de los momentos exactos cuando Yahaira Plasencia y Yerson Reyes llegaron al Juzgado de Lima para su primera citación por los sucesos dados en septiembre del 2016. En esta ocasión, se observa a Yahaira Plasencia con lentes oscuro, ropa formal y esquiva a la prensa. Además, llega acompañada por dos personas de su entorno, que vendrían a ser sus abogados. Mientras que, Yerson Reyes no

llegó solo, acudió con su defensa legal desde muy temprano. En la única fotografía de él se lo vio serio y nervioso por verse involucrado en esta situación.

NOTA 21 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 09-02-17
- Titular: Yahaira Plasencia estuvo en careo con Jerson Reyes [VIDEO]

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-estuvo-careo-jerson-reyes-video-65968>

Tabla 45

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	No tienen hipervínculos las palabras claves. No tiene publicidad en el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía con crédito de <i>Trome</i> y dos videos de Youtube.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	<i>Perú21</i> realiza una noticia basada en un programa de <i>ATV</i> e informa con detalle lo sucedido con Yahaira Plasencia en su primera citación con Yerson Reyes tras las revelaciones de infidelidad.

Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Esta mañana, la cantante Yahaira Plasencia y el futbolista Jerson Reyes llegaron al 23 Juzgado Penal de Lima para el careo correspondiente por el juicio de difamación que le entabló la ex pareja de Jefferson Farfán al futbolista luego que él (Jerson Reyes) participara de El Valor de la Verdad y contará detalles íntimos de la intérprete".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La primera citación en el Juzgado de Lima entre Yahaira Plasencia y Yerson Reyes es una noticia que genera repercusión a nivel nacional. Además, por los asombrosos detalles del juicio.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Cobertura en base de un programa de ATV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 realizó una noticia basada en un programa de televisión. Siguió de cerca la cobertura de los demás para elaborar un contenido certero y veraz. Se dieron detalles importantes del juicio como la cantidad de dinero que solicita Yahaira Plasencia a Yerson Reyes por revelar detalles de su intimidad. No obstante, se agregaron videos para darle más sentido a la nota y hacer uso de los recursos digitales. La palabra clave es Yahaira Plasencia y solamente se sombrea los nombres de Jefferson Farfán y Yerson Reyes.

Mientras que, en referencia a los límites entre lo público y lo privado, *Perú21* siguió de cerca el escándalo y trató de revivirlo con imágenes del pasado. Yahaira Plasencia indicó que no pensó llegar a esta instancia pero las circunstancias lo ameritaban. Lo que quiso realizar la cantante es limpiar su imagen y pedir una rectificación por parte del hombre que la acusaba. Por el lado de Yerson Reyes, se hablaba de tranquilidad y paciencia porque sabía que había dicho la verdad. Nadie lo negaba pero tuvieron que llegar hasta la justicia.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 58: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Perú21 utilizó una imagen de cortesía de *Trome* donde se muestra a Yahaira Plasencia con el rostro serio y con lentes oscuros. Vestía de manera formal y estuvo acompañada por dos allegados a su entorno. La situación no era la más cómoda y se vio presionada por la prensa tanto al ingreso del Juzgado como a la salida. En esta ocasión y con la imagen, podemos observar la repercusión que generaba Yahaira Plasencia en la sociedad.

COMPARATIVO

Los medios de comunicación plantearon en sus redacciones dos tipos de noticias distintas. *Trome* envió a un reportero a realizar la cobertura mientras que, *Perú21* se basó en un programa de televisión. Además, creyeron conveniente adicionar videos para complementar el cuerpo del texto. Sin duda, esto resulta fundamental para la cantidad de las páginas vistas y permitirle al lector un producto de calidad. El tratamiento noticioso es efectivo porque nos da detalles certeros de lo que sucedió en la primera citación en el Juzgado entre ambos. La palabra clave de ambas publicaciones es Yahaira Plasencia y se colocaron las notas adicionales solamente al final del cuerpo del texto.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privada, podemos determinar que este episodio fue generado por ambos personajes públicos. No midieron las consecuencias de mostrar su vida íntima y terminaron en la justicia enfrentándose por las razones ya conocidas. Tras las revelaciones, la vida de Yerson Reyes, cambió definitivamente. Se volvió famoso y

fue señalado como el "hombre" que se interpuso entre la relación del futbolista Jefferson Farfán. Mientras que, los medios fueron muy duros con Yahaira Plasencia por serle infiel a un personaje tan querido como la "Foquita". Sin duda, aquí apareció el común denominador de nuestra sociedad: los prejuicios sin tener una verdad absoluta o la versión de la parte agredida.

NOTA 22 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 20-02-17
- Titular: Yahaira Plasencia: ¡Noooo! Este fue el error que salsera cometió en relación con Jefferson Farfán [Video]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-error-relacion-jefferson-farfan-video-40880>

Tabla 46

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las dos palabras claves de la noticia. No cuenta con publicidad en el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	

Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia brindó una entrevista sobre su vida privada en el programa que más ataques recibió, "Amor Amor Amor". Aquí reveló detalles nunca antes contados que fueron reproducidos en distintos medios de comunicación.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	<i>Trome</i> utilizó un lenguaje coloquial para llamar la atención de sus usuarios y logró plasmar correctamente el sentido noticioso.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La cantante Yahaira Plasencia fue noticia una vez más al revelar los episodios de su vida privada cuando estuvo en pareja con Jefferson Farfán. Obtuvo más de 10 puntos de rating.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Nota de un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elaboró correctamente la entrevista que dio Yahaira Plasencia a "Amor Amor Amor". Se colocó un titular llamativo sobre las revelaciones de la cantante con el futbolista y además, luego del cuerpo del texto, añadió el video del programa del canal de *Latina*. En este caso, se plantea que las palabras claves sean Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia. Sin duda, *Trome* utiliza estos recursos para posicionar la noticia en los buscadores.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia cuenta detalles de su vida privada. El titular llama poderosamente la atención del usuario: "¡Noooo! Este fue el error que salsera cometió en relación con Jefferson Farfán". De esta manera, colocando los signos de exclamación y el nombre del futbolista, hace que el lector no dude en ingresar a la nota. Una vez en el texto, nos encontramos con esta importante cita: "Yo puedo decir que en algún momento cometí un error. Lo cometí porque soy joven, pero todo lo que se dijo fue muy cruel y no todo era verdad. Me afectó muchísimo, por eso es que yo en un momento le agarré fastidio al canal 2 porque me hicieron mucho daño". Finalmente, este tipo de noticias, genera mucha repercusión en las redes sociales por la forma en que se plantea y la exposición que el personaje le da a su vida privada.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 59: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Trome escoge una fotografía de archivo para iniciar su publicación. En esta oportunidad, la noticia se basa en una entrevista que brindó Yahaira Plasencia, vía telefónica, al canal de televisión *Latina*. De esta manera, la cantante reveló lo que sucedió con Jefferson Farfán en su momento y qué pasó posteriormente a las revelaciones de Yerson Reyes. En la imagen, se la muestra seria, confundida y molesta. El redactor considera conveniente utilizar una fotografía no tan alegre por la sensibilidad del escándalo. Además, está con el look renovado y lista para confesarse.

NOTA 22 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 20-02-17
- Titular: Yahaira Plasencia: 'Cometí un error en mi relación con Jefferson Farfán' [Video]
<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-cometi-error-mi-relacion-jefferson-farfan-video-66628>

Tabla 47

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo una sola palabra clave.

	<p>No cuenta con publicidad el video.</p> <p>Tiene notas relacionadas al final del texto.</p>
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia. (Se sombrea la palabra de Jefferson Farfán en el primer párrafo)
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia reveló detalles inéditos de su relación con Jefferson Farfán. Admitió su error y dio a entender que le fue infiel. Sin duda, este tipo de declaraciones, alimentan el morbo y hacen de la vida privada, un <i>show</i> .
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"La cantante de salsa Yahaira Plasencia admitió que cometió un error durante su relación con Jefferson Farfán dando entender que sí le fue infiel al deportista, esto durante una entrevista telefónica para el programa Amor, amor, amor".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia conversó con el programa de televisión, donde según ella, la agredieron sin razón. De esta manera, este tipo de revelación, generó repercusión en todos los medios de comunicación. Incluso, en los que no cubren espectáculos.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Nota elaborada en base de un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 elaboró su contenido en base a una declaración de Yahaira Plasencia en el programa "Amor Amor Amor" de *Latina*. Se agregó un hipervínculo a la palabra de la cantante y se sombreó el nombre Jefferson Farfán. Son decisiones del redactor al momento de elaborar su noticia, ya que este tipo de recurso digital permite que se abra otra ventana con material extra relacionado a dicho nombre. No obstante, se añadió el video después del primer párrafo, para que el lector se interese mucho más. Incluso, la publicación está dividida por un subtítulo. Claramente, el enfoque del redactor es establecer todas las especulaciones que se han realizado en torno a Yahaira Plasencia. Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia apareció en el programa "Amor Amor Amor", donde según ella, la maltrataron y colocaron duros calificativos tras las revelaciones de Yerson Reyes. En esta ocasión, quedó en evidencia, que las noticias divulgadas en televisión o web, son el nexo para que las figuras públicas no pierdan vigencia y aparezcan en las principales portadas. Podríamos asegurar, como lo marcamos en nuestro marco teórico, que este es un claro ejemplo de la noticia hecha *show*.

NOTA 23 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 24-02-17
- Titular: Yahaira Plasencia y Jerson Reyes de nuevo frente a frente por juicio, pero lo peor vino al final [FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-nuevo-careo-juicio-difamacion-fotos-41288>

Tabla 48

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la noticia. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Galería de fotos y un video.

Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jerson Reyes.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Es una nota informativa. Yahaira Plasencia llegó a esta instancia tras mediatizar su vida privada y verse envuelta en un escándalo de infidelidad a nivel nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Yahaira Plasencia demandó a Yerson Reyes por difamación tras las graves acusaciones de su vida privada. "¡Nuevamente se vieron las caras! La cantante Yahaira Plasencia y el futbolista Jerson Reyes estuvieron frente a frente este viernes 24 de febrero en el nuevo careo programado en el 23 Juzgado de Lima por la demanda de difamación que le entabló la salsera pero no todo salió bien. Las diligencias fueron suspendidas hasta el 17 de marzo".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La cantante Yahaira Plasencia fue noticia por estar involucrada en un escándalo de infidelidad en 2016. Tras cinco meses, los medios siguen hablando de lo mismo y esta vez en un juzgado.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Nota elaborada por <i>Trome</i> .

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome realizó una noticia con su propio material. Acudió al lugar de los hechos, tomó fotografías y el periodista escribió una crónica de lo sucedido. Las palabras claves del texto

fueron Yahaira Plasencia, Yerson Reyes y Jefferson Farfán. Además, seis párrafos bastaron para colocar la información y un video al final del cuerpo del texto de un programa de televisión. De esta manera, se establecieron los patrones del medio de comunicación y le dieron un hilo conductor a la noticia periodística.

Al tratarse de una nota informativa, *Trome* envió un equipo al Juzgado de Lima para seguir de cerca el careo de Yahaira Plasencia con Yerson Reyes. A este punto tuvieron que llegar ambos personajes luego de exponer su vida privada en televisión. Tras el primer "careo", *Trome* volvió a darle la cobertura que necesitaba. En muchos casos, los personajes públicos se ven envueltos en casos judiciales, Yahaira Plasencia no fue la excepción. Increíblemente, el mundo del espectáculo es muy complejo y algunas de sus figuras creen que tribunales está para resolver sus problemas personales.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 60: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)

En esta galería de imágenes, *Trome* utiliza su propio material obtenido en el frontis del tribunal donde acudieron ambos personajes públicos. En la primera fotografía de la izquierda superior, se muestra una composición con la llegada de los dos personajes públicos al Juzgado de Lima. Luego se muestran dos postales de Yahaira Plasencia con lentes oscuro y llegando acompañada por sus abogados al Juzgado. Se la notó tranquila y distendida previa al careo. Finalmente, aparece Yerson Reyes con una vestimenta formal, unos lentes oscuros y acompañado de su defensa. Una galería hecha con un hilo conductor y que es preciso para la composición de la nota.

NOTA 23 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 24-02-17
- Titular: Yahaira Plasencia y Jerson Reyes se ven nuevamente las caras... Esto fue lo que pasó [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-ven-nuevamente-caras-esto-paso-video-67050>

Tabla 49

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la noticia. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jerson Reyes.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programas de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	4 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Se trata de una nota informativa. Yahaira Plasencia llega nuevamente al Juzgado de Lima para verse las caras con Yerson Reyes luego de una accidentada primera citación.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La cantante Yahaira Plasencia y el futbolista Jerson Reyes se reunieron nuevamente el viernes 24 de febrero en

	un nuevo careo programado por el 23 Juzgado de Lima por la demanda de difamación que le entabló la ex enamorada de Jefferson Farfán.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La noticia genera repercusión porque es un tema delicado. Nuevamente, Yahaira Plasencia se ve involucrada en un escándalo y esta vez en un espacio judicial.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Nota elaborada por un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 elaboró una noticia informativa basándose en distintos programas de televisión. Con cuatro párrafos manifestó algunos de los detalles del juicio de Yahaira Plasencia y Yerson Reyes. Además, agregó un video de la llegada de ambos al Juzgado de Lima y al final se insertó otro material audiovisual donde se recuerda los episodios del escándalo entre ambos personajes. Adicionalmente, el redactor utilizó las palabras claves de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán para su posicionamiento.

Como se trata de una noticia informativa sobre un hecho de Yahaira Plasencia y Yerson Reyes, no hay vulneración de lo público y privado, pero si podríamos decir que fue un episodio generado por contar detalles sumamente íntimos. Es decir, la vida privada de estas personas no tuvo límites y se tuvo que llegar a un escándalo mayúsculo por hablar de infidelidades en televisión nacional. Su último recurso fue trasladar el caso a los tribunales. Otro factor determinante dentro de este escándalo.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 61: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Esta imagen utilizada por *Perú21* es de archivo y funciona como referencial a un nuevo "careo" entre ambos personajes. Yahaira Plasencia aparece con lentes oscuros, ropa formal y acompañada por dos personas que son de su entorno. Se la nota seria y con una sensación de que quiere terminar la diligencia lo más pronto posible. El redactor añade la imagen para que sirva de contexto.

COMPARATIVO

Los medios de comunicación decidieron realizar dos tipos de cobertura. *Trome* envió un reportero al lugar de los hechos para enterarse de todos los detalles y plantear una nota acorde a la coyuntura. Realizó una galería de fotos con la llegada de ambos personajes públicos al Juzgado de Lima, insertó un video complementario a la nota y planteó un texto lleno de detalles. Mientras que, *Perú21*, se basó en informaciones de los programas de televisión y colocó una fotografía de archivo cedida por el mismo *Trome* (mismo grupo editorial). No obstante, ambos coincidieron en las palabras claves de posicionamiento y las notas adicionales solamente las insertaron al final del cuerpo del texto.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, estas notas son netamente informativa. Se trata de la segunda vez que se encuentran en el Juzgado y debía tenerse una cobertura acorde a la coyuntura. Un episodio así no sucede todos los días. Sin embargo, debemos tener en cuenta, que es un hecho desencadenante tras la revelación de detalles

íntimos de sus vidas privadas. La infidelidad es un hecho castigado en la sociedad mundial y Yahaira Plasencia tuvo que vivirlo en carne propia. Por ello, *Trome*, decidió hacer una cobertura especial y *Peru21* se limitó a seguirla de lejos. Es decir, cada medio tiene la libertad de plasmar su contenido periodístico como desee. Es parte de una decisión editorial.

NOTA 24 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 07-04-17
- Titular: ¿Yahaira Plasencia engañó a Jefferson Farfán diciéndole que Jerson Reyes era su primo? [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-engano-jefferson-farfan-diciendole-jerson-reyes-primo-video-45961>

Tabla 50

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la noticia. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video de Youtube.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Melissa Klug.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programas de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Tras varios meses del escándalo de infidelidad, Yahaira Plasencia

	nuevamente está en el ojo de la tormenta. La ex esposa de Jefferson Farfán reveló supuestas mentiras que realizó la cantante cuando estuvo con el futbolista.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La aparición de otro tercero dentro del escándalo de Yahaira Plasencia. "La empresaria y ex pareja del futbolista Jefferson Farfán, Melissa Klug, se presentó en el programa "Amor, amor, amor" para revelar secretos sobre la supuesta relación que habrían mantenido Yahaira Plasencia con el futbolista de segunda división Jerson Reyes. Klug no se guardó nada".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El escándalo de infidelidad por parte de Yahaira Plasencia a Jefferson Farfán generó varias portadas de los medios de comunicación por la gran atención que tenía por parte de la audiencia.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Nota elaborada por un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elaboró una noticia con cinco párrafos y un video complementario al cuerpo del texto. Se colocó correctamente los hipervínculos a los *tags* de Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Melissa Klug. No obstante, es importante agregar noticias relacionadas al final del texto para que el lector permanezca el mayor tiempo posible dentro de la página web. Además, nos damos cuenta que la fotografía llama la atención por el rostro del futbolista al ver a su ex pareja, Yahaira Plasencia. Todos los recursos son funcionales para un buen tratamiento noticioso.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, observamos que nuevamente aparece un tercero dentro de la noticia. Yahaira Plasencia es atacada tras haber pasado siete meses del escándalo. Es un tema difícil de sobrellevar y muchas personas se aprovechan de su situación para atacarla. En este caso, los medios les dan tribuna a los personajes que quieren perjudicar a la cantante, reviviendo un escándalo de meses. Es funcional al *show* y esto les permite a las plataformas digitales realizar mayor contenido.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 62: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)

La fotografía que utiliza *Trome* es funcional al titular. En la composición aparece Yahaira Plasencia con una actitud de confrontación dentro de una situación de su vida diaria. Además, tiene la mirada fija sobre la cámara e intenta dar un mensaje desafiante. Mientras que, Jefferson Farfán se muestra con un rostro apaciguado, pensativo y como si "algo" en su interior le preocupara. Es sin duda, una imagen que ayuda a contextualizar y a generar polémica desde el inicio.

NOTA 24 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 07-04-17
- Titular: Yahaira Plasencia hizo pasar a Jerson Reyes como su primo frente a Jefferson Farfán, aseguró Melissa Klug

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-hizo-pasar-jerson-reyes-primo-frente-jefferson-farfan-aseguro-melissa-klug-72040>

Tabla 51

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo una sola palabra clave de la nota. No cuenta con publicidad el video.

	Tiene notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía. (Insertó una publicación de Twitter).
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Melissa Klug.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programas de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La publicación de <i>Perú21</i> se basa en la declaración de Melissa Klug. La ex pareja de Jefferson Farfán asegura que Yahaira Plasencia mintió en reiteradas ocasiones en su relación. Una aseveración que perjudica nuevamente la imagen de la cantante.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Melissa Klug no se quedó callada y durante una entrevista en el programa 'Amor, amor, amor' reveló que Yahaira Plasencia presentó a Jerson Reyes como su primo".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El escándalo de infidelidad entre Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán generó repercusión desde el mes de septiembre. Increíblemente, tras siete meses, el escándalo sigue generando portadas.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Noticia elaborada por un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 realiza un contenido de cinco párrafos cortos, una fotografía y un titular llamativo pero largo. Además, se colocó solamente un hipervínculo en el *tag* de Melissa Klug pero se repitió constantemente el nombre de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Sin embargo, no existe ningún video que complemente el texto y permita al lector estar mucho más enterado de lo que sucedió. Al final de la nota, se agrega material relacionado, que sería el reemplazo del recurso audiovisual que se omitió.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, *Perú21* genera un contenido preciso e informativo. Es verdad que en muchas ocasiones, los medios de comunicación se escudan en las declaraciones de los personajes para armar los contenidos. Melissa Klug, aprovechó las circunstancias y volvió a atacar a Yahaira Plasencia, ex pareja de Jefferson Farfán. La polémica se acrecentó luego de que la cantante vuelva a referirse del tema tras haberlo dejado de lado. En esta oportunidad, Klug afirmó que el supuesto "amante" de Plasencia fue presentado a Farfán como su primo. Una afirmación polémica que causó sorpresa en todos. Incluso, la llamó mentirosa y astuta para mantenerse en el medio.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 63: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio (composición del autor)

Perú21 colocó como imagen abridora una composición entre Yahaira Plasencia y Melissa Klug. En la parte de la izquierda aparece la madre de los hijos del futbolista de Jefferson Farfán con un rostro sonriente y feliz. Incluso, tiene una postura muy cómoda ante los flashes de los medios. Mientras que, Yahaira Plasencia se muestra con la mirada perdida, con mucha

seriedad y con las manos cruzadas. Como parte del juego fotográfico, la cantante estaría "mirando" desafiantemente a Melissa Klug.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación establecen correctamente sus titulares sobre las revelaciones de Melissa Klug tras varios meses de silencio. *Trome* y *Perú21* fijó sus palabras claves en Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Melissa Klug. Con este planteamiento, lograron posicionar sus notas en los principales buscadores de Perú. Incluso, la ventaja en esta noticia, la tuvo *Trome* porque le permitió al lector tener un material audiovisual adicional al texto. Es decir, este recurso digital logra que el usuario esté mayor tiempo en la página web y genere un flujo activo en internet.

Por otro lado, ambos medios realizan una noticia basada en la declaración de un tercero. Por lo general, es válido en el espectáculo peruano este tipo de declaraciones pero nunca se miden las consecuencias. No existe necesidad que tras 7 meses se reavive un escándalo de infidelidad. Pero como se trata de Yahaira Plasencia, los medios necesitan armar contenido con su nombre para verse beneficiados con más visitas en su web. Muchas veces, es un círculo vicioso de nunca acabar. No obstante, la revelación de una mentira en su ex relación, generó mucha repercusión en los usuarios porque son detalles nunca antes sabidos.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 64: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La fotografía escogida por *Perú21* muestra a Yahaira Plasencia en una de sus presentaciones del programa de televisión de Gisela Valcárcel. Se la nota con el rostro serio, confundido y preocupado. Sin duda, hablar de su relación con Jefferson Farfán, genera polémica pero a la vez, repercusión y críticas por la supuesta infidelidad. Además, da contexto a la noticia y se apoya en el titular. Está claro que no se podía colocar la captura de pantalla de la entrevista porque se dio mediante una llamada telefónica.

COMPARATIVO

Las dos noticias de los medios de comunicación tienen un estilo que a veces se asemeja. Realizan un titular llamativo, colocan fotografías de contexto e identifican las palabras SEO para su posicionamiento en la red. Además, se utilizaron videos complementarios al cuerpo del texto para ganar más confiabilidad. La noticia fue publicada minutos después de la entrevista realizada en el canal de televisión *Latina*. Mientras que, se ayudó al lector colocando notas adicionales al final del texto, para que se entere de todos los detalles que giran alrededor de Plasencia.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, *Trome* y *Perú21* se basaron en la entrevista telefónica que brindó Yahaira Plasencia al programa donde la criticaron duramente tras las revelaciones de infidelidad. En este caso, hablamos de que el propio personaje toma conciencia que su vida privada ya dejó de serlo y todos los detalles debe contarlos en televisión. Su relación con el futbolista fue muy mediática y estuvo en las principales portadas de los medios nacionales. Esto hizo que la situación se le escape de las manos y Yahaira Plasencia tenga que pasar por problemas de salud. Sin duda, estar en el medio, hace que las figuras del espectáculo se nublen y busquen fama a toda costa. Incluso, llegando a extremos que luego son motivo de arrepentimiento.

NOTA 25 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 12-04-17
- Titular: Esto es Guerra: Yahaira Plasencia dedicó nuevo cover a... ¿Jefferson Farfán? [VIDEOS]

<https://trome.pe/programas-tv/esto-guerra-yahaira-plasencia-nuevo-cover-video-46556>

Tabla 52

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Esto es Guerra.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programas de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Este es un claro ejemplo donde existe un aprovechamiento de los personajes públicos en los programas de televisión. Yahaira decide recordar a su ex pareja tras haber terminado por una infidelidad para generar controversia.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Tras su aparición en el programa de más rating a nivel nacional, Yahaira Plasencia, recordó a su ex pareja con una canción. "La aparición de la cantante Yahaira Plasencia en el set de Esto es Guerra fue blanco para la atención de muchos ya que la salsera no solo presentó su nuevo cover, sino que esta pieza tendría algo que ver con un antiguo amor".

Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia sabía que su aparición en los medios de comunicación generaba repercusión. Incluso, cuando se presenta la oportunidad, siempre recuerda a su ex pareja Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Noticia elaborada por un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome planteó el ingreso de Yahaira Plasencia al programa *Esto es Guerra* desde la supuesta vinculación que tendría la letra de su canción con Jefferson Farfán. Además, se adicionó dos videos para complementar el texto y permitirle al lector pasar más tiempo en la página web. En este sentido, se colocó noticias adicionales para contextualizar al lector sobre lo que sucedió meses atrás y porque se lo relaciona con Jefferson Farfán.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia siguió abusando de los medios para referirse a Jefferson Farfán y generar controversia. En este caso, puede ser que no se hayan vulnerado los límites entre lo público y lo privado, pero no se debe abusar de los medios de comunicación. Si en un momento manifestó que no quería volver hablar de su vida privada, debió respetarse. Sin embargo, no lo cumplió. "Es para una persona muy especial", dijo Yahaira Plasencia. Con esta afirmación, volvió a referirse de un tema que la perjudicó en el comienzo e incluso tuvo que salir a declarar en un programa de actualidad sobre las diversas agresiones que recibió.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

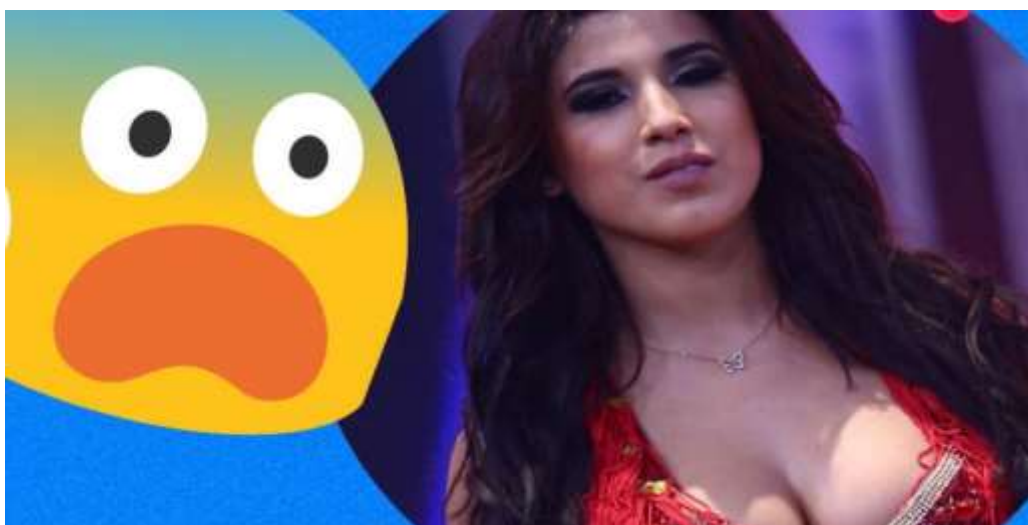


Figura 65: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En este caso, *Trome* realizó una composición con la imagen de Yahaira Plasencia y le agregó un *emoji* de sorpresa. El reciente ingreso de la cantante al programa de espectáculos "Esto es Guerra" generó repercusión en los diferentes portales de internet. Además, en la fotografía utilizada por el diario, se la muestra a la ex pareja de Farfán de manera sensual y con el rostro serio. Una postal que llama la atención y es funcional para el estilo y formato que plantea *Trome*.

NOTA 25 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 14-04-17
- Titular: ¿Yahaira Plasencia dedicó nueva canción a su ex Jefferson Farfán?

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-dedicó-nueva-cancion-ex-jefferson-farfan-72821>

Tabla 53

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tiene hipervínculo la palabra clave de la nota. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del cuerpo del texto.

Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programas de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia ingresó al programa de entretenimiento con más rating a nivel nacional, Esto Es Guerra y causó revuelo en el ambiente del espectáculo. Sin duda, la cantante hizo uso de aspectos de su vida privada para resaltar.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La noticia gira en torno a una canción que interpretó en el programa y generó controversia por una supuesta dedicatoria a su ex pareja, Jefferson Farfán. "La cantante Yahaira Plasencia presentó en la última edición del <i>reality</i> Esto es Guerra su nueva canción 'Ay amor', un tema romántico que provocó la curiosidad en María Pía Copello y Mathías Brivio".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Ingresar al programa Esto Es Guerra siempre trae polémica. Más aún, si Yahaira Plasencia hace su ingreso tras una gran expectativa de sus fanáticos.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Noticia elaborada por un programa de entretenimiento.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 plantea una noticia de cuatro párrafos, una fotografía y notas relacionadas al final del cuerpo del texto. Solamente se coloca un hipervínculo al *tag* de Yahaira Plasencia. Durante el desarrollo del texto, se evidencia que es preciso, conciso y directo. Se coloca la cita textual de lo que manifestó Yahaira Plasencia en la canción y el presunto vínculo con su ex pareja. Al terminar de leer el contenido, queda la sensación de querer observar un video. Sin embargo, no existe este material complementario que pudo ser de mucha ayuda.

En esta ocasión, observamos que Yahaira Plasencia es la única responsable de exponer su vida privada en medios de comunicación. Pareciera innecesario relacionar la canción con Jefferson Farfán pero termina por ser parte del juego mediático. Este es un punto en el que Yahaira Plasencia debería ponerse de acuerdo. Hablar o no de su vida privada en los medios. Más allá de los ataques, la responsable termina siendo la cantante por mediatizar y relacionar su vida con los escándalos del pasado.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 66: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Peru21 utiliza el recurso de la captura de pantalla del programa de *Esto es Guerra en América Televisión* y es sumamente válido para la nota. Yahaira Plasencia se muestra con un vestuario sensual, con una sonrisa en el rostro y acompañada de bailarines. Un show digno de observar en televisión pero que resulta innecesaria la vinculación con Jefferson Farfán. Su ingreso al programa de entretenimiento generó polémica y aumentó la cantidad de televidentes. Es un

personaje digno de aprovechar y así lo entendieron los medios de comunicación e incluso la misma Yahaira Plasencia.

COMPARATIVO

Los dos medios de comunicación enfocaron su noticia por la vinculación que tendría la nueva canción de Yahaira Plasencia con Jefferson Farfán. Fueron contenidos cortos, sencillos y directos con cinco párrafos por *Trome* y cuatro por *Perú21*. Además, ambos utilizaron una sola imagen de portada y solamente uno de ellos utilizó un material audiovisual complementario. *Trome* sigue el patrón de agregar videos para que sus notas no queden solamente en texto y esto hace que sea un recurso adicional. Esto no quiere decir que *Perú21* esté equivocado. El esquema de solo texto está permitido pero no sabemos el impacto que pueda generar en el lector y que continúe siendo su página favorita para informarse posteriormente.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, son los mismos personajes del espectáculo, los que cuentan o realizan ciertas acciones que terminan vinculadas a su pasado. Jefferson Farfán había quedado en el olvido pero esto no es así. Yahaira Plasencia decidió ingresar al programa *Esto Es Guerra* y entonó una canción que hacía referencia a su ex pareja. La presentación trajo polémica e hizo que los medios de comunicación especulen sobre una reconciliación o una posible "paz" entre ambos tras la supuesta infidelidad de unos meses atrás. No cabe duda, que este tipo de presentaciones, genera repercusión y hace que la vida privada de un personaje público se transforme en un *show*.

NOTA 26 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 29-04-17
- Titular: ¿Yahaira Plasencia borrará fotos con Jefferson Farfán? Esto dice la salsaera [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-farfan-borrar-fotos-video-48266>

Tabla 54

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción

Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto para complementar.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una galería de dos fotos y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programas de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	2 fotos.
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La cantante Yahaira Plasencia volvió a referirse a Jefferson Farfán tras su viaje de cumpleaños a Cancún. Otra vez, aspectos de la vida privada de la artista, en televisión nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Yahaira Plasencia tuvo que salir aclarar lo que hizo luego de haber terminado su relación con Jefferson Farfán. "Yahaira Plasencia contó que no borraría las fotos que tiene con Jefferson Farfán de sus redes sociales, tal como lo hicieron Paolo Guerrero y Alondra García Miró".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Como vemos, Yahaira Plasencia siempre será noticia. Mayor aún, si el tema abordado tiene relación con el futbolista Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Elaborada en base a una entrevista.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome plasmó un contenido con cinco párrafos, un titular contundente y una fotografía de contexto abridora. Se utiliza correctamente el recurso del video para darle un valor agregado a la noticia y enterarnos a profundidad lo que sucedió. Las palabras claves para el posicionamiento son Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Mientras que, al final del cuerpo del texto, aparecen las notas relacionadas para que el lector pueda mantenerse en la red. Aunque usted no lo crea, funciona. El usuario, interesado en el ambiente del espectáculo, se tomará el tiempo posible para revisar los contenidos necesarios.

Con respecto a la vulneración entre lo público y lo privado, aquí se observa que Yahaira Plasencia tiene la obligación de aclarar los rumores que empezaron a darse en los medios de comunicación escritos y televisivos. "No (borraría las fotos), los bonitos recuerdos quedan", dijo Yahaira Plasencia que acaba de llegar de Cancún, donde festejó su cumpleaños número 23. En este caso, somos testigos que los personajes públicos dejan de lado la intimidad de su vida y pasan a divulgar todo lo que les sucede. Incluso, a decir sus sentimientos más privados a nivel nacional.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 67: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Trome utilizó una fotografía de Yahaira Plasencia en un programa de televisión donde se muestra contenta. La cantante aparece nuevamente renovada, con una sonrisa en el rostro y un atuendo negro tras haberse mostrado rubia por un buen tiempo. Además, el recurso seleccionado por el redactor es válido pero no da más detalles del tratamiento del contenido.

Sin embargo, el titular de intriga (¿Yahaira Plasencia borrará fotos con Jefferson Farfán? Esto dice la salsera) ayudó para darle mayor relevancia a la publicación.



Figura 68: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En la segunda fotografía de la galería, observamos una *selfie* tomada por Jefferson Farfán mientras se encontraba en una relación con Yahaira Plasencia. Es una imagen de archivo de una situación cotidiana que le ayuda al lector sobre lo que va a leer. Más allá de un hilo conductor, lo que nos quiere dar a entender el redactor, es que es una noticia basada en la ruptura de una relación que en un momento se mostró feliz.

NOTA 26 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 28-04-17
- Titular: Yahaira Plasencia aseguró que nunca borraría sus fotos con Jefferson Farfán

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-aseguro-borraria-fotos-jefferson-farfan-74352>

Tabla 55

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas entre los párrafos y al final del texto.

Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Cancún.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programas de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia volvió a referirse acerca de su ex relación con Jefferson Farfán. En este caso, fue noticia porque dejó entrever que borraría las fotografías guardadas con Jefferson Farfán. Recordemos que, terminaron tras los rumores de infidelidad revelados en televisión.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Luego de haber cumplido 23 años, Yahaira Plasencia, se mostró feliz por una nueva etapa en su vida pero no dejó pasar la oportunidad de exponer su vida privada. "La cantante y bailarina Yahaira Plasencia regresó de su viaje a Cancún donde celebró su cumpleaños número 23 y dio detalles de su situación sentimental".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La cantante es repercusión por cada presentación o declaración que realiza en los medios de comunicación. Realizar un contenido de Plasencia, por más vago que sea, siempre es funcional.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Elaborada en base a una entrevista.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 elaboró una noticia con cinco párrafos de tres líneas (incluso dos), una fotografía y un video que apoya el cuerpo del texto. No obstante, se colocaron los hipervínculos a los *tag* de Yahaira Plasencia y Cancún. El posicionamiento lo logró el medio a través del nombre de la cantante, que en aquella época, generaba la mayor cantidad de búsquedas por las personas cuando querían informarse sobre el espectáculo. Finalmente, se agrega el material adicional para que el lector pueda complementar la noticia principal.

Por el lado de los límites entre lo público y lo privado, *Perú21* replica los dichos por Yahaira Plasencia en un medio televisivo y explica que no borraría las fotos de su ex pareja Jefferson Farfán. Aunque parezca irrelevante en la vida de cualquier persona esta decisión, el medio, creyó conveniente realizar una noticia sobre esta declaración porque considera que este tipo de declaraciones son relevantes para el usuario. Además, en el desarrollo de la noticia, Yahaira Plasencia indica que se encuentra soltera y que está mejor así. No quiere saber del amor por el momento y deja en claro que la relación con Jefferson Farfán "es un bonito recuerdo". No nos queda claro si ella quiso cuidarse tras la infidelidad o lo aprovechó para continuar en la palestra mediática.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 69: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Trome hace válido el recurso de la selección de una fotografía de archivo. Aparecen en primer plano Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Ambos se muestran sonrientes y felices mientras llevaban una relación amorosa. La exposición mediática de ambos a comienzos de 2016 generó una gran repercusión en los medios y captó la atención de todo el público. Se trataba de uno de los futbolistas más queridos, que terminó tras un tiempo de relación, involucrado en un caso de infidelidad.

COMPARATIVO

Los medios de comunicación plantearon correctamente la noticia a nivel digital. Colocaron fotografías abridoras de archivo y referenciales para el lector. Además, los redactores identificaron las palabras claves (Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán) lograron posicionar la página web. Los dos diarios creyeron conveniente agregar un video para que la nota tenga peso y el lector escuche las declaraciones de la cantante sobre el futbolista. Finalmente, se añadieron las notas adicionales para que el usuario tenga un mayor conocimiento entre ambos.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Yahaira Plasencia fue sincera y habló de Jefferson Farfán. Estamos en el proceso del post – infidelidad. Quizás, este tipo de declaraciones, la acercan otra vez al futbolista. *Trome* inicia su noticia con un interrogante acerca de las fotos que tiene en su poder de su ex pareja. El misterio atrapa a sus lectores y este tipo de planteamientos hacen que ingresen a la nota. Por el otro lado, *Perú21*, fue acorde a su estilo y no especuló con su titular. El redactor aseguró que Yahaira Plasencia no borrará las fotografías de Farfán. Dos estilos totalmente distintos que tienen su propia audiencia. Además, de saber identificar que este tipo de declaraciones, al lector le llama la atención luego de un escándalo mayúsculo como la infidelidad. Las personas normales llevamos un proceso de asimilación luego de terminar una relación. El mismo caso sucede con Yahaira Plasencia. No por aparecer en televisión, es un ser iluminado. Sufre, llora y padece de las complejidades que le presenta la vida diaria.

NOTA 27 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 24-07-17
- Titular: ¡Qué roche! Jefferson Farfán cuadra a su tío Cuto Guadalupe por hablar contra Yahaira Plasencia [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/jefferson-farfan-cuadra-cuto-guadalupe-perdon-yahaira-plasencia-video-57108>

Tabla 56

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una foto y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Cuto Guadalupe
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Programas de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia se vio involucrada en un cruce de declaraciones con el ex futbolista, Cuto Guadalupe (tío de Jefferson Farfán), por haber terminado con su sobrino y lucrado con la relación.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Tras el escándalo de infidelidad y varios meses de una supuesta tregua, se

	<p>inicia un nuevo conflicto. Farfán, Plasencia y Guadalupe protagonizaron un entre dicho en redes sociales y la televisión.</p> <p>"Las cosas se salen de control. Después que Cuto Guadalupe tildara de 'figureti' y 'fresca' a Yahaira Plasencia por haber lucrado con su relación con Jefferson Farfán, la salsera decidió responderle al tío de su ex".</p>
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El escándalo se reavivo tras las declaraciones de Cuto Guadalupe sobre la relación de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán. Tres figuras reconocidas del medio generan un valor agregado a las notas de <i>Trome</i> y <i>Perú21</i> .
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Elaborada en base a una entrevista, una publicación en Facebook y un reportaje de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome realizó un tratamiento noticioso completo. En cinco párrafos contextualizó, describió y fundamento lo sucedido entre Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Cuto Guadalupe. Los tres personajes fueron las palabras claves del texto y permitieron elaborar un contenido nutrido sobre los entre dichos por declaraciones picantes del ex futbolista. Además, colocó un video donde Guadalupe declaraba en contra de Plasencia. Finalmente, insertó el comunicado que emitió Jefferson Farfán tras las agresiones que recibió su ex pareja.

En este caso, Cuto Guadalupe realizó una grave acusación hacia Yahaira Plasencia cuando mantuvo una relación con su sobrino. La cantante no tuvo participación en este nuevo escándalo pero fue agredida por el familiar de Farfán al aseverar que lucró con la relación y con las acusaciones de infidelidad. Después de un momento de reflexión, la ex pareja de Plasencia salió al frente y aclaró los entredichos. "Por respeto a mi trabajo, a mi ex pareja (de quienes no hablo) agradeceré que no me mencionen y se dediquen simplemente a sus propias vidas, no a hablar de la mía. Tomo la oportunidad para pedir las disculpas del caso a la familia de mi ex por este tipo de declaraciones que escapan de mis manos. Qué lamentable y bajo que tengan que referirse a temas incluso materiales, los cuales fueron

adquiridos en sociedad", dijo Jefferson Farfán. Es decir, el futbolista por primera vez, se mostró cansado de las agresiones que recibió Plasencia tras el escándalo.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 70: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

El medio de comunicación escogió publicar una imagen compuesta dinámica. Aparece por el lado izquierdo, Jefferson Farfán, en una posición de confrontación y de pelea. Con el rostro serio y en medio de unos árboles. Por el otro lado, se muestra a Cuto Guadalupe con un vestuario de baile azul, con gestos de preocupación e indignación. Mientras que, en el medio y en un círculo amarillo, una fotografía de Plasencia haciendo un gesto sensual y desafiante. No olvidar que el redactor creyó conveniente colocarle unas lágrimas en el rostro de Guadalupe. Esta acción digital es válida por la supuesta respuesta contundente de Farfán a su tío.

NOTA 27 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 24-07-17
- Titular: ¿Qué dijo 'Cuto' Guadalupe sobre Yahaira Plasencia que molestó a Jefferson Farfán?

<https://peru21.pe/espectaculos/dijo-cuto-guadalupe-yahaira-plasencia-molesto-jefferson-farfan-90167>

Tabla 57

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al medio y final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una imagen.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia, Jefferson Farfán y Cuto Guadalupe
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La cantante Yahaira Plasencia, tras una serie de revelaciones a meses del escándalo de infidelidad, recibió un ataque por parte del tío de Jefferson Farfán, Luis Guadalupe. Se la agredió de tal forma que se vulneraron los derechos de la privacidad y respeto hacia la persona de Plasencia.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Jefferson Farfán se cansó que su tío Luis 'Cuto' Guadalupe hable constantemente sobre su vida personal y por eso lo 'cuadró' el día de hoy a través de su cuenta de Facebook".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia se vio envuelta en un escándalo con el tío de Jefferson Farfán. Se refirió a episodios privados de la cantante y acusó de lucrar con la relación que tuvo con su sobrino. Incluso, la ex

	pareja de Plasencia, salió a responderle y generó repercusión en el ambiente.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Elaborada en base a una entrevista, una publicación en Facebook y un reportaje de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 elaboró un contenido periodísticamente y digitalmente distinto. Desarrolló un cuerpo de texto narrativo, con contexto, declaraciones y conclusiones finales del escándalo familiar entre los Farfán y Yahaira Plasencia. Se reconocieron las palabras claves, no se agregó un video complementario y solo bastaron los párrafos para contar la historia. Además, volvió a su estilo particular de colocar notas relacionadas entre las líneas y permitirle al lector un valor agregado. Finalmente, una imagen que llama poderosamente la atención para elaborar un contenido sólido con los recursos que se tienen y sobre todo, contra el tiempo.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, el medio elabora una noticia con detalles exactos de un escándalo que revela la vida íntima de Plasencia. Incluso, se la agrede prejuiciosamente y hasta de manera despectiva.

Perú21 lo reflejó de la siguiente manera: "Que se corte las uñas porque ya no tiene de dónde agarrarse, qué le queda", señaló "Cuto". "¿Saben por qué terminó la relación?", preguntó en tono irónico en defensa de su sobrino. "Fíjense lo que pasó en el sillón rojo", sentenció en aquella oportunidad. Finalmente, Farfán salió al cruce a defender a su ex pareja y dejó en claro que la relación con su tío, se distanció desde hace un tiempo. Sin duda, una noticia que le sirve al medio para informar y a la vez, dañar seriamente a Plasencia.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

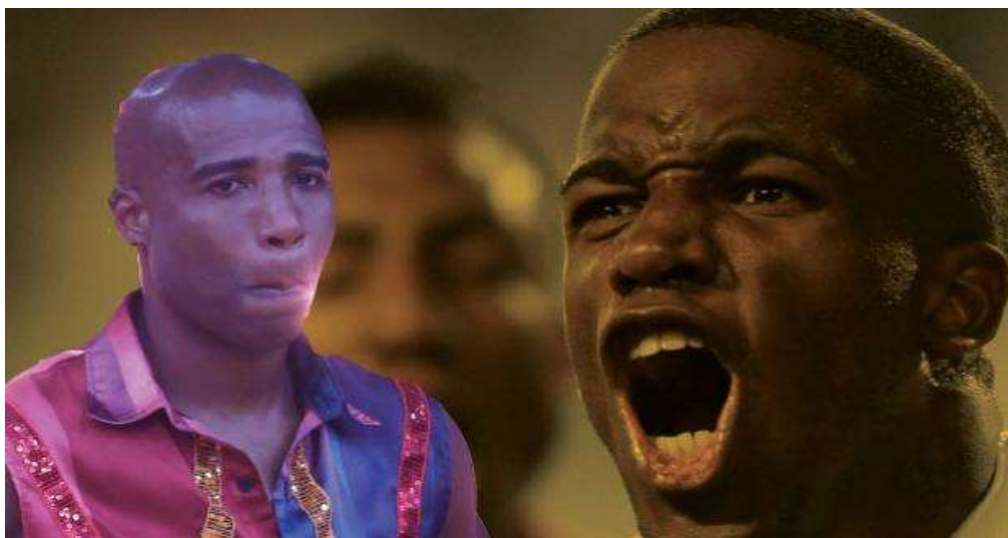


Figura 71: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

La imagen de *Perú21* nos muestra una composición entre Luis Guadalupe y Jefferson Farfán. En el lado izquierdo, el tío del futbolista está con un rostro serio, preocupado y con la mirada perdida. Al parecer, estaría reflejando una conocida frase: "Trágame tierra". Mientras que, por el lado derecho, aparece Farfán festejando uno de sus goles. En esta ocasión, se refleja un rostro de euforia y algarabía. Una imagen que refleja y permite contextualizar la noticia sobre la disputa entre ambas figuras del ambiente deportivo y ahora del espectáculo.

COMPARATIVO

Los dos medios de comunicación digitales plantearon sus noticias de manera diferente e ingeniosa. *Trome* elaboró un contenido completo con contexto, fotografía, video e incluso insertó una publicación de la red social Facebook. Además, identificó sus palabras claves para el posicionamiento en los buscadores y facilitó al lector tener notas adicionales al final del texto para darle orden. Mientras que, *Perú21* no necesitó de un video para que el texto sea contundente y explique al detalle lo sucedido entre Plasencia, Farfán y Guadalupe. Por su parte, el redactor entre párrafos, colocó notas adicionales y las más vistas del día.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, *Trome* fue directo y frontal con lo sucedido entre los personajes (¡Qué roche! Jefferson Farfán cuadra a su tío Cuto Guadalupe por hablar contra Yahaira Plasencia). Incluso, agregó una frase característica en el vocabulario cotidiano de nuestra sociedad ante una situación vergonzosa. Por el lado de *Perú21*, se estableció una interrogante para que el lector ingrese a la nota a enterarse más

detalles de la vida privada de Plasencia y Farfán. Posteriormente, se hace mucho hincapié por parte de ambos medios, las agresiones que recibió Farfán por supuestamente ser una "trepadora" y "vividora". Este tipo de declaraciones, son funcionales a la noticia y al *show*. Es por lo general, lo que necesitan los medios.

NOTA 28 – TROME

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 29-09-17
- Titular: ¿Yahaira y Jefferson se 'whasapean'? ¿Acaso se viene la reconciliación? ¡Uyuyuy! [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-farfán-whatsapp-reconciliacion-video-63363>

Tabla 58

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No cuenta con publicidad el video. Tiene notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una imagen y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia inició su participación en el programa Esto Es

	Guerra de manera polémica. El tema central de su participación fue Jefferson Farfán. Detalles de su vida actual fueron divulgados por la propia cantante en televisión.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Todo el tema comenzó apenas arrancó Esto es Guerra con un resumen de la conversación que Yahaira Plasencia tuvo con Ximena Hoyos, en la cual se dejó entrever que la salsera tenía intenciones de llegar 'más lejos' con Jefferson Farfán".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia dejó entrever que estaría hablando con Jefferson Farfán. Las indirectas y las afirmaciones de la cantante en el programa hacían suponer que había vuelto a tomar comunicación con el futbolista.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base del programa Esto es Guerra.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elabora un contenido digital de ocho párrafos, una fotografía abridora de composición y un video que suele estar en el medio del cuerpo de la nota. Además, se reconocen las palabras claves correctamente de posicionamiento en los buscadores. La noticia quiere generar intriga con un titular de preguntas ante la posibilidad de que Plasencia haya vuelto a tener comunicación con su ex pareja. Es funcional y permite agregar una imagen hecha en un programa de edición. Finalmente, se colocan las notas relacionadas y las más vistas del día.

Por otro lado, Yahaira Plasencia queda expuesta en esta noticia porque divulga detalles de su vida privada. Tras los enfrentamientos que tuvo después de la revelación de infidelidad, Plasencia dijo que no quería mediatizar aspectos de su intimidad. Sin embargo, cada vez que puede, deja entrever o envía indirectas a través del programa de televisión "Esto es Guerra". No tiene sentido pedir que respeten su vida privada si la vulneración proviene de la mismas persona.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 72: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

Trome creyó conveniente realizar una fotografía de composición y con material agregado. A través de un programa de edición, en la parte izquierda aparece Yahaira Plasencia con un rostro sonriente y feliz durante una de sus presentaciones en el programa de baile. Mientras que, al lado derecho, se muestra a Jefferson Farfán con gestos de preocupación y mucho cansancio. Lo particular de la fotografía son los símbolos de WhatsApp, el visto azul y la frase "OMG". Estos recursos son muy válidos porque funcionan con el contenido de la nota y llaman sumamente la atención.

NOTA 28 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Yahaira Plasencia
- Fecha de publicación: 29-09-17
- Titular: Yahaira Plasencia no se decide al hablar sobre Jefferson Farfán [VIDEO]

<https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-decide-hablar-jefferson-farfan-video-378099>

Tabla 59

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Tienen hipervínculos las palabras claves de la nota. No cuenta con publicidad el video.

	Tiene notas relacionadas en el medio y al término del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Un video y una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	De un programa de TV.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Yahaira Plasencia dejó entrever que tendría una comunicación con Jefferson Farfán. No fue clara y dejó confundidos hasta los periodistas de espectáculos. Reveló algunos aspectos de su vida privada post – escándalo.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Yahaira Plasencia tiene a todos sus seguidores confundidos, pues cada vez que le preguntan a la salsera por el futbolista Jefferson Farfán, sus declaraciones no son precisas".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Yahaira Plasencia fue protagonista nuevamente de portadas tras revelar que tendría comunicación con su ex pareja Jefferson Farfán.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 plasmó un contenido digital corto, de cuatro párrafos y con un video que sustente los dichos de Yahaira Plasencia. Solamente se trataba de las declaraciones del personaje público sobre una supuesta conversación con Jefferson Farfán. El titular fue sencillo y directo y no

dejó nada para la especulación. El lenguaje SEO se plasmó en los cuatro párrafos y se añadieron las notas relacionadas dentro del texto y también al final del mismo.

Por otro lado, colocamos en evidencia que hasta los propios medios de comunicación se confunden con las declaraciones de Yahaira Plasencia. Su indirecta no fue clara y dejó sobrevolando el rumor de un nuevo acercamiento con Jefferson Farfán tras el escándalo de infidelidad. El diario elaboró las declaraciones de Plasencia de la siguiente manera: "Ni siquiera somos amigos, imagínate", declaró la cantante. Pero en cuestión de segundos agregó que "si se da en algún momento chévere, pero ahorita no".

Todo esto surgió porque la salsera le dio un "me gusta" a una publicación de Jefferson Farfán en un entrenamiento con su equipo en Rusia. Increíblemente, este tipo de noticias le sirve a Plasencia para figurar y a los medios para ganar flujo en la red.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 73: Caso Yahaira Plasencia – imagen del medio

En esta ocasión, *Perú21* realiza una composición muy sutil en su portada de la nota. En la izquierda agrega la imagen de Yahaira Plasencia cuando fue captada en una de sus presentaciones de baile en televisión. Está con el rostro serio, disgustada y como si le molestara la situación en la que se encuentra. Mientras que, Jefferson Farfán está transpirado y con el rostro de concentración. Se trata de una imagen de un partido de fútbol que no da

muchas referencias. En todo caso, es una imagen que contextualiza lo que desarrollará la noticia.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación tienen su propio estilo. *Trome* realizó un contenido basado en interrogantes sobre la posibilidad de haber retomado la comunicación con Jefferson Farfán. Identificó correctamente las palabras SEO y agregó un video que sustentó los dichos por Yahaira Plasencia en el programa de televisión del que participaba. Mientras que, *Perú21* estableció que las declaraciones de Plasencia fueron confusas y lo trató de evidenciar desde su titular. Además, se le agregó una fotografía referencial, cuatro párrafos y las noticias relacionadas a la mitad y final del texto. Sin duda, dos estilos y formatos válidos para los recursos digitales.

Por otro lado, los medios se basan en las propias declaraciones de Yahaira Plasencia. La cantante es la que vulnera los límites públicos y privados de su vida. Fue consultada por los medios de comunicación y no le quedó otra que dejar entrever una posible reconciliación. No está claro si se retomaron las conversaciones pero queda sobrevolando el rumor. Recordemos que, Yahaira Plasencia dijo hace un tiempo que la dejarán tranquila y que solamente hablaba de los temas profesionales. Sin embargo, hemos observado que no fue así y siempre que se podía, dejaba una serie de suposiciones que daba pie a generar conjeturas.

4.1.2 **Temática 2:** Michelle Soifer y su historia de amor con Erick Sabater: Rumores de infidelidad y aprovechamiento de su imagen para continuar vigentes en 2016 – 2017. **Criterios de Selección:** Por conveniencia. Se han revisado meticulosamente todas las notas de *Trome* y *Perú21* sobre el tema. Sin embargo, en algunos casos, la temática no es tratada por ambos medios y se decidió no considerarlas. Espectacularización de la noticia basada en el personaje, contenido web aprovechado en la mediatización de la figura pública, recursos utilizados en este tipo de publicaciones, relevancia en el auge del personaje en el mundo de los medios de comunicación.

NOTA 01 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 10-09-16
- Titular: Michelle Soifer niega infidelidad a Erick Sabater [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-niega-infidelidad-erick-sabater-video-23708>

Tabla 60

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Palabras claves tienen hipervínculos. No cuenta con publicidad el video. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una imagen y un video de Youtube.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Declaraciones en un segmento de espectáculo de <i>América TV</i> .
Reportaje	-
Galería fotográfica	-

VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer divulgó que había iniciado una relación con el modelo dominicano, Erick Sabater. Sin embargo, luego de un tiempo, rumores de infidelidad empezaron a difundirse en los medios.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Interrogante sobre los rumores de infidelidad de la cantante Michelle Soifer a Erick Sabater. "Michelle Soifer no anda con rodeos y antes de ingresar al quirófano se confesó a 'Estás en todas' y negó tajantemente haberle sido infiel a su pareja Erick Sabater con su bailarín, como varios medios de comunicación especularon".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer se hizo conocida por su participación en los programas de competencias juveniles. Su nombre tomó popularidad en los medios y en sus seguidores. Cada situación en su vida íntima, tenía repercusión.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Entrevista en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

El medio de comunicación *Trome* planteó de manera correcta la noticia con respecto a los rumores de infidelidad de Michelle Soifer. Inició con un titular en pregunta, agregó una galería de fotos que da contexto a la nota y desarrolló un cuerpo de texto de 6 párrafos. En esta ocasión, las palabras claves vendría a ser los dos personajes en medio del escándalo: Soifer y Sabater. Al final de la nota y siguiendo el patrón del medio, se añade noticias que son funcionales al tema.

Por otro lado, encontramos una nueva situación de figuras del espectáculo que se ven envueltas en un escándalo de infidelidad. En esta situación, podemos determinar que se trata de dos figuras públicas que pertenecen al mismo ambiente. Incluso, como hemos marcado nuestro marco teórico, esto podría generar mayor repercusión e interés por el público de

Trome. El medio sabe que plantear noticias de este estilo puede ser funcionales al *show*. Tras un rumor de un programa de televisión, nuevamente la vida privada de una persona se mancha.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 74: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En este caso, *Trome* coloca una fotografía donde aparece el rostro de Michelle Soifer. La cantante, que siempre se muestra fuerte y aguerrida ante los ataques, está triste, pensativa y preocupada por la situación que atraviesa. Infidelidad es algo que afecta a cualquier ser humano y aquí queda totalmente evidenciado. Además, Soifer siempre que aparece en televisión trata de salir súper producida para no pasar desapercibida.

NOTA 01 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 27-08-16
- Titular: Michelle Soifer negó haberle sido infiel a Erick Sabater [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-nego-haberle-sido-infiel-erick-sabater-video-227959>

Tabla 61

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción

Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Palabra clave tiene hipervínculo. No cuenta con publicidad el video. Notas relacionadas al medio y final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una imagen y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	Declaraciones en un segmento de espectáculo de <i>América TV</i> .
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer tuvo que salir aclarar los rumores de infidelidad a nivel nacional. Aunque nunca trató de mantener su relación en perfil bajo, tras las revelaciones, tuvo que dar la cara. No quedó otra.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Un nuevo caso de infidelidad surge en la farándula entre dos personajes muy queridos por el público juvenil. "Michelle Soifer rompió su silencio y salió al frente para negar los rumores que señalan que ha sido infiel a su pareja Erick Sabater con su bailarín, quien la acompaña en sus diversas presentaciones".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La cantante y participante del programa de entretenimiento <i>Combate y Esto Es Guerra</i> genera repercusión por cada situación que sucede en la pantalla. Esta vez, un episodio de su vida privada, está puesto en el tapete.

Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Entrevista en un programa de TV.
--	----------------------------------

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 planteó un contenido noticioso interesante en base a un nuevo rumor de infidelidad. El redactor reconoció las palabras claves que vendrían a ser Michelle Soifer y Erick Sabater. El modelo dominicano habría sido traicionado por su pareja. Al comienzo de la noticia, surge un titular sencillo y directo para el público: "Michelle Soifer negó haberle sido infiel a Erick Sabater". En este caso, el interés por el lector surgirá por saber qué manifestó la cantante tras ser abordada por la prensa. No obstante, se colocaron notas relacionadas a los personajes públicos para enterarse más detalles de sus vidas en la televisión.

Por otro lado, Michelle Soifer conocida en el medio, entre otras cosas, por su pelea con Jazmín Pinedo en los programas de entretenimiento, vuelve a ser noticia por un episodio en su vida personal. La cantante fue vinculada con un bailarín de nombre "Kevin" con el que pasaba el mayor tiempo del día. A partir de allí, el rumor de infidelidad se empezó acrecentar. Un ejemplo clarísimo de nuestra sociedad en la actualidad. Este tipo de noticias, sirven para que el usuario se interese cada vez más por el personaje y le otorgue un flujo importante en la red al medio.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 75: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

Perú21 utilizó una imagen de archivo de Michelle Soifer para referirse a los rumores de infidelidad de Erick Sabater. La cantante se muestra con un rostro sonriente, una posición de grandeza y de mucha simpatía. Es una mujer bella y llama sumamente la atención cuando aparece en los medios de comunicación. En este caso puede ser funcional para la noticia pero se podría haber buscado una composición entre Michelle Soifer y su pareja, el modelo dominicano.

COMPARATIVO

En este nuevo caso de estudio, los medios de comunicación tomaron mucha atención a la vida privada de Michelle Soifer y el modelo Erick Sabater. Ambos formaban parte del medio artístico y no existía ninguna restricción para hablar de ellos. Los redactores emplearon de forma excelente sus recursos e identificaron las palabras claves para posicionar las noticias en los buscadores. Se les agregaron imágenes referenciales para el desarrollo del contenido y videos para complementar lo que se escribe. Finalmente, siguiendo el patrón de ambos medios, se establece contenido adicional al término del texto.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, estamos en presencia de un nuevo caso de infidelidad. El tratamiento de ambos medios es invasivo, están interesados por los personajes y en algunas ocasiones, establecen titulares fuertes para generar atención. Los

personajes públicos, al verse vulnerados, necesitan enfrentar a los medios para contestar y aclarar los rumores. Una vez más, como se señaló en nuestras bases teóricas, la mujer es señalada de infidelidad por un rumor surgido en los mismos programas y diarios nacionales. Este tipo de noticias, generan que el público cree su propia percepción y empiecen a prejuizar en los sitios de debate. En la actualidad, las redes sociales. La noticia vista como show y afectando el sub consiente de la audiencia.

NOTA 02 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 30-09-16
- Titular: ¿Michelle Soifer y Erick Sabater terminaron su relación? [FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-terminaron-relacion-fotos-25269>

Tabla 62

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Ninguna palabra clave tiene hipervínculo. No cuenta con publicidad el video. Notas relacionadas al final del texto y se insertó un Twitter entre párrafos.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una galería de imágenes.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotos
VARIABLE 02	
Indicadores	

Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Tras una semana de rumores, los medios empezaron a realizar más contenidos sobre ambos personajes públicos. Los protagonistas eran asediados por la prensa y debían declarar. La vida privada de Michelle Soifer pasó a mediatizarse tras iniciar la relación con el modelo dominicano.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Al parecer se trataría de un nuevo caso de infidelidad. Michelle Soifer, cantante y conocida por los programas de espectáculos, estaba en el ojo de la tormenta. Tras haber tenido casi tres años de romance con Sabater, los celos y los rumores de desconfianza empezaron a relucirse por las pantallas.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Una relación que supuestamente estaba consolidada en el medio, terminó por verse en vuelta en un escándalo de infidelidad. Las páginas webs empezaron a repercutir esta información cada vez que se presentaba la posibilidad.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	Información del diario <i>Trome</i> y supuesta confirmación con las fuentes del Diario Popular.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elabora un contenido basado en imágenes. De esta manera, genera un hilo conductor a lo largo de la historia y le permite al usuario entender un poco más la situación entre Michelle Soifer y Erick Sabater. Además, establece una nota de contexto dentro del texto. Un recurso válido que le permite al usuario permanecer en la página web y darle mayor cantidad de vistas a la empresa. No obstante, no se le colocan hipervínculos a las palabras claves, un error del redactor al no seguir el patrón del medio. El lector tiene distintas variantes para permanecer en la red y enterarse de todos los detalles acerca de una relación polémica.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que esta pareja fue muy criticada por sus formas de ser. Michelle Soifer fue cuestionada por su peso y siempre los medios trataron de agrandar la figura del modelo Erick Sabater.

La noticia deja entrever en su último párrafo que la cantante ha negado de forma incesante este tipo de rumores. "Michelle Soifer se ha encargado de negar en todos los idiomas los rumores de un supuesto "affaire" con su compañero de trabajo Kevin Blow, son falsos". Unas líneas que generan suspicacias y le hacen cuestionarse al lector lo siguiente: ¿Por qué lo niega tanto? Es decir, el medio a través de su lenguaje, logra impactar en su audiencia y hace como si un amigo estaría contando la noticia. Mediante estas declaraciones, nuevamente la cantante queda expuesta y es "presa" de sus propias palabras.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 76: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, el medio de comunicación realiza una galería fotográfica para que impacte en el lector. Aparecen ambos personajes en cuestión vestidos *sport-elegantes* para una sesión fotográfica. Michelle Soifer se muestra con un perfecto maquillaje, con el cabello totalmente negro y con una sonrisa en el rostro. Mientras que, Erick Sabater, mira a un punto fijo con una posición de "galán". Ambos son figuras del espectáculo y durante su romance realizaron diversas sesiones de fotografías. Se los nota felices pero claramente, el significado que nos otorga esta imagen, es que ambos tienen rumbos diferentes.



Figura 77: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En la segunda fotografía, podemos observar a Michelle Soifer y Erick Sabater, que se muestran felices durante un evento publicitario. La cantante observa a un punto fijo con una gran sonrisa en el rostro. Mientras que, Erick Sabater mira detenidamente al lente de la cámara y con una mueca de alegría en su rostro. Ambos están vestidos acorde a la ocasión y demuestran que no tienen ningún problema en la relación. Quizás, una mala costumbre en las figuras del espectáculo de ocultar sus problemas.



Figura 78: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En la última fotografía de la galería, se capturó a Michelle Soifer y Erick Sabater a punto de darse un besarse. Los personajes públicos sabían que la exposición de la relación era importante para mantenerse vigente en el medio. Ambos trataban de mostrar que su relación era "perfecta" y que su amor era motivo principal para reflejarlo en los medios. Una especie de felicidad mezclada con hipocresía.

NOTA 02 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 01-10-16
- Titular: ¿Michelle Soifer y Erick Sabater le pusieron fin a su relación?

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-le-pusieron-relacion-229665>

Tabla 63

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	La palabra clave tiene un hipervínculo. Notas relacionadas al medio y al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografías y no contiene video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de espectáculos.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer pasa uno de sus momentos más complicados de su vida. Se ve envuelta en un caso de infidelidad con su pareja Erick Sabater. No era una de las relaciones más

	queridas pero siempre captaban el interés del público por sus personalidades. Por ello, su vida quedó totalmente expuesta.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Los medios de comunicación vuelven a colocar en la palestra una infidelidad entre las figuras del espectáculo. "La cantante Michelle Soifer habría terminado su relación sentimental con el modelo Erick Sabater, esto luego que en su última aparición se trataran de forma distanciada mientras posaban para una marca de lentes que tiene contrato con ambos personajes".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La relación entre ambos personajes generaba repercusión por sus maneras de ser y mostrarse en televisión. Una noticia de ellos, hacía que el flujo aumente en la red y no necesariamente por ser queridos.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 plasmó un contenido de cinco párrafos, noticias de contexto al medio y final del texto y una fotografía de portada que ilustra lo que sucederá en párrafos posteriores. No obstante, colocó correctamente la palabra clave más buscada en su momento en la red: Michelle Soifer. Además, en el tratamiento noticioso, pudo haber sido más efectivo, adicionar un video para que se complemente la información. Detalles que pueden haber sido cuidados y elaborados de una mejor manera. Sin duda, la inmediatez impera ante todo el resto de recursos que pueda presentar el mundo digital.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que Michelle Soifer y Erick Sabater habrían terminado su relación por una presunta infidelidad. Luego de tres años de amor, el medio coloca mucho énfasis en las constantes negaciones de la cantante sobre la falta grave que habría cometido. Es más, se deja entrever que ante tanta afirmación, la verdad empieza a desmoronarse. "Que quede claro que aquí no hay nada de infidelidad, ni de terceras personas. No hay nada. Yo creo que las relaciones siempre pasan etapas y así

es", afirmó Soifer. Una respuesta no tan certera pero que queda muy expuesta en los medios a nivel nacional. Detalles que una persona no debería decirlos ni comentarlos ante "chismes" plasmados en el medio.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 79: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

La imagen de Michelle Soifer y Erick Sabater utilizada por *Perú21* nos muestra que el amor entre ambos era sólido, fuerte y sincero. Sin embargo, tras las constantes apariciones en los eventos públicos, los medios generaron una gran cantidad de fotografías. Al fin y al cabo, sirvieron de archivo posteriormente. En esta ocasión, ambos se muestran con una sonrisa en el rostro y abrazados para el lente de los fotógrafos. Incluso, a Michelle Soifer se la muestra con algunos kilos menos y a Erick Sabater con su particular peinado.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plantearon de manera correcta su noticia con los recursos digitales que otorga la red. *Trome* establece su lenguaje SEO con las palabras de Michelle Soifer y Erick Sabater. Además, logra insertar una publicación de *Twitter* de contexto en medio del texto para que el lector tenga mayores referencias sobre la situación de los personajes. Sin embargo, no adiciona un video para complementar la nota. Esto podría considerarse un error por no generarle mayor contenido al lector. De igual manera sucede con *Perú21*. Como hemos mencionado en nuestro marco teórico, el medio creyó conveniente

insertar solo texto y una imagen para complementar la noticia. Sin duda, las características de la inmediatez hacen que los redactores creen contenidos obviando los recursos.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, ambos medios de comunicación plantearon sus noticias con interrogantes. La pregunta es clara: ¿Michelle Soifer y Erick Sabater terminaron su relación? Es decir, los portales webs desarrollan toda la información en base a una especulación. Sin embargo, al no existir la confirmación de la noticia, por eso se dan el lujo de plantearla a través de una pregunta. Por ello, es válido este recurso para generar un flujo importante en la red. Michelle Soifer y Erick Sabater son dos figuras públicas y saben que la exposición de su relación amorosa no ha sido fácil. Por ello, avizoran un futuro complejo en torno a la repercusión que pueda generar el fin de su amorío.

NOTA 03 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 03-10-16
- Titular: Michelle Soifer: Erick Sabater lloró al confirmar fin de su relación [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-lloro-confirmar-relacion-video-25539>

Tabla 64

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. No tiene publicidad el video. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de espectáculos.
Reportaje	-

Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Esta vez le tocó a Erick Sabater. El modelo confirmó a nivel nacional el final de la relación. Incluso, derramó algunas lágrimas por la situación que atraviesa con la cantante. Sin duda, hechos que pudieron tocarse de manera íntima y no en un programa de televisión.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	El final anunciado de una relación. En medio de lágrimas, el modelo demostró su lado más sensible.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Tras anunciar el final de la relación entre ambos, empezaron a tejerse diversos motivos que desencadenaron en la fatal decisión. La repercusión estaba dada y los medios debían elaborar contenidos para sacarle provecho a la coyuntura.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elabora correctamente sus contenidos con cinco párrafos, una imagen abridora para dar contexto y un video para complementar al texto. Las palabras SEO están distribuidas adecuadamente en el texto y se añade material adicional al final de la noticia para que el lector pueda enriquecerse aún más con contenido propio. Incluso, en el titular, el redactor coloca al comienzo la palabra de Michelle Soifer a pesar que la confirmación del fin del romance lo dijo Erick Sabater. Esto hace que el buscador posicione mejor la nota con la palabra más solicitada en el buscador de *Google* o en las redes sociales. Además, permite que el lector se quede la página web el mayor tiempo posible y genere a la empresa mayores recursos económicos.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que Michelle Soifer y Erick Sabater necesitaban de los medios para figurar. En este caso, es un claro ejemplo del aprovechamiento de los personajes para estar siempre en las portadas. No

obstante, la confirmación del fin de la relación, hace que a partir de ese momento los medios empiecen a preguntarse los motivos principales de esta decisión. Es decir, los portales webs deben aprovechar esta situación para generar contenidos. Michelle Soifer sabía que luego de la confirmación, su imagen iba a tener mayor repercusión. Una tarea no tan sencilla.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 80: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

Trome creyó conveniente utilizar una fotografía de archivo de Michelle Soifer y Erick Sabater cuando su romance estaba más que bien. Ambos están vestidos para la sesión y se muestran muy enamorados. A lo largo de su vida sentimental, los dos personajes públicos hicieron parecer que su etapa de amor fue sólida y feliz. Sin embargo, no todo es perfección y terminaron separándose en medio de rumores de infidelidad. Al momento de plantear esta sesión de fotos, los personajes fueron voluntariosos y querían demostrar que eran una de las parejas más sólidas del ambiente del espectáculo.

NOTA 03 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 04-10-16
- Titular: Erick Sabater confirmó el fin de su relación con Michelle Soifer [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-confirmo-relacion-michelle-soifer-video-229809>

Tabla 65

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. No tiene publicidad el video. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de espectáculos.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La vida privada de Michelle Soifer y Erick Sabater más expuesta que nunca. El modelo mediatizó aún más la situación que vive cuando empezó a llorar. Quiso conmoverse y llamar la atención del público a nivel nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"El exintegrante de Esto es guerra Erick Sabater confirmó entre lágrimas el fin de su relación con Michelle Soifer, durante una entrevista en el programa de espectáculos Al aire este lunes".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer y Erick Sabater saben que su relación amorosa genera repercusión en los medios y es su nexo para mantenerse vigente. Incluso, una separación en medio de rumores, aumenta la atención de la audiencia.

Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de televisión.
--	---

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 planteó su contenido de acuerdo a su patrón digital. Elaboró seis párrafos, un video complementario y adicionó material de contexto en el medio y al final del texto. Es sin duda, un patrón que sigue el medio y trata de conjugar la inmediatez de la noticia con los recursos digitales válidos. Además, colocó las palabras claves de Michelle Soifer y Erick Sabater para posicionar la nota en el buscador. Es vital reconocerlas y repetirlas en todos los párrafos. Un recurso o "truco" para que la noticia que es reproducida por todos los portales, se ubique como una de las más buscadas.

Mientras que, los límites entre lo público y lo privado se vieron vulnerados totalmente por los personajes del espectáculo. Al ser del medio, ambos sintieron la necesidad de exponer su vida privada ante las cámaras y aparecer en las principales portadas. Los artistas creen conveniente que su relación debe ser transformada en una *show* novelesco y realizar capítulos tras capítulos para no perder relevancia en los medios. Un error porque la situación se les escapa de las manos y luego no pueden parar las constantes agresiones que se originan frente a las cámaras y en la vida diaria misma.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 81: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En este caso, *Perú21* creyó conveniente utilizar una captura de pantalla del programa de televisión "Al Aire" de *América Televisión*. Aparece Erick Sabater con el rostro triste, compungido y con lágrimas saliendo de sus ojos. Una situación lamentable que expone al personaje por mostrarse como tal. En distintas situaciones, la audiencia banaliza y convierte la tristeza de las figuras públicas en burlas despiadadas. Además, genera morbo en la audiencia por observar a un modelo símbolo de la masculinidad, totalmente desbastado.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plasmaron sus contenidos con los recursos digitales válidos dentro de la superficialidad e inmediatez. *Trome* fue hábil y colocó en su titular todas las palabras claves. De esta manera, empieza su titular con el nombre del personaje público más solicitado en aquel momento en los buscadores (Michelle Soifer). Además, añade un video para complementar la noticia y hacer que el lector continúe en la red. Mientras que, *Perú21*, plasmó su noticia en base a Erick Sabater. El redactor debió suponer que tras sus declaraciones, el nombre más buscado iba ser el del modelo. Dos posturas distintas pero válidas para generar flujo en la red. Obviamente, el nombre más solicitado por los buscadores fue la de Michelle Soifer por su popularidad y controversia en los medios.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, la confirmación del final de la relación entre ambos, generó una gran repercusión en los medios de comunicación. El modelo dominicano confirmó su separación e incluso lloró en televisión nacional. Sin embargo, no dio muchos detalles sobre el final. Pero lo que más llamó la atención fue la manera reiterativa en que querían dejar en claro que no hubo infidelidad. "La verdad para mí es doloroso. Yo he llorado tres días hablando con Michelle Soifer y ella también está sufriendo mucho. Yo la adoro, es una persona de quien siempre estaré pendiente. No es que nos estemos dando un tiempo, en este momento, nuestra relación terminó. No tiene nada que ver con una infidelidad", declaró Erick Sabater. Sin duda, estamos en presencia de un final de relación con mucho material por trabajar. Los detalles del final, por la exposición de ambos, se iban a terminar revelando.

NOTA 04 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 08-10-16
- Titular: Michelle Soifer rompe su silencio tras ruptura con Erick Sabater [FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-rompe-silencio-ruptura-erick-sabater-fotos-26091>

Tabla 66

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Tres fotografías y se insertó una publicación de Instagram de Michelle Soifer.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotografías,
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Se confirmó la ruptura de Michelle Soifer con Erick Sabater en medio de rumores de infidelidad con un amigo personal. Sin duda, los motivos no están claros y la prensa especuló en sus contenidos.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Este tipo de noticia gira en torno a una publicación de Instagram por parte de la cantante. El mensaje a sus seguidores se da luego de unos días de mucho rumor

	de infidelidad y además, porque es su primer pronunciamiento tras la confirmación de ruptura.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	A partir del escándalo mediático, Michelle Soifer y Erick Sabater son conscientes que cualquier publicación en sus redes sociales generará repercusión en los principales medios de comunicación. Y así fue. Los redactores deben estar pendientes de las redes minuto a minuto para tener la primicia.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una publicación de Instagram.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome planteó correctamente su contenido con respecto a las primeras palabras de Michelle Soifer tras la ruptura amorosa. El medio identificó como palabras claves a la cantante y al modelo dominicano, Erick Sabater. Además, el redactor armó una galería de tres fotografías para generarle contexto a la noticia e insertó la publicación de *Instagram* de Michelle Soifer donde explica sus sentimientos. Finalmente, con respecto a sus recursos digitales, adicionó material extra para que el lector no pierda sincronía con la noticia.

En esta ocasión, somos testigos que los mismos personajes públicos se prestan para publicar detalles de su vida privada. "Difícil momento de su vida. Espero todo pase pronto y vuelva mi felicidad. Pero ya saben: para hacer feliz a alguien primero debemos ser felices nosotros", fueron las palabras de la cantante. Además, podemos establecer que no son los medios los que trasgreden los derechos privados de la persona, sino que la misma Michelle Soifer siente la necesidad de pronunciarse y aclarar sus sensaciones tras finalizar una relación. Más allá de agrandar la polémica, dejó atrás los rumores de infidelidad y apeló a lo sentimental.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 82: Caso Michelle Soifer – imagen del medio (composición del autor)

En esta ocasión, el medio de comunicación realizó una galería de tres imágenes. El redactor buscó generar contexto y marcarle al lector que la pareja de Michelle Soifer y Erick Sabater se terminó. Obviamente, este recurso es validado con el titular de acompañante. Es sin duda, una galería de fotos con los personajes públicos en distintos eventos publicitarios. Ellos se muestran con una sonrisa en rostro y vestidos elegantemente para la ocasión. Una pareja que siempre reflejó felicidad en sus apariciones públicas pero que guardaba algunos secretos por dentro.

NOTA 04 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 08-10-16
- Titular: Michelle Soifer tras ruptura con Erick Sabater: "Espero que vuelva mi felicidad"

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-ruptura-erick-sabater-espero-vuelva-mi-felicidad-230275>

Tabla 67

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final y en el medio del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía e insertó una publicación de Instagram.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Los medios de comunicación de espectáculo tienen la particularidad de realizar contenidos sobre cada acción que publiquen los personajes relevantes en sus redes sociales. Michelle Soifer había estado unos días en silencio pero fue por cuenta propia que dio sus sensaciones personales tras la ruptura en medio de rumores de infidelidad.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"La información gira en torno al primer pronunciamiento de Michelle Soifer tras la confirmación de ruptura de Erick Sabater a nivel nacional entre lágrimas. Además, la cantante se dio el tiempo para postear en sus redes sociales y aclarar sus sensaciones: Espero que vuelva mi felicidad".

<p>Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.</p>	<p>La cantante con el modelo dominicano fueron una pareja controversial en el programa de espectáculos "Esto es Guerra". Siempre generaban y críticas por sus adversarios. Sin embargo, sus fanáticos los adoraban. A partir de allí, la repercusión en torno a sus contenidos, fue de gran augurio para los medios.</p>
<p>Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).</p>	<p>En base a una publicación de <i>Instagram</i>.</p>

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 elaboró un contenido correcto para buscar un posicionamiento en la red. El redactor identificó las palabras claves para su lenguaje SEO, estableció una imagen de contexto para abrir el contenido y agregarle material añadido al cuerpo del texto. De esta manera, el periodista realizó una noticia en base a una publicación de una red social. Para sustentar lo dicho, insertó el material complementario, que se trataba de una publicación en *Instagram*.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos determinar que la misma protagonista de la historia de desamor, es quien confirma que no atraviesa un buen momento tras terminar con el modelo dominicano Erick Sabater. En este caso, observamos que los medios lamentan el final de la noticia de una pareja que se mostraba consolidada y feliz. Finalmente, la misma Michelle Soifer siente la necesidad de pronunciarse para evitar que se siga hablando de la supuesta infidelidad al modelo. Los rumores perjudican su estabilidad emocional y se siente vulnerada todo el tiempo. A partir de ahora, encontró en sus redes sociales, una manera de transmitir su verdad.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 83: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta oportunidad, *Perú21* utiliza una imagen referencial con el rostro de Michelle Soifer en una de sus presentaciones en un programa de televisión de baile. Se la muestra seria, con la mirada puesta en un punto fijo y con una posición de incomodidad. El redactor cree conveniente que la imagen de la cantante en un plano medio, le permite al lector entender el sentido noticioso. Además, se la nota maquillada para la ocasión y con un cabello ondulado que genera un foco de atención.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plasmaron correctamente sus contenidos con los recursos digitales que tenían a la mano. En la conformación de la noticia, los redactores identificaron que las palabras claves iban a ser Michelle Soifer y Erick Sabater. De esta manera, le iba a permitir a la página web posicionarse de mejor manera en los buscadores. Publicar en Internet o una red social, le facilita al medio obtener mayores lectores. Es decir, un flujo que permita crecer a la marca. No obstante, se utilizaron imágenes de referencia, siguiendo los patrones del medio. Por ejemplo, *Trome* creyó conveniente elaborar una galería de tres fotos y *Perú21* colocó una imagen de archivo. Finalmente, adicionaron o insertaron la publicación de *Instagram* de Michelle Soifer para sustentar el contenido noticioso.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos observar que es la misma cantante, quien se pronunció a través de sus redes sociales tras haber pasado unos días de la confirmación de ruptura. Sin duda, es un claro aprovechamiento de los personajes públicos para no perder vigencia. Como se mencionó en nuestras bases teóricas, muchas veces se

aprovechan de que son figuras con bastante repercusión y quieren tener su vida privada en los portales digitales. A pesar de haber solicitado respeto a la prensa por su situación personal, son ellos mismos los que se vulneran. A partir de allí, *Trome* elaboró su contenido en base a un titular llamativo (las primeras declaraciones de Soifer). Mientras que, *Perú21* eligió plasmar un textual de su publicación en la red social. Podríamos determinar que los medios dan cabida a los personajes públicos en torno a las circunstancias y los momentos de cada uno en el rubro del espectáculo.

NOTA 05 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 19-10-16
- Titular: Michelle Soifer y Erick Sabater protagonizaron discusión en vivo [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-protagonizaron-discusion-vivo-video-fotos-27313>

Tabla 68

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. No tiene publicidad en el video. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Tres fotografías y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	3 fotos.

VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La vida íntima expuesta en televisión. Michelle Soifer protagonizó una verdadera pelea con su pareja Erick Sabater en pleno enlace en vivo. Ambos se vieron las caras luego de su ruptura y no dudaron en reclamarse errores del pasado en una acalorada discusión a nivel nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	El sentido de la noticia es el "morbo" que genera ver a dos personajes públicos que fueron pareja y se encuentran en un enlace televisivo tras una dolorosa ruptura. "Michelle Soifer y Erick Sabater se vieron nuevamente las caras luego de haber puesto fin a su relación de casi 3 años. Ambos protagonizaron una discusión en vivo durante un enlace con el programa Al Aire".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Ambos personajes saben de la importancia que es mostrarse en televisión. A pesar de la separación, se encontraron en un evento publicitario y detallaron episodios vividos en su relación. Una situación tensa que provocó un escándalo.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de un programa de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome aprovechó el escándalo para elaborar un contenido acorde a las circunstancias. Identificó las palabras claves para generar un posicionamiento en la red, agregó a su titular que la noticia contenía fotos y videos, y adicionó material para que el lector no pierda el hilo conductor de la historia. Utilizó una galería de tres fotografías para que otorgue mayores vistas a la página web y en el lado derecho insertó un cuadro con las notas más vistas del día. De esta manera, se aprovecha adecuadamente los recursos digitales que otorga el mundo digital.

Con respecto a los límites entre lo público y privado, la pelea entre Michelle Soifer y Erick Sabater generó un gran revuelo mediático por la forma en que se dio. Ambos discutieron y revelaron detalles de su pasado. En un primer momento, Erick Sabater halagó a su ex pareja diciéndole que sabía la clase de persona que era y que no tenía ningún problema con ella. Sin embargo, la cantante subió el tono de la conversación y reveló que el modelo dominicano la dejó cuando se encontraba delicada de salud. ¿Por una presunta infidelidad? Sin duda, hechos que no se sabían anteriormente. El momento fue tenso y también los vio muy agresivos a pesar de haber dicho que no iban a enfrentarse nunca. Los personajes divulgando su vida privada para que los medios se hagan eco de la noticia.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 84: Caso Michelle Soifer – imagen del medio (composición del autor)

En esta ocasión, *Trome* utiliza una galería con las capturas de pantalla del programa de televisión de *América*. En la primera fotografía, se observa a una Michelle Soifer combativa y desafiante con el modelo dominicano. Tiene el rostro molesto y aparentemente estaría reclamándole alguna situación a su ex pareja. Mientras que, Sabater aduce tener un gesto de sorpresa ante la cantante. En la segunda fotografía, en la parte superior derecha, podemos ver a una Michelle Soifer enojada y que pretende hacerse la desentendida de la situación y Erick Sabater parece estar preocupado por lo que muestra en televisión. Finalmente, en la tercera imagen, el redactor cierra con la cara de disgusto de Soifer y a Sabater tratando de explicar una situación en el programa. Un hilo conductor de lo que sucedió entre ambos.

NOTA 05 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 18-10-16
- Titular: Michelle Soifer y Erick Sabater discutieron en vivo tras reencontrarse en programa

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-discutieron-vivo-reencontrarse-programa-231123>

Tabla 69

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al medio y al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	La vida privada de Michelle Soifer pasó a ser de público conocimiento de todos los peruanos. La cantante protagonizó un escándalo con su ex pareja en un enlace en vivo de un programa de televisión. Los medios reflejaron la pelea y avivaron la mala

	relación entre las dos figuras del espectáculo.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	El dolor y el resentimiento fueron los pilares de la discusión entre Michelle Soifer y Erick Sabater. "Luego que Erick Sabater anunciara el fin de su relación con Michelle Soifer, ambos personajes se reencontraron en el programa Al aire para promocionar una marca de lentes, sin embargo la conversación se fue acalorando y ambos terminaron discutiendo en señal abierta".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Los personajes saben de la importancia que es mostrarse en público y más si generan un escándalo. A pesar de sus problemas internos, decidieron divulgarlos a nivel nacional.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de un programa de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 estableció que la noticia debía ir acompañada de un video que sustente lo que se estaba explicando en los cinco párrafos. Además, identificó que las palabras claves eran Michelle Soifer y Erick Sabater. De esta manera, iba a lograr que se posicionara como una de las primeras cuando el lector busque este tipo de contenidos. No obstante, el redactor utilizó una fotografía referencial y que es funcional con el titular. El redactor creyó conveniente que luego del primer párrafo se coloque el video y posteriormente las noticias adicionales que otorgan contexto al lector. Herramientas digitales que no alteran el orden de la plantilla.

Por otra parte, los límites entre lo público y lo privado se ven vulnerados por los protagonistas. Dan detalles inéditos de su relación y terminan discutiendo en vivo en señal abierta. Situación que fue muy criticada por las personas en las redes sociales. No es normal que una pareja del medio del espectáculo se muestre agresiva y resentida en pantalla. Es sin duda, un nexo que utilizan algunas personas que aparecen en televisión, para mantenerse en vigencia. Más allá de los temas personales que no están en discusión y que cada persona lo asimila y maneja como prefiere.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 85: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta fotografía, se puede observar a ambos personajes públicos en un enlace en vivo contando detalles de su relación. El modelo dominicano se nota serio, preocupado y concentrado en sus respuestas mientras que, Michelle Soifer solamente mira para otro lado y quiere hacerse la desentendida. Lo particular de la imagen es que el encuentro entre ambos luego de la separación está auspiciado. En la parte de atrás de los personajes públicos, se observa un *banner* con una publicidad que seguramente será rentada. Es decir, estas declaraciones les generarán un recurso económico adicional.

COMPARATIVO

Los dos medios de comunicación estuvieron a la altura de la cobertura mediática del escándalo protagonizado por Michelle Soifer y Erick Sabater. Ambos redactores identificaron como sus palabras claves a los dos personajes públicos, y ofrecieron al lector material adicional para que se entere de todos los detalles de esta pareja. Además, *Trome* utilizó una galería con las capturas de pantalla del programa de televisión para darle sentido a la noticia y contextualizar los hechos. Mientras que, *Perú21* solamente siguió su patrón y colocó una imagen del lugar de los hechos. El objetivo de ambos es posicionar sus contenidos en los buscadores y hacer de esta manera crecer su marca. Con más lectores, más visitas a las páginas webs y por ende, un crecimiento económico.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer y Erick Sabater no midieron las consecuencias de enfrentarse en televisión y terminaron revelando detalles inéditos de su relación. En principio, quisieron mostrarse amigables en la entrevista pero el impulso le ganó la pulseada a la cantante. "Soy claro. Yo no siento lo mismo que sentía hace seis, cinco, cuatro meses por muchos motivos internos que van a quedar entre nosotros. Pero ahora que la escucho, yo no lo sabía. Hoy en día ella está reflejando muchas cosas en una cámara", dijo Erick Sabater. En respuesta, Michelle Soifer se mostró dolida y terminó protagonizando un escándalo poco agradable en señal abierta. Finalmente, no nos olvidemos de un detalle no menor, es el *banner* de publicidad que aparece en sus espaldas. En principio, la idea era mostrarse amigables ante cámaras pero todo se fue de las manos. Sin embargo, el pago del auspicio igualmente llegará.

NOTA 06 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 10-11-16
- Titular: Michelle Soifer estalló contra sus detractores y les envió este fuerte mensaje [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-estalla-detractores-les-envio-fuerte-mensaje-video-29903>

Tabla 70

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer.

Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	En un programa de televisión.
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer siempre fue el centro de atención y sus declaraciones producen que aparezca en las portadas. Más allá de su relación amorosa, la cantante, trató de parar las críticas tras estar en los medios constantemente. Sus apariciones públicas hicieron que se vea afectada emocionalmente y no le quedó otra que pedir un <i>stop</i> .
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Figuras del espectáculo empezaron a arremeter contra Michelle Soifer tras su ruptura. Inclusive, algunas ex parejas salieron a divulgar fotos personales de ellas en los medios de comunicación. Más allá de eso, queremos poner énfasis en cómo luego del aprovechamiento del medio, piden un alto a las supuestas agresiones.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El nombre de Michelle Soifer genera repercusión en los medios de comunicación por sus escándalos y agresiones que recibe por parte de personas que estuvieron en su pasado.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a entrevistas en programas de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome plasma correctamente sus contenidos webs. El redactor cree conveniente abrir la noticia con las declaraciones de Michelle Soifer (video) pidiendo a sus detractores que no hablen más de ella. Se identifica correctamente las palabras claves, se añade otro video al final del cuerpo del texto como material complementario y se le facilita al lector notas con un contexto más amplio. El lenguaje SEO en este tipo de noticias es fundamental porque ayuda a los buscadores a identificar las palabras claves y la cantidad de vistas que recibe cada nota.

Con respecto a la vulneración entre lo público y lo privado, creemos conveniente hacer uso de esta noticia porque nos permite saber que a pesar del aprovechamiento de los personajes públicos de los medios de comunicación, también son conscientes de que existe un límite. No obstante, Michelle Soifer se ve atacada porque revelaron imágenes de su infancia, donde luce totalmente distinta. Además, viene con la carga de lo sucedido con su ex pareja Erick Sabater y todo lo que se habló sobre su supuesta infidelidad con Kevin Blow. Momentos difíciles para los personajes a pesar de estar en las principales portadas.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 86: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* hace uso de una captura de pantalla del programa matutino de espectáculos de *América Televisión*. En la imagen se observa a Michelle Soifer con un rostro

de angustia y preocupación. La situación llega a un límite y uno termina cansándose de escuchar su nombre todos los días en los medios televisivos y verse en las portadas digitales o impresas. Es decir, ese aprovechamiento para figurar termina afectando su estado emocional y luego los personajes públicos salen a manifestar que paren con las agresiones.

NOTA 06 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 18-02-17
- Titular: Michelle Soifer respondió así a sus detractores

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-respndio-detractores-66482>

Tabla 71

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía. (Se insertó publicación de <i>Instagram</i>)
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer se cansó. La cantante no soportó las críticas y tuvo que salir a defenderse de las críticas. En esta ocasión, se la agrade por su peso y sus constantes peleas en público. El exponer su vida privada hizo que las

	personas tomen atribuciones propias para insultarla y defenestrarla en redes sociales como en la vía pública.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"La gente no anda por el mundo con temor a ser engañado o defraudado. Lamentablemente hoy vivo pensando en que nadie es confiable. Y se han preguntado: ¿Cómo me siento? Ahora la pregunta es: ¿A quién acudo? Al final nadie escucha solo te critican. Y muchos te graban o te traiciona. Qué linda la vida, ¿no?", sentenció Michelle Soifer.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Tras las peleas mediáticas, Michelle Soifer, es repercusión por lo que publica en sus redes sociales. Los medios ante cada publicación realizan una nota para agrandar lo que sucede.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a entrevistas en programas de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 plasmó de manera correcta el contenido noticioso basándose en las declaraciones de Michelle Soifer en el mes de febrero de 2017. En esta ocasión, el redactor identificó que la palabra clave era el nombre de la cantante, se colocó una imagen referencial para abrir la nota y se añadió la publicación de Instagram donde Soifer se defiende de las críticas. Además, se colocó material añadido para que el lector tenga contexto de lo que sucede en el mundo de estos personajes públicos. Quizás, faltó un video que pueda reforzar la noticia, no exclusivamente sobre su defensa sino uno referencial o que alimente al contenido.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer salió a defenderse nuevamente a través de sus redes sociales por los constantes ataques recibidos en los últimos meses. Se la acusa de traición en sus relaciones amorosas y se la critica por su peso. Una situación que llegó a un límite y la afectó emocionalmente. Cansada de las agresiones en las redes y en la calle, la cantante fue determinante y pidió que dejen de meterse en su vida privada. Lamentablemente, los personajes públicos expuestos en los medios, tienden a sufrir este tipo de ataques que son absolutamente repudiables.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 87: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

El medio *Perú21* utilizó una imagen de archivo de Michelle Soifer. Como se ha mencionado anteriormente, este tipo de recursos son aceptables para darle contexto al contenido noticioso. En la fotografía se observa al personaje mediático con un vestido para la ocasión, un collar lujoso y brillante, una sonrisa en el rostro y maquillada para lo que sería un evento de una marca de zapatos. Colocando esta imagen, solamente nos da una referencia de lo que tratará la nota. Básico.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plasmaron correctamente su contenido noticioso sobre la respuesta de Michelle Soifer a sus críticos. Los redactores colocaron las palabras claves para posicionar la noticia en los buscadores y se añadió una imagen referencial como abridora. En esta ocasión, *Trome* insertó dos videos y *Perú21* utilizó una publicación de la cantante en *Instagram*. Tengamos en cuenta que insertar un *post* de un personaje público en la nota es sumamente atractivo para el lector. Es un valor agregado sabiendo en el mundo digital en el que vivimos. De esta forma, acerca mucho más al lector simplemente por ser un recurso sacado de una plataforma virtual conocida a nivel mundial.

Por otro lado, con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que Michelle Soifer se cansó de que la critiquen por su pasado, su tormentosa historia de amor con Erick Sabater y por su supuesto exceso de peso. Para esta ocasión, creímos conveniente comparar dos noticias de noviembre del 2016 y febrero del 2017, para analizar

las agresiones que viven los personajes públicos cuando constantemente están en la palestra. Al estar expuestos, las críticas hacen que se cansen y no puedan soportar más la presión mediática. A partir de aquí nace la interrogante sobre el aprovechamiento de los medios de comunicación para figurar contra las agresiones que se generan mientras aparecen en las portadas. Algunos podrían decir que es una contradicción pero lo que sí sabemos es que a mayor popularidad y exposición, la crítica será más despiadada. Y esto muchas veces, se les sale de control a los personajes y piden en sus redes sociales un límite. Es que la sociedad te castiga duramente cuando estás en la polémica y terminas exponiendo toda tu vida privada en los medios.

NOTA 07 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 23-01-17
- Titular: Michelle Soifer y Kevin Blow pasan noche juntos [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-kevin-blow-pasan-noche-video-fotos-37915>

Tabla 72

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. No tiene publicidad el video. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video. (Insertado al final del texto).
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Kevin Blow.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	En un programa de televisión.

Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	El programa "Amor de Verano" emitió un <i>ampay</i> entre Michelle Soifer y Kevin Blow, supuesto hombre con el que le habrían sido infiel a Erick Sabater. Estas imágenes muestran a Soifer en una situación personal y durante un día libre. Claramente, los medios vulnerando su vida privada.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"El programa 'Amor de Verano' transmitió el anunciado <i>ampay</i> en el que se observa a Michelle Soifer en coqueteos con el cantante Kevin Blow, dentro del auto del dominicano. Incluso los cantantes habrían pasado la noche juntos en el apartamento de la guerrera histórica".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer sabe que su nombre genera revuelo mediático. En esta ocasión, se ve sorprendida por las cámaras de un programa de televisión, capturando cada paso que da en su vida diaria.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elabora un contenido que fue mostrado en un programa de televisión. En principio, el redactor creyó conveniente que las palabras claves sean Michelle Soifer y Kevin Blow. Dejando de lado a Erick Sabater, figura principal dentro de este trio amoroso. Además, el titular es directo y genera polémica: "pasan la noche juntos". En este caso, es funcional con la fotografía escogida por el redactor. El video al final del cuerpo del texto complementa lo dicho en los seis párrafos y le otorga mayor visión al lector. No obstante, se añade material adicional para que al usuario no se le escape ningún detalle. El posicionamiento es fundamental y a través del lenguaje SEO busca lograrlo.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, establecemos que el medio repercute lo que sucedió en televisión. Michelle Soifer apareció en situaciones comprometedoras con Kevin Blow e incluso fue perseguida hasta una vivienda. Sin duda, este tipo de noticias, vulneran los derechos de las personas por no saber que están siendo grabadas. Una falta grave que en algunas ocasiones han terminado con penas de cárcel en algunos conductores de televisión. Son aspectos delicados que forman parte de la persona y no es necesario que trascienda sus distintas actividades durante su tiempo libre.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 88: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* utiliza una imagen de referencia para plasmar su contenido. El programa de televisión "Amor de Verano" emite un reportaje con imágenes comprometedoras entre Michelle Soifer y Kevin Blow. En la captura de pantalla se observa el *banner* del programa y la situación cariñosa entre ambos personajes. La imagen es borrosa y no se logra divisar correctamente a Soifer ni a Blow pero termina siendo funcional para el contenido noticioso.

NOTA 07 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 23-01-17
- Titular: Michelle Soifer fue captada besando a Kevin Blow y se burló del 'ampay' con meme

Tabla 73

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. No tiene publicidad el video. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía, un video y añade publicaciones de <i>Instagram</i> .
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Kevin Blow.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	En un programa de televisión.
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	El programa "Amor Amor Amor" publicó a nivel nacional un supuesto <i>ampay</i> entre Michelle Soifer y Kevin Blow en un automóvil estacionado en Plaza Norte. Incluso, los reporteros siguieron el vehículo de la cantante y estuvieron pendientes hasta el día siguiente de sus movimientos.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	"Luego de meses de especulaciones, el programa Amor de verano difundió este lunes imágenes, donde se ve a la cantante Michelle Soifer besándose con el dominicano Kevin Blow".

Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El nombre de Michelle Soifer creció a lo largo del tiempo en las pantallas de televisión. Cualquier acción que realice o pelea con alguien es de interés noticioso para las salas de redacción.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 planteó correctamente su noticia con los recursos digitales. Obviamente, identificando las palabras claves del contenido, adicionando un video complementario al texto y además insertando unas publicaciones de *Instagram* que realizó Michelle Soifer. Podríamos decir que se trata de un valor agregado a la publicación y no quedarse solamente en las imágenes privadas de la cantante. No obstante, se coloca las noticias adicionales para que el lector no pierda ningún detalle de lo que sucedió entre ambos y permanezca mayor tiempo posible en la página web.

Por otro lado, el medio de comunicación se hace eco de lo publicado por un programa de televisión de espectáculos. Más allá de eso, el redactor sabe que mostrar este tipo de imágenes genera repercusión y es llamativo para el lector. Las escenas son parte de la vida privada de Michelle Soifer y va más allá del sentido periodístico. Las acciones que realiza cualquier personaje público en su vida privada son netamente propias. Sin embargo, en nuestro país termina vulnerándose. Incluso, si las fotografías son sumamente borrosas y no tienen ningún significado. Lo que se quiere generar es misterio e intriga por una supuesta relación entre Soifer y Blow. De esta manera, "podrían" confirmar que el motivo del fin de la relación con Erick Sabater fue por infidelidad.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 89: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

Perú21 en este caso utiliza imágenes de Michelle Soifer y Kevin Blow en un automóvil. El tipo de noticia amerita realizar una captura de pantalla del reportaje emitido por un programa de espectáculos y le permite al lector dilucidar el tema que está pronto de leer. No obstante, este tipo de imágenes suelen ser borrosas y dificultan divisar claramente lo que sucede. Pero por tratarse de un *ampay*, la imagen propuesta, es sumamente válida para la noticia.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plasman sus contenidos para lograr un posicionamiento en la red. Los redactores identificaron correctamente las palabras claves y adicionaron la misma fotografía abridora. Es decir, en este tipo de situaciones, es sumamente válido darle paso a la captura de pantalla a pesar de ser una imagen borrosa. Además, se le agregó a las dos notas un video complementario que le permitirá al lector enriquecerse de más herramientas que un simple texto. Adicionalmente, como se indicó en nuestras bases teóricas, los redactores tienden a insertar material que pueda dar mayor contexto al usuario y no perder ningún tipo de detalle sobre este mediático triángulo amoroso. Sin embargo, *Perú21* facilita un valor agregado a su nota. Copia y pega las publicaciones de Michelle Soifer en *Instagram* burlándose del supuesto *ampay* divulgado a través de la televisión.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que los dos medios de comunicación reflejaron lo sucedido en un canal nacional y le agregaron su propia

percepción del tema. Michelle Soifer fue captada con Kevin Blow, supuesto amante en su relación con Erick Sabater, en un centro comercial de Plaza Norte de Lima. Incluso, se la siguió y afirmó que pasó la noche con el personaje. De esta manera, el medio televisivo aseguró que mantenían una relación en privado. La noticia generó un gran revuelo mediático y les permitió a estos tres personajes saltar a la palestra nuevamente por temas amorosos. No es bueno que una persona persiga con una cámara a las supuestas figuras públicas. En muchas ocasiones, puede ser hasta peligroso. Sucede en todo el mundo pero en este ámbito del espectáculo aún más y termina siendo sumamente funcional al *show*.

NOTA 08 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 24-01-17
- Titular: Michelle Soifer: Erick Sabater le dijo que no la amaba y ella reacciona así [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-le-dijo-amaba-reacciona-38010>

Tabla 74

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. No tiene publicidad en el video. Notas relacionadas al final del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	En un programa de televisión.
Galería fotográfica	-

VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Tras la discusión, ambos decidieron alejarse mediáticamente del otro. Cada uno vivió su vida y justamente los medios reflejaron que Michelle Soifer tenía una buena relación con su amigo personal, Kevin Blow (supuestamente el tercer involucrado en la historia de amor con Sabater). Pasaron los meses y los medios reavivaron la polémica sobre la vida privada del modelo y la cantante.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Tras mostrarse muy bien y sin depender uno del otro, los medios creyeron conveniente hablar nuevamente de la polémica pareja. "El programa Cuéntame lo Todo enfrentó a la ex pareja conformada por Michelle Soifer y Erick Sabater con la supuesta manzana de la discordia, Kevin Blow . El modelo y el cantante se vieron las caras mientras una Michelle Soifer muy nerviosa respondía por el teléfono".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Los personajes saben que su exposición en los medios de comunicación es compleja. Por ello, están constantemente publicando a través de sus redes sociales. Es el nexo con su público pero también con los medios.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de un programa de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome realiza una nota en base a las declaraciones del amigo de Erick Sabater. El redactor fue claro y conciso a pesar de que el tiempo apremia. Necesitaba inmediatez y realizó un contenido de cuatro párrafos con un video. Identificó que la palabra clave era Michelle Soifer y que añadir el video serviría como material complementario al poco texto que se elaboró.

Entendemos que, el tratamiento noticioso no fue el adecuado pero trató de ejecutar una noticia sobre la situación de ambos tras los meses de ruptura.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, los medios tratan de buscar la noticia en torno a lo que hacen ambos personajes del espectáculo en su vida privada. Necesitan estar pendientes de cada publicación para elaborar sus contenidos. Además, existe un interés por parte de las figuras de mantenerse vigentes en el ambiente. En esta ocasión, las tres personas involucradas en la historia se juntaron en un programa de televisión. Se enfrentaron, discutieron y hablaron sobre la supuesta infidelidad. Podríamos decir que los medios tratan de seguir vinculando a Erick Sabater con Michelle Soifer a pesar de haberse separado hace un par de meses. En conversación telefónica, la cantante salió a defenderse ante las acusaciones de haber sido infiel al modelo con su "amigo". La cantante fue enfática y lo negó. Fue un cruce polémico por la supuesta culpa de Soifer en el fin de la relación con Erick Sabater. Finalmente, la participante de "Esto es Guerra" se sorprendió al ver a los dos sentados en un mismo estudio de televisión.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 90: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

La fotografía utilizada por *Trome* es una captura de pantalla del programa de televisión. No obstante, es un recurso válido porque nos da luces sobre lo que tratará la noticia. Se lo muestra a Erick Sabater declarando, con el rostro serio y en una posición de confrontación con el reportero. Hasta el momento, podemos ver que la pantalla está dividida con todos los

involucrados. A pesar de atravesar un mal momento, Sabater y Soifer saben que mantenerse vigente en el medio es mediante el escándalo. Porque al fin y al cabo, es un trabajo.

NOTA 08 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 24-01-17
- Titular: La compleja y absurda historia de "amor" entre Michelle Soifer y Erick Sabater

<https://peru21.pe/espectaculos/compleja-absurda-historia-amor-michelle-soifer-erick-sabater-62936>

Tabla 75

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al medio y al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía (3 al interior) y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	En un programa de televisión.
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	El medio de comunicación trató de reflejar la compleja historia de amor entre Erick Sabater, Michelle Soifer y Kevin Blow. La vida privada de la cantante expuesta para todo el país. Sin

	embargo, ninguno de los tres está libre de culpa por este tipo de episodios.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer tuvo que enfrentar a Erick Sabater y Kevin Blow en un programa de TV. "En realidad es una historia de desamor. De cómo decirle una y otra vez a la misma persona que el cariño se acabó, que se mantienen los buenos recuerdos y que la libertad hace posible cantar, bailar, aparecer en <i>realitys</i> y besarse con las personas que uno quiera. O quizás es todo un <i>show</i> ".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Más allá de las peleas e infidelidad, los personajes públicos saben que exponerse en televisión es un recurso válido para generar noticias.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista y publicaciones en redes sociales.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 dedicó tiempo a la historia de desamor entre Michelle Soifer y Erick Sabater. Identificó el lenguaje SEO de la noticia, plasmó diez párrafos donde se narra los sucesos principales de su relación y además fue muy ilustrativo poniendo las imágenes de los personajes públicos en primer plano. Además, colocó noticias adicionales para que el lector obtenga mayor contexto de lo que está leyendo.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos observar que ambos expusieron su vida personal durante la época de separación. Michelle Soifer no midió las consecuencias y tuvo que hacer frente a las críticas. Ambos no supieron medir sus reacciones e inevitablemente se hicieron daño. Dentro de esta nota, se trató de reflejar el encuentro entre Erick Sabater y el supuesto tercero en discordia, Kevin Blow. Aunque fue un monólogo del dominicano, ambos se vieron cara a cara y aportaron al show. Sin duda, un claro aprovechamiento de ambos para generar portadas. Sin embargo, no se dieron cuenta del daño que le estaban produciendo a Soifer.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

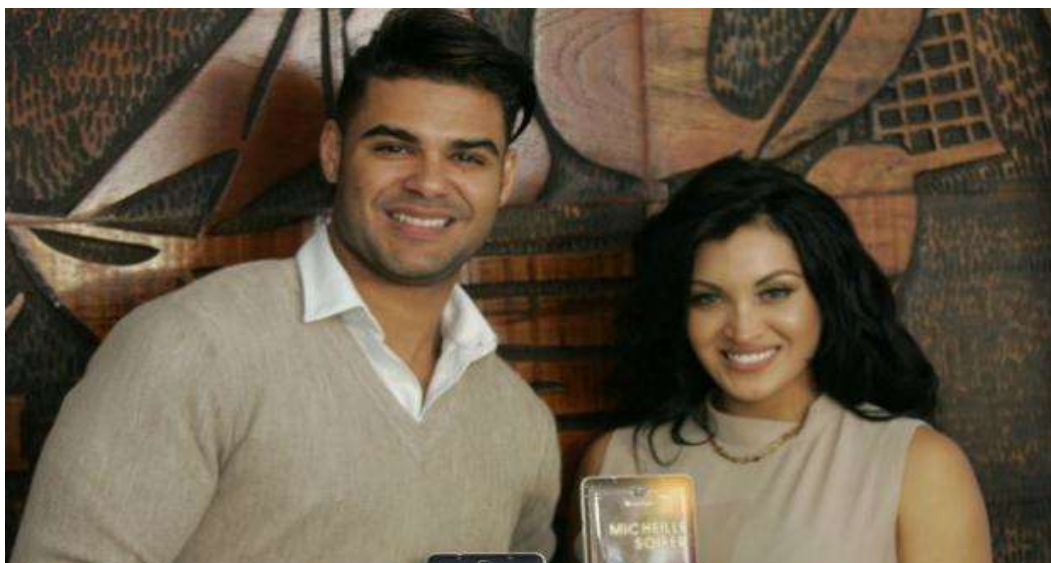


Figura 91: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, el medio insertó una fotografía de archivo entre ambos personajes durante la etapa de su relación. Michelle Soifer se muestra sonriente, feliz y alegre ante las cámaras. Mientras que, Erick Sabater aparece elegantemente vestido, con una sonrisa en el rostro y muy bien peinado. En consecuencia, ambos cuidan mucho su imagen y siempre se mostraron perfectamente vestidos en cámaras. El aspecto físico siempre estuvo como aspecto primordial en sus apariciones en sociedad.

COMPARATIVO

Los dos medios de comunicación plantearon sus contenidos de acuerdo a sus expectativas. El tratamiento noticioso es distinto pero similar. *Trome* se enfocó directamente en el encuentro entre Blow y Sabater. Mientras que, *Perú21* utilizó los recursos narrativos para explicar la confusa historia de desamor de Michelle Soifer. Los redactores identificaron correctamente las palabras claves, añadieron fotografías de contexto y material adicional para que el lector permanezca el mayor tiempo posible en la página web. *Trome* en un primer momento, plasmó su contenido en base a sencillez y rapidez y, *Perú21* apeló a utilizar sus herramientas digitales para contar una extensa historia de amor.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos observar que tras varios meses, se especulaba que Michelle Soifer y Erick Sabater se habían olvidado. Lejos de una reconciliación, ambos se mostraron en una faceta distinta, se hicieron mucho daño por lo que reflejaron en los medios. *Trome* y *Perú21* creyeron conveniente realizar una noticia en

base a la historia de desamor entre ambos y la conversación que mantuvo el modelo con el supuesto hombre de la infidelidad. Como se mencionó en nuestras bases teóricas, las historias de amor que bien pudieron ser íntimas, terminaron siendo públicas y comentadas por todos los medios de comunicación a nivel nacional. Una situación que depende únicamente de estos personajes públicos. Si ellos desean hacerlo, están en su derecho.

NOTA 09 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 23-02-17
- Titular: Michelle Soifer: No siento nada al ver a Erick Sabater [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-siento-ver-erick-sabater-video-41146>

Tabla 76

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer continúa pasando un momento difícil tras su separación con Erick Sabater. Luego de aceptar su

	separación y la vinculación por infidelidad con un compañero de trabajo, su vida continúa expuesta en los medios de comunicación.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La cantante comienza con las agresiones hacia Erick Sabater por su separación tumultuosa. "Deberían aclarar las cosas y parar de una vez (por Kevin Blow), Erick ya debería ponerle 'stop' a esto. Yo no fui al programa a molestarlo, nunca haré nada para molestarlo ni insultarlo. Él me busca y él me encuentra. ¿Qué me produce ver a Erick? Nada, qué pena ¿no?, pero creo que la gente se gana el amor y también el rechazo", señaló Michelle Soifer.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Las dos figuras públicas saben que su relación está expuesta y totalmente mediatizada. Buscan generar un impacto en la audiencia y atrapar todas las miradas.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome plasma un contenido noticioso interesante luego del enfrentamiento que tuvieron Erick Sabater y el supuesto amante Kevin Blow. El redactor identifica las palabras claves de la nota, genera un titular en base a un textual de Michelle Soifer y añade una imagen de archivo como abridora. En este sentido, se apoya con un video para darle mayor peso a la noticia periodística. Es decir, genera un complemento al lector y le ayuda a entender aún más la noticia. Recordemos que, los usuarios buscan contenidos sólidos y que no dejen nada librado al azar. Al final del cuerpo del texto, el redactor añade noticias relacionadas o las más vistas para permitirle a su audiencia quedarse en la página web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer salió a defenderse tras el escándalo protagonizado por Erick Sabater y Kevin Blow en un programa de televisión. La cantante deja en claro que no siente nada por su ex pareja y que deberían de parar con este triángulo amoroso. Sin embargo, desciframos que este tipo de peleas en

televisión, generan rating y a la vez portadas. Los dos personajes masculinos entendieron perfectamente su rol en esta historia y se terminan aprovechando de la circunstancias. A través de esta noticia, podemos concluir que Michelle Soifer es la más afectada por verse expuesta ante la pelea de dos hombres. Un episodio de la vida real trasladada a los medios de comunicación.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 92: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* utiliza una imagen de archivo del mes de octubre del 2010. Recordemos que, ambos protagonizaron un enfrentamiento en un enlace en vivo. En la fotografía se observa a Michelle Soifer con una sonrisa socarrona, desafiante y burlona. Situación distinta pasa Erick Sabater. Al modelo dominicano se lo muestra confundido, nervioso y con ganas de abandonar la escena. A través de esta imagen, el redactor confía que pueda ser útil el recurso de imagen de archivo para darle mayor peso a la nota.

NOTA 09 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 22-02-17
- Titular: Michelle Soifer se reencontró con su ex Erick Sabater y esto fue lo que sucedió [Video]

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-reencontro-ex-erick-sabater-esto-sucedio-video-66846>

Tabla 77

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	El redactor identificó una sola palabra clave y le agrega un hipervínculo. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de televisión.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer y Erick Sabater comienzan a denigrarse en televisión. La ruptura de su relación hizo que su popularidad crezca pero que también se genere una mala exposición de su vida privada. Los productores de televisión creían que era mejor enfrentarlos en cámara y que se recriminen situaciones de su pasado. Esto generó que ambos se digan palabras mayores a pesar de haber prometido hablar siempre bien uno del otro.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer fue tajante y manifestó que no siente absolutamente nada al ver a Erick Sabater luego de unos meses de separación. "La integrante de los Leones aclaró que no sintió nada al ver a su ex.

	(...) "Nunca voy a hacer nada para molestar a Erick. Él me busca, me encuentra. Creo que la gente se gana el amor y el rechazo", añadió la cantante".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer y Erick Sabater saben que la mayoría de enfrentamientos en televisión tienen una gran repercusión en medios escritos o radiales. Por ello, los personajes deben entender que para estar vigentes deben hacer "ruido mediático".
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 estableció un contenido basándose en sus recursos digitales. El redactor creyó conveniente realizar una nota con seis párrafos, una fotografía abridora de archivo y un titular que genere interés en el lector (Michelle Soifer se reencontró con su ex Erick Sabater y esto fue lo que sucedió). No obstante, la única palabra clave del contenido es el de la cantante. Entendamos que el nombre Soifer genera mucha repercusión y de esta manera, buscan un posicionamiento en la red. Finalmente, la nota tiene un video después del primer párrafo y se añade noticias relacionadas para que el lector permanezca en la página y se enteré de detalles que no conocía sobre estos personajes.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer cree conveniente reencontrarse con su pareja en los medios para generar polémica. En defensa de la cantante, su ex pareja también es una figura pública y por ende, tienden a encontrarse en distintos programas de televisión. Inclusive, ambos trabajan para la misma productora. Por ello, es enriquecedor para la casa televisora, que los dos personajes públicos se junten. Mejor aún, si Michelle Soifer y Erick Sabater terminaron en medio de celos y peleas. Los dos personajes entendieron que su relación estaba expuesta y debían generar polémica a toda costa.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 93: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

Perú21 utiliza una captura de pantalla de Michelle Soifer de un programa televisivo. En la imagen aparece la cantante con un micrófono en la mano, la mirada en un punto fijo y un rostro de atrevimiento. El recurso fotográfico es válido para que vaya de la mano con el titular. El poder de su rostro y los gestos que se pueden descifrar a través de ella hacen que el lector se interese aún más por su vida personal. Podríamos decir que no es un personaje más.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación elaboraron un contenido noticioso interesante para llamar la atención del lector. Identificaron correctamente el titular, utilizaron una fotografía de archivo como abridora y generaron expectativa por las declaraciones de Michelle Soifer tras terminar con Erick Sabater. Además, el redactor insertó un video que complementa a la nota y le adicionó material al final del cuerpo del texto para que el lector continúe el mayor tiempo posible en la página web. Sin duda, si se ejecutan todos estos pasos que toman un tiempo, la noticia podrá posicionarse correctamente en la red.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, ambos medios reflejan la indiferencia que le produce Erick Sabater a Michelle Soifer tras terminar la situación. Está claro que los dos personajes entendieron el juego mediático y aprovecharon que cualquier declaración

polémica generaba repercusión en todos los medios. Sin embargo, existe un detalle que llama poderosamente la atención. Al momento de juntarse decían que estaban incómodos, mientras que cuando estaban solos frente a una cámara, se mostraban muy agresivos y desafiantes con el otro. Entonces, podríamos concluir que ambos se dieron cuenta que son funcionales al *show*.

NOTA 10 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 25-02-17
- Titular: Erick Sabater a Michelle Soifer: ‘devuélveme la ropa que te compré’ [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/erick-sabater-michelle-soifer-devuolveme-ropa-compre-video-41386>

Tabla 78

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de televisión
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	

Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Luego de varios meses de separación, Erick Sabater volvió al ataque. El modelo criticó a través de los medios de comunicación a su ex pareja Michelle Soifer. Realizó duros comentarios sobre episodios íntimos que vivieron durante su relación.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Los dos personajes públicos habían acordado no agredirse a través de las pantallas de televisión. Sin embargo, luego de unos meses, ambos se encargaron de romper el "pacto" de forma categórica. "Erick Sabater contó que terminó su relación con Michelle Soifer porque era muy desorganizada, acumulaba deudas y, luego, él debía de asumirlas".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer es una de las figuras más mediáticas del medio y cualquier declaración en contra enciende la polémica. Mejor aún, si se trata de su ex pareja Erick Sabater.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista de televisión.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome establece un contenido noticioso interesante basado en las declaraciones de Erick Sabater sobre su ex pareja Michelle Soifer. El redactor identifica correctamente las palabras claves de la nota, inserta una fotografía de referencia para que se apoye en el titular y coloca un video complementario al cuerpo del texto entre cinco párrafos. No obstante, el material adicional es agregado al final para que el lector permanezca mayor tiempo en la página web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos identificar que Erick Sabater le mandó un mensaje a su ex pareja mediante los medios de comunicación. En esta situación puntual, vemos como el personaje vulnera su vida privada y hace público revelaciones que tranquilamente pudo realizarlas de manera personal. La relación entre ambos personajes es muy cambiante y esto hace que revelen detalles íntimos de su vida a nivel nacional. Los personajes públicos no miden las consecuencias de sus acciones y luego

terminan arrepintiéndose de sus dichos. En esta ocasión, eran detalles que no necesariamente tenían que ser de conocimiento público.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 94: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* utiliza una fotografía de archivo del modelo Erick Sabater. Se muestra serio, con la mirada puesta en un punto fijo, con una camisa de *jean* y con un peinado acorde a la época moderna. Es sin duda, un *sex symbol* y trata de reflejarlo ante las cámaras de los fotógrafos de los medios. En cuanto a sensaciones, esta imagen nos da a entender el ego alto que tienen las figuras del espectáculo. Es parte de su personalidad y esto termina por gustarle a la audiencia.

NOTA 10 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 28-02-17
- Titular: Michelle Soifer le dijo su vida entera a Erick Sabater y lo tienes que leer

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-le-dijo-vida-entera-erick-sabater-tienes-leer-67473>

Tabla 79

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción

Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía e inserta <i>tweets</i> de Michelle Soifer.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	En este caso, Michelle Soifer salió al ataque y criticó duramente a su ex pareja Erick Sabater. En sus polémicas declaraciones indicó que el modelo fue infiel y que era un mal agradecido. Detalles de su intimidad revelados en los medios.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Los personajes públicos en muchas ocasiones se dejan llevar por sus impulsos. Este es el caso de Erick Sabater y Michelle Soifer. "Solo te diré que te arranco de mi vida por completo no serás ni el recuerdo que quedó. No existes más! Adiós", escribió Soifer".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Tras revelar detalles del fin de su relación, ambos personajes hicieron que cada palabra o publicación en redes sociales sean un escándalo.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una red social.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 planteó correctamente su contenido en base a las explosivas declaraciones de Michelle Soifer. El redactor identificó que la nota podría ser enfocada con la decepción de la cantante tras el final de relación con su ex pareja. No obstante, la publicación va acompañada con una imagen referencial, con las publicaciones de Soifer en la red social *Twitter* y las notas adicionales al final del texto. De esta manera, los recursos digitales son válidos porque no hay necesidad de utilizar un video para comprobar lo que se está plasmando en el texto.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos ser testigos que las peleas de las figuras del espectáculo generan mucho la atención de los medios de comunicación. De esta manera, se exponen y dejan en claro que necesitan el uno del otro para continuar vigentes en los medios. Por otro lado, la misma Michelle Soifer aclara que se encuentra tranquila sin la compañía de Erick Sabater. Ella manifiesta a través de su red social que "actualmente vive feliz sin tenerlo a su lado y que ahora, a diferencia de cuando estaba con él, puede, entre otras cosas, compartir con sus fans tranquilamente". Es decir, la cantante considera que revelar episodios de su vida íntima con Erick Sabater, es una manera de responder a sus constantes agresiones o provocaciones. Una situación que perjudica a Sabater porque necesita alimentarse del juego mediático.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 95: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, el medio de comunicación hace válida la opción de una foto de archivo donde aparece Michelle Soifer junto a Erick Sabater durante su relación. El modelo dominicano se muestra con una sonrisa aparentemente impuesta por el momento, con la camisa desabrochada y con un peinado particular para su presentación ante los medios. En cambio, Michelle Soifer se luce con el cabello negro, con una sonrisa a medias en su rostro y con un vestido acorde a su presentación.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plantean correctamente sus noticias en base a sus recursos digitales. Identifican las palabras claves de la nota (Michelle Soifer y Erick Sabater), utilizan una imagen referencial como parte principal del inicio de la noticia y agregan material adicional en base a la temática en cuestión. *Trome* hace uso de un video para complementar el cuerpo del texto, mientras que *Perú21* toma las publicaciones de *Twitter* que realizó Michelle Soifer en su cuenta. Sin duda, este planteamiento digital hace que las páginas webs se posicionen en los principales buscadores de la red. Como ya se sabe, cualquier recurso digital es válido para mejorar el contenido.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, los personajes públicos utilizan los medios que están a su alcance para poder responderse y recriminarse situaciones de su vida íntima. Claramente, esto dejó de ser un aprovechamiento de los personajes para figurar sino que el tema es mucho más profundo. Las declaraciones que emiten son fuertes, despiadadas y hasta crueles. Por ejemplo, Erick Sabater denuncia haberle comprado ropa a Michelle Soifer cuando se encontraba en una situación económica compleja. Mientras que, la cantante lo acusó de serle infiel cuando mantenían una relación y de ser un mal agradecido con ella por la fama que le dio cuando lo presentó por primera vez en televisión. Detalles que todavía no son desarrollados a profundidad por los mismos personajes pero que dan pie a que todavía queda mucha "tela por cortar". Podríamos decir que se encuentran en la etapa de "resentimiento" tras el fin de la relación.

NOTA 11 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 03-02-17
- Titular: Michelle Soifer: ¡Uy! Erick Sabater no se calla nada y la tilda de 'soberbia' [VIDEO]

Tabla 80

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Dos fotografías y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer, Erick Sabater y Esto Es Guerra
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de televisión
Reportaje	-
Galería fotográfica	2 fotos
VARIABLE 02	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Luego de meses de haber confirmado la ruptura de su romance, la relación entre ambos no es la mejor y tienen fuertes enfrentamientos a través de las pantallas. Se mandan mensajes en cada declaración y tratan de hablar el uno del otro para no perder vigencia. Son ellos mismos los que vulneran su privacidad.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Al término de su relación, ambos trataron de alejarse el uno del otro pero se dieron cuenta que necesitaban seguir

	<p>vigentes en los medios y lo que "vendía" era hablar el uno del otro.</p> <p>"La vi como una persona soberbia", manifestó Erick Sabater sobre la reciente reaparición de Michelle Soifer en la nueva temporada de "Esto es Guerra", donde tuvo un intercambio de palabras con Patricio Parodi".</p>
<p>Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.</p>	<p>Michelle Soifer es consciente que para mantenerse en los medios de comunicación debe generar polémica. Más allá de su talento, las peleas con Erick Sabater producen la atención de la prensa.</p>
<p>Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).</p>	<p>En base a una entrevista en TV.</p>

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome plantea correctamente su noticia con los recursos digitales a su alcance. El redactor reconoce que las palabras claves vienen a ser Michelle Soifer, Erick Sabater y "Esto Es Guerra". Sin duda, en este sentido, la publicación va posicionarse correctamente en el buscador.

Por otro lado, genera una galería de dos fotografías para dar contexto. No genera un hilo conductor pero es funcional para el flujo de la página web. Es decir, si el lector pasa la foto para ver la siguiente, le está generando al medio un número más de páginas vistas. Finalmente, el redactor le agregó un video como complemento al texto. Un recurso importante para que la plataforma le genere confianza a su lector en materia periodística.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos indicar que Erick Sabater necesita hablar de Michelle Soifer para tener repercusión. El modelo dominicano tildó de "soberbia" a su ex pareja por su aparición en el programa de competencias "Esto Es Guerra".

No contento con eso, tuvo otro enfrentamiento con su compañero Patricio Parodi. Sin embargo, aquí desciframos que la confrontación y discusión que busca Erick Sabater, es para generar polémica y repercusión en los medios de comunicación. Es una forma de mantenerse en el ambiente del espectáculo, siempre y cuando, estés dispuesto a enfrentarte a cualquier personaje público.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 96: Caso Michelle Soifer – imagen del medio (composición del autor)

En este caso, el redactor utiliza dos fotografías referenciales de los personajes en cuestión. En la primera imagen aparece Erick Sabater en una de sus sesiones fotográficas que realizó como modelo. Tiene una camisa casual, está bien peinado y se muestra en una posición de "galán". Se lo nota conquistador, atrevido y con la mirada fija en un objetivo. No obstante, en la segunda fotografía, Michelle Soifer se luce con un vestido sensual, atrevido y que llama la atención por su esbelta figura. Por ende, determinamos que es una fotografía referencial para la nota.

NOTA 11 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 27-02-17
- Titular: Michelle Soifer: "Siento vergüenza por Erick Sabater"

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-siento-vergueenza-erick-sabater-67333>

Tabla 81

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos.

	Notas relacionadas al final del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un programa de televisión
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer demuestra una vez más que a pesar de pedir que respeten su vida privada continúa divulgando aspectos de su pasado. En esta ocasión, la cantante se refiere a Erick Sabater y deja fuertes declaraciones.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Los medios de comunicación tratan de generar contenidos llamativos para sus lectores a través de las declaraciones de ambos personajes del ambiente del espectáculo. "No se calló nada. Michelle Soifer le dijo de todo a Erick Sabater luego que el dominicano la acusó de utilizarlo para figurar junto a Kevin Blow. La 'guerrera' dejó en el olvido los tres años de relación con el modelo y lamentó que su ex pareja se refiera a ella de forma despectiva".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	En esta ocasión, Michelle Soifer es consciente que hablar de Erick Sabater genera polémica. Más aún, si es para desprestigiarlo y dejarlo mal ante la sociedad.

Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista.
--	---------------------------

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 plasmó correctamente sus recursos digitales y periodísticos en el contenido web. El redactor utiliza una composición como imagen abridora, reconoce las palabras claves y diseña un titular llamativo y poderoso para su lector. No obstante, no hace uso de un video complementario pero basta con el texto para publicar su noticia. Finalmente, añade el material adicional para que el usuario pueda contextualizar la situación de confrontación que mantienen Michelle Soifer y Erick Sabater.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos determinar que la cantante realiza fuertes declaraciones y genera repercusión en los medios. Ambos personajes públicos dejaron los detalles amorosos y empezaron a agredirse mutuamente. "Solamente lo vemos hablando mal de mí. Felizmente era caballero", comentó Soifer. Sin duda, lo fuerte de la noticia es el titular planteado por el redactor. Se trata de un textual y llama sumamente la atención (Michelle Soifer: "Siento vergüenza por Erick Sabater"). Por ende, esto hace que el lector se interese del contenido de la nota y terminará accediendo. Entendemos que, las palabras emitidas por Soifer son fuertes y culpa a Sabater de todo lo que viene sucediendo entre ambos. Ya no hay palabras amables y de agradecimiento. Ahora, están enfrentándose y la vara cada vez está más alta.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 97: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En este aspecto, *Perú21* es inteligente y arma una fotografía compuesta entre los personajes. Michelle Soifer aparece con un rostro serio, de disgusto y de enojo. Claramente, haciendo referencia al contexto de la noticia. Mientras que, al lado derecho, está Erick Sabater con un rostro desafiante y con la mirada en un punto fijo. Excelente imagen para plasmar la rivalidad que existe entre ambos. Es funcional y produce impacto en el ojo del lector por los recursos digitales utilizados. Son dos rostros fuertes que generan tensión y mucho impacto en la audiencia. Por ende, son funcionales al *show*.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plasmaron sus contenidos de acuerdo a sus patrones tradicionales. *Trome* creyó conveniente utilizar dos fotografías de Michelle Soifer y Erick Sabater para dar contexto a la noticia. Mientras que, *Perú21* realizó una composición entre ambos personajes y los mostró con rostros de enojo y prepotencia. Además, los dos redactores identificaron correctamente las palabras claves y generaron un cuerpo de texto en base a las declaraciones de los personajes públicos. Es funcional agregar un video a la nota porque le da peso y consistencia al texto. No obstante, siguiendo sus patrones, le agregan material adicional para mantener al lector en la página web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, somos consciente de que ambos personajes no pueden "vivir" sin hablar el uno del otro. Está claro que Erick Sabater inició el intercambio de palabras mediante los medios televisivos pero Michelle Soifer fue funcional a ello. Dejaron de lado la amabilidad y el supuesto pacto de confidencialidad para atacarse duramente con adjetivos descalificadores. Es verdad que este tipo de situaciones, ayudan a los medios a generar portadas para que las personas accedan a ver este tipo de contenidos que solamente dañan la imagen de los personajes públicos. Estará en el ingenio del redactor obtener la atención del usuario mediante sus titulares y las fotografías que utiliza en sus notas. Los personajes públicos, en este caso, son funcionales al *show* con el intercambio de palabras mediáticamente.

NOTA 12 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 09-05-17
- Titular: "Esto es Guerra": Erick Sabater regresó y puso nerviosa a Michelle Soifer [VIDEO]

<https://trome.pe/programas-tv/esto-guerra-erick-sabater-michelle-soifer-nerviosa-video-49252>

Tabla 82

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer, Erick Sabater y "Esto es Guerra".
Nota informativa	Si lo es.

Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer tuvo algunos entre dichos al comienzo de año con Erick Sabater. Posteriormente, decidió nuevamente enfocarse en sus cosas pero el dolor estaba presente. El modelo dominicano ingresó como participante al mismo programa donde participaba Michelle Soifer y desató la controversia. La vida privada de ambos nuevamente expuesta.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	El dolor todavía no pasa. El sarcasmo entre ambos quedó evidenciado en la televisión. "Michelle Soifer pasó por momentos incómodos este lunes en 'Esto es Guerra' al ver a Erick Sabater de regreso al <i>reality</i> de competencia pero solo de visita. El dominicano aprovechó y le mandó algunas indirectas a su ex, quien no se quedó callada".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer y Erick Sabater saben que ambos juntos en los medios encienden la polémica. Por ello, el modelo dominicano no dejó pasar desapercibida su visita al programa de competencias "Esto es Guerra".
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elabora su contenido en base a los recursos que le permite la red. En esta ocasión, el redactor sabe que el cruce de palabras entre Michelle Soifer y Erick Sabater debe ir acompañado de un video y un titular sumamente llamativo. Se identifican las palabras

principales y se utiliza el lenguaje SEO para que la nota pueda posicionarse en la red. Una de las claves es la inmediatez de la noticia. Por ello, el medio de comunicación debió realizar la nota rápidamente después de lo sucedido en televisión. Finalmente, se le adiciona al lector material que otorgue contexto con respecto a lo que sucedió en el último tiempo con ambos personajes públicos.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que los dos necesitan estar vigentes. No hay mejor manera que juntarse en un programa de televisión y terminar armando un escándalo para que el "morbo" en la audiencia aumente. Además, los medios resaltan al modelo dominicano como una súper estrella y como objeto de masculinidad.

Con el pasar de los meses, Erick Sabater se convirtió en un personaje atrevido, agresivo y capaz de todo, a costa de aparecer en los medios. "Lo primero que dijo Erick Sabater es que sigue en comunicación con Michelle Soifer, quien negó esto seguramente incómoda porque su presunta nueva pareja, Kevin Blow, hace ocasionales apariciones en "Esto es Guerra", manifestó el redactor de la nota. Por ello, la aparición de Sabater en el programa, hace que la polémica se encienda de nuevo y reavive el triángulo amoroso que tantos episodios dejó en el pasado.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 98: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* utiliza una captura de pantalla del programa de televisión "Esto es Guerra". En la fotografía aparecen los conductores del ciclo de *América*, Mathías Brivio y María Pía Copello, como personajes secundarios de esta historia de desamor. Ambos se notan sorprendidos ante la llegada de Erick Sabater y el intercambio de palabras que tuvo con su ex pareja Michelle Soifer. En cambio, el rostro de la cantante es de molestia e incomodidad por cruzarse nuevamente en pantalla. Aunque no se negó hablar con él, se mostró disgustada por verlo en su mismo espacio de trabajo. Mientras que, el dominicano acudió con su estilo habitual para vestir y con una sonrisa que nunca se le quitó del rostro durante casi toda su presentación.

NOTA 12 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 09-05-17
- Titular: Michelle Soifer se reencontró con Erick Sabater y este le hizo una pregunta incómoda

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-reencontro-erick-sabater-le-hizo-pregunta-incomoda-75628>

Tabla 83

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final y en el medio del cuerpo del texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-

Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Erick Sabater reapareció en el mismo programa de televisión donde su ex pareja, Michelle Soifer, se desempeña como competidora. La polémica se encendió y ambos se mostraron a la defensiva ante cada palabra que decían durante los minutos de presentación. El ambiente permitía a que ambos se digan de todo ante la pica y cizaña de sus compañeros.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer y Erick Sabater entendieron que aparecer juntos en televisión es parte del juego televisivo. "La integrante de 'Esto es guerra', Michelle Soifer tuvo un reencuentro algo incómodo con su ex pareja, Erick Sabater, quien retornó al programa para reforzar al equipo de los Leones".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Ambos personajes públicos saben de la importante de aparecer juntos. Lograron transformar su vida íntima en un <i>show</i> televisivo. Por ello, cada palabra o acción, es juzgada por los medios y la gran audiencia de este tipo de programas. (<i>Perú21</i>)
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 realiza un contenido noticioso basado en lo práctico, sencillo y eficaz. Aunque no pudo ser al instante porque se publicó al día siguiente a primera hora de la mañana, el medio elaboró una noticia basada en un texto y una fotografía. No existe en su interior un video que apoye o complemente lo dicho por palabras pero si tiene como ayuda el titular atrapante para el lector. (Michelle Soifer se reencontró con Erick Sabater y este le hizo una pregunta incómoda) No obstante, se reconoce que la única palabra clave del texto es Michelle Soifer.

Entendemos que es la figura pública de mayor popularidad y controversia. Finalmente, *Perú21* volvió su patrón inicial con las notas añadidas a la mitad y al término del texto.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer se vuelve a reencontrar con su ex pareja Erick Sabater en un programa de televisión. Por ende, la situación se volvió tensa porque volvieron a reclamarse situaciones que sucedieron en su relación en el pasado. Sabater le recriminó por su supuesta nueva relación con la persona que le fue "infidel". Ella se molestó y le aseguró que no entrará en su juego. El modelo dominicano se mostró atrevido y frontal con su ex pareja. En esta caso, pareciera que entendió bien el juego mediático y no le teme a nada. Enfrenta y se hace el "galán" en televisión nacional. Además, sabe que puede ganar mayor popularidad ridiculizando a la cantante por la presunta infidelidad.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 99: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Perú21* hace opción de la captura de pantalla del programa de televisión "Esto es Guerra". En la imagen se observa a los conductores Mathías Brivio y María Pía Copello sorprendidos por la situación de la que estaban siendo testigos. Además, se muestra al modelo dominicano con una posición de seductor, con una sonrisa en el rostro y muy atento a lo que pueda decir su ex pareja. Mientras que, Michelle Soifer estaba incómoda, molesta y con un rostro de disgusto tras enfrentar a Sabater. Una situación que sirvió para el *show* e hizo ganar mayor audiencia. No obstante, la vigencia de ambos en los medios tras su

relación, es asombrosa y a pesar de tener caminos diferentes, no pierden la oportunidad para generar polémica.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación muestran que la inmediatez y sencillez son primordiales al momento de plasmar sus contenidos. Los redactores identificaron correctamente sus palabras claves, quisieron posicionar sus noticias y le agregaron una fotografía abridora de captura de pantalla del programa. Aquí podemos establecer que *Trome* se apoya en el video del encuentro entre ambos, mientras que *Perú21* no tiene la necesidad de agregarlo y se basa en su texto. Además, los redactores agregan material adicional a su noticia para que el lector no se pierda ningún detalle. Finalmente, el titular que utilizan para su tratamiento noticioso es llamativo y genera un golpe de vista en el lector. Ambos evidenciaron el nerviosismo e incomodidad de la cantante en el propio programa donde trabaja.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer aparenta no querer encontrarse con Erick Sabater pero tampoco le escapa a la situación. Los dos personajes públicos saben que para mantenerse vigentes en los medios de comunicación deben encontrarse en pantalla y agredirse. En este caso, el modelo dominicano apareció en el programa de entretenimiento de visita con una actitud prepotente, pícara y sarcástica. Mientras que, la cantante se mostró nerviosa y confundida por los aparentes reclamos de su ex pareja. Los reproches sobre su supuesto noviazgo con Kevin Blow y la afirmación del modelo sobre los constantes mensajes que recibe por parte de Soifer, hicieron estallar la polémica, en pleno programa de televisión nacional. La polémica nuevamente se encendió. Sabater mostró una actitud superadora y Soifer evidenció no estar muy cómoda con los reproches de su vida amorosa pasada. Un interesante encuentro en televisión que no terminó en pelea como aquella vez en un enlace en vivo.

NOTA 13 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 13-06-17
- Titular: Erick Sabater le roba un beso a Michelle Soifer en romántico juego ♥♥♥ [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/programas-tv/esto-es-guerra/michelle-soifer-erick-sabater-beso-video-fotos-esto-guerra-52983?foto=5>

Tabla 84

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo del texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Ocho fotografías y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer, Erick Sabater y "Esto es Guerra"
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	8 fotografías.
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer y Erick Sabater se encontraron nuevamente en el programa "Esto es Guerra". La polémica se encendió y se atrevieron a darse un beso en la boca ante la presión de los compañeros. Este es un claro ejemplo del show como noticia a pesar de todo lo que sucedió tras el final de su relación.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer y Erick Sabater terminaron dándose un beso a nivel nacional.

	"¡El amor sigue presente en 'Esto es Guerra'! Es sabido que Michelle Soifer y Erick Sabater terminaron hace un tiempo su romance pero ahora se vuelven a ver las caras en el <i>reality</i> juvenil más exitoso de la televisión peruana".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer y Erick Sabater saben que un beso entre ellos o cualquier actitud amorosa en los medios generará una polémica y llamará la atención de la audiencia.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elaboró correctamente su contenido con los recursos digitales para llamar la atención de sus lectores. Partiendo desde el titular con corazones en el medio y la repercusión que genera ver un beso entre ambos personajes públicos. El redactor identifica que debe plasmar una galería de fotos para generar un hilo conductor basado en el episodio de amor. Además, esto ayudará a que el medio tenga más páginas vistas con cada foto que mire un lector. Las palabras claves para posicionar en el buscador son Michelle Soifer, Erick Sabater y "Esto es Guerra". Finalmente, se añade material que contextualiza la noticia bomba.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos decir que Michelle Soifer y Erick Sabater dejaron de lado sus diferencias para dar paso al amor. Anteriormente, habían manifestado que no querían volver a verse y se recriminaron situaciones que pasaron cuando eran pareja, pero los problemas se quedaron atrás y ahora se dieron un beso en pantalla. En este caso, entendemos que ambos entendieron el juego mediático perfectamente. Exponer su relación en los medios de comunicación les permitió seguir vigentes en el ambiente del espectáculo y cada acción que realicen es producto de su simpatía y atrevimiento ante las cámaras. Más allá de eso, *Trome* celebró la actitud de ambos y dejaron atrás los rumores de infidelidad.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 100: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En este caso, *Trome* realizó una galería de fotos sobre los hechos que sucedieron en aquel momento entre Michelle Soifer y Erick Sabater. Los personajes públicos se presentaron en una nueva temporada del programa de entretenimiento "Esto es Guerra". Se los muestra muy bien vestidos, felices y como si hubieran charlado anteriormente para sanar las heridas del pasado. Fueron carismáticos y se atrevieron a besarse a nivel nacional. Esto sucedía ante la atenta mirada de sus compañeros. Obviamente, Erick Sabater y Michelle Soifer entendieron el juego mediático de manera excepcional.

NOTA 13– PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 13-06-17
- Titular: Erick Sabater besó en la boca a Michelle Soifer y ella reaccionó así [VIDEO]

<https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-beso-boca-michelle-soifer-reacciono-video-81103>

Tabla 85

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción

Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final y al medio del cuerpo de texto. No tiene publicidad el video. (Reproducción automática).
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer, Erick Sabater y "Esto es Guerra"
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Su vida privada convertida en un espectáculo. Michelle Soifer y Erick Sabater se presentaron en un mismo programa de televisión y se atrevieron a darse un beso después de varios meses de peleas. Al parecer, no tuvieron mejor opción que generar un escándalo más. Es parte del <i>show</i> y del trabajo.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Ambos personajes públicos entendieron que las peleas tras la separación no les hacían bien. El amor debió volver. Y así debieron demostrarlo o aparentarlo en televisión nacional.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Ambos personajes públicos saben que un beso en televisión nacional genera un revuelo mediático y gran

	repercusión en los distintos medios. Más allá del beso, el tema en sí es la forma de vivir de los personajes del espectáculo.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 elaboró sus contenidos en base a una noticia que generó repercusión en el ambiente. El redactor identificó correctamente las palabras claves, adicionó un video que complementa al lector sobre lo sucedido y una imagen abridora potente. Además, se puede observar que existe material adicional para que el lector no se pierda ningún detalle. Este tipo de noticia exige que se posicione de la mejor manera y fue publicada por el medio inmediatamente terminó el programa en el canal de televisión. De esta manera, la inmediatez parte como pieza fundamental en el trabajo periodístico con los recursos digitales.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que ambos personajes entendieron el verdadero juego mediático. Quizás, no les importará mostrar detalles de su vida privada pero para continuar vigentes en el ambiente, lo necesitan hacer. Michelle Soifer tuvo varios entredichos con su ex pareja tras terminar la relación. Sabater la acusó de infiel y soberbia pero al parecer se olvidaron de todos esos detalles. En el medio del espectáculo evidenciamos que a pesar de tener innumerables discusiones y mostrar "odio" hacia el otro, puede suceder cualquier cosa. En esta ocasión, un beso robado del modelo dominicano que generó mucho ruido mediático e hizo que los personajes continúen vigentes.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 101: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Perú21* utilizó el recurso digital de la captura de pantalla para que genere impacto. Se observa a Erick Sabater dándole un beso a Michelle Soifer a nivel nacional. El modelo dominicano se mostró atrevido, galán y pícaro. Mientras que, la cantante estaba totalmente renovada, con el cabello pintado y un vestido de gala para una noche que sería inolvidable. Queremos creer que el beso haya sido espontáneo pero la situación hizo que los medios generen contenidos de inmediatez y hagan que la información se reproduzca apenas sucedan los hechos.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación sabían que elaborar este tipo de noticias es sumamente funcional para ganar flujo en la red. Los redactores identificaron las palabras claves para posicionar en los buscadores el contenido y utilizaron un video complementario dentro del cuerpo del texto para darle solidez. *Trome* sigue su patrón y genera un titular impactante con corazones dentro del mismo. El redactor es capaz de ordenar su contenido y elaborar una galería de 8 fotografías. Esto le permite al lector continuar en la página y aumentar la cantidad de páginas vistas al medio. Por otro lado, *Perú21* es más directo y captura el beso entre ambos personajes públicos para que sea la imagen abridora. Mientras que, las noticias adicionales o de contexto, las coloca en el medio y al final del cuerpo del texto. Cada medio sigue sus patrones y apela a la inmediatez. En este caso, es sumamente válida que sea expuesta en las redes sociales para llegar de manera rápida a la audiencia.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer entendió perfectamente el juego mediático. Sabía que su ex pareja iba a entrar al programa pero queremos pensar que fue un hecho espontáneo. Sin embargo, la manera de exponer su vida privada en los medios, hace que estén vulnerables a las críticas y ofensas por parte de tercero. Lo preocupante es que meses anteriores se habían denigrado en los diversos programas de televisión por la supuesta infidelidad pero eso quedó en el olvido y el *show* volvió a ser una necesidad. No es suficiente estar en televisión para generar este tipo de portadas. Además, debes ser polémico, atrevido y controversial. Otro punto a destacar es que la imagen de Erick Sabater creció con el pasar del tiempo. El modelo dominicano cambió su imagen de agresividad ante su ex pareja y trató de reconquistarla con su imagen, su actitud caballerosa y de *sex symbol*.

NOTA 14 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 14-06-17
- Titular: 'Esto es Guerra': Erick Sabater se pronunció tras beso a Michelle Soifer [VIDEO y FOTOS]

<https://trome.pe/programas-tv/esto-es-guerra/erick-sabater-beso-michelle-soifer-video-fotos-esto-guerra-53110>

Tabla 86

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo de texto. No tiene publicidad el video. (Reproducción automática).
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Seis fotografías y dos videos.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer, Erick Sabater y "Esto es Guerra"

Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	6 fotos
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer se mostró sorprendida por el beso que le robó Erick Sabater en el programa de televisión "Esto es Guerra". Podemos considerar que la cantante se sintió incómoda por la reacción del modelo dominicano y expresó sus sentimientos tras la situación.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer se enojó por el beso que le "robó" Erick Sabater y tuvieron que pronunciarse en los medios de comunicación. Al día siguiente, la cantante faltó al programa y el modelo tuvo que asumir su responsabilidad.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer y Erick Sabater generan polémica tras haber protagonizado una incómoda situación en televisión nacional. El modelo dominicano tuvo que pedir disculpas por el exabrupto. Las secuelas de una relación tormentosa.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elaboró un contenido noticioso en torno a un nuevo escándalo dentro de la relación entre Michelle Soifer y Erick Sabater. El redactor identificó las palabras claves de la nota, agregó una galería de fotografías para darle un hilo conductor y añadió material adicional al final del cuerpo del texto. No obstante, se agregó un video con las declaraciones de Michelle Soifer tras el polémico beso en el programa de "Esto es Guerra". Y al final, se añadió otro video con las disculpas del modelo dominicano ante su actuación en el programa. Sin duda,

el enojo de Michelle Soifer sirvió para que los medios elaboren contenidos con la reacción de ambos dentro de su relación que siempre ha generado repercusión.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer afronta una nueva situación incómoda con Erick Sabater. El beso que le "robó" el modelo dominicano sirvió para armar un escándalo. La cantante se habría molestado y eso generó que se disculpe con su ex pareja en el programa siguiente. A pesar de los problemas amorosos durante todos los meses, Michelle Soifer estuvo expuesta constantemente con los reproches al modelo pero jamás imaginó una situación así. Queremos creer que es parte de la vida y no del *show*. Sabater, por su parte, se mostró intranquilo y con mucho arrepentimiento por lo que hizo. El galán amilanado y acorralado por la cantante pide disculpas a nivel nacional.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 102: Caso Michelle Soifer – imagen del medio (composición del autor)

En esta ocasión, *Trome* realiza una galería de fotos con lo sucedido en ambos programas que generaron el escándalo entre Michelle Soifer y Erick Sabater. En la primera imagen ubicada en la parte superior izquierda podemos observar al modelo dominicano frente a las cámaras con un rostro de arrepentimiento y culpa. En aquel momento, estaba escuchando la llamada telefónica de Michelle Soifer al programa donde explicaba los motivos de su enojo y ausencia en el programa. Mientras que, las demás imágenes nos dan contexto de lo sucedido entre ambos. Los rostros de felicidad y coqueteos que se produjeron antes del beso.

NOTA 14 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 14-06-17
- Titular: Erick Sabater se disculpó públicamente con Michelle Soifer tras robarle un beso [VIDEO]

<https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-disculpo-publicamente-michelle-soifer-robarle-beso-video-81325>

Tabla 87

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo de texto. No tiene publicidad el video. (Reproducción automática).
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer se sintió incómoda tras el beso que le "robó" su ex pareja Erick Sabater. A pesar de los constantes ataques entre ambos, la situación en el programa de "Esto es Guerra", hizo estallar nuevamente la polémica. La vida

	privada de ambos nuevamente en la palestra.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La cantante se ausentó del programa de "Esto es Guerra" por lo sucedido con su ex pareja. El modelo tuvo que pedir disculpas por su accionar. "El integrante de 'Esto es guerra', Erick Sabater se disculpó con su ex pareja Michelle Soifer por haberle robado un beso, durante el reto 'Nariz con nariz' que los enfrentó el martes en el programa".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	El enojo de Michelle Soifer hizo que el programa de "Esto es Guerra" tenga que cambiar el rumbo de su pauta. El modelo pidió disculpas por haberse atrevido a robarle un beso a su ex pareja. El escándalo se acrecentó con la incomodidad de Soifer.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 plasmó de manera correcta su contenido en base a las disculpas de Erick Sabater a Michelle Soifer por un beso "robado". En este caso, el redactor creyó conveniente adicionar un video complementario tras el primer párrafo y reconoció como palabras claves a los dos personajes públicos involucrados en el escándalo. No obstante, colocó una imagen abridora de referencia y adicionó material contextual para que el lector no se pierda ningún detalle en base a una nueva polémica de la ex pareja.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que Michelle Soifer y Erick Sabater descifraron como mantenerse en el medio. Luego de anunciar su separación, ambos se enfrentaron con comentarios fuertes en los medios de comunicación, exponiendo su vida de manera nunca antes vista.

Por ello, el beso en el programa de "Esto es Guerra", hizo suponer que había una reconciliación entre ambos o que luego de una supuesta infidelidad todo podría volver a estar bien. Eso no fue así. Soifer se enojó y tuvo que ausentarse del programa porque no quería volver a ver a su ex pareja.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 103: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Perú21* realizó una captura de pantalla al programa de televisión "Esto es Guerra" donde Erick Sabater pidió disculpas públicas por lo sucedido con Michelle Soifer. En la fotografía se observa al modelo dominicano en primer plano con un rostro de preocupación, tristeza e incluso de angustia. Adicionalmente, el redactor optó por colocarle dos *emojis* de llanto. Por ende, este recurso es sumamente válido porque genera un impacto en el lector. Una noticia que llamó la atención y generó repercusión en el ambiente del espectáculo.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación realizaron un correcto tratamiento noticioso en el escándalo entre Michelle Soifer y Erick Sabater. Los redactores reconocieron como palabras claves a los personajes públicos y elaboraron sus noticias al instante para generar flujo en la red. No obstante, *Trome* colocó dos videos en la publicación. El primero, son las disculpas del dominicano en el programa de televisión y al final del cuerpo del texto, se insertó el episodio controversial un día antes. Mientras que, *Perú21* creyó conveniente utilizar solamente el video del arrepentimiento de Sabater entre el primer y segundo párrafo. Adicionalmente, se colocó material de contexto para que el lector no pierda el sentido a la noticia.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que Michelle Soifer y Erick Sabater saben la manera de generar repercusión en el medio del espectáculo.

El arrepentimiento del modelo tras el enojo de la cantante es un motivo claro para producir controversia. La relación entre ambos tras la ruptura por presunta infidelidad no fue buena y se acrecentó con las recriminaciones en diferentes programas de espectáculo. Esta situación hizo que el beso robado por parte de Sabater signifique un posible acercamiento entre ambos. Sin embargo, la reacción de Soifer sorprendió a la audiencia y provocó que el escándalo agrandara en los medios. Las caras mostraron tal cual lo sucedido. Un hombre que quiso mostrarse como seductor y pícaro en televisión nacional y la respuesta de Soifer no se hizo esperar. Pensamos que se trató de una escena espontánea y no armada para el *show*.

NOTA 15 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 20-06-17
- Titular: Michelle Soifer: ¿Mamá ya no se lleva bien con Kevin Blow? [VIDEO]

<https://trome.pe/programas-tv/esto-guerra-michelle-soifer-mama-ignora-kevin-blow-video-53675>

Tabla 88

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo de texto. No tiene publicidad el video. (Reproducción automática).
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Kevin Blow.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un bloque de espectáculos.
Reportaje	-

Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer, aparte de verse involucrada con Kevin Blow y haber sido captados en situaciones comprometedoras, continúa exponiendo su vida privada en los medios con Erick Sabater. En este caso, su misma familia también se involucra en el tema y declaran al respecto.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La madre de Michelle Soifer deja entrever que Erick Sabater es mucho mejor que Kevin Blow. "Todo se complica cada vez más en lo que parece haber sido una historia de amor. Doña Kathy, la mamá de Michelle Soifer y Kevin Blow coincidieron en el set de 'En boca de todos' pero no cruzaron palabras". Incluso, no quiso cruzarse con él en cámara.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La vida privada de Michelle Soifer se vio envuelta en escándalo y el nombre de Erick Sabater y Kevin Blow siempre sobrevolaron en torno a ella. Incluso, su familia se involucró y se mostraron rehaceos ante la supuesta persona con la que fue infiel Soifer a Sabater.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elaboró un contenido en base a sus recursos digitales a la mano. Recordemos que la inmediatez es lo principal. El redactor comenzó la nota con el video y luego desarrolló el cuerpo de la misma con seis párrafos. Además, se identificó como palabras claves a Michelle Soifer y Kevin Blow. En este caso, queda un poco más relegado Erick Sabater porque se trata del rechazo de la madre a la supuesta persona con la que le fue infiel su hija al modelo dominicano. Al final de la nota, se agrega noticias de contexto que le permiten al lector

continuar en la página web y darle mayor flujo en la red. A partir de ello, esta noticia puede lograr un posicionamiento adecuado de acuerdo al interés del lector.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos determinar que Michelle Soifer no tiene paz en los medios. Las declaraciones de su familiar hicieron que los medios especulen sobre una mala relación con Kevin Blow. Inmediatamente, aparece Erick Sabater como uno de los preferidos de su madre en este triángulo amoroso. La señora no quiso cruzarse en cámara con Blow y prefirió mantenerse al margen. Una situación compleja que expone aún más la vida de Michelle Soifer. La relación de sus familiares con el supuesto personaje que entrometió en la relación con el modelo.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 104: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* utiliza el recurso de captura de pantalla con las declaraciones que brindó la madre de Michelle Soifer. La mujer apareció a nivel nacional y a través de sus dichos, generó una polémica nuevamente en el triángulo amoroso en el que está involucrada su hija. En las imágenes, la señora se muestra seria, confundida y hasta tímida de enfrentarse a las cámaras. Este tipo de situaciones, permiten al medio especular y generar controversia en torno a las reacciones de personas no acostumbradas a la exposición mediática.

NOTA 15 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 15-06-17

- Titular: Mamá de Michelle Soifer quiere que su hija regrese con Erick Sabater ¿Y Kevin Blow? [VIDEO]

<https://peru21.pe/espectaculos/mama-michelle-soifer-quiere-hija-regrese-erick-sabater-kevin-blow-video-81474>

Tabla 89

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al medio y final del cuerpo de texto. No tiene publicidad el video. (Reproducción automática).
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video (Youtube).
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	En un bloque de espectáculos.
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	Descripción
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Erick Sabater continúa vinculado a Michelle Soifer a pesar de la ruptura de su relación. Sin embargo, esta vez la familia se involucra en la vida personal de ambos y declaran ante los medios de comunicación.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	La madre de Michelle Soifer "expresa" sus deseos sobre una posible reconciliación entre su hija y Erick Sabater.

	"Es un caballero, lo quiero como un hijo, me ha demostrado que es una gran persona", expresó la señora, quien aparentemente no opina lo mismo de Kevin Blow.
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	La vida privada de Michelle Soifer nuevamente en la palestra y con la intromisión de su familia. A pesar de ser una declaración simpática para el público, termina destapando una polémica para los medios.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 elaboró un contenido noticioso acorde a la situación. El redactor identificó correctamente el sentido de la información y lo enfocó en torno a Erick Sabater y Kevin Blow. Además, agrega un video en el medio de los cuatro párrafos, agregó una imagen abridora llamativa y agregó material adicional para que el lector pueda permanecer en la página web. En esta ocasión, somos testigos que se puede escribir de forma resumida pero que con un recurso audiovisual, se puede complementar el contenido. Este tipo de publicaciones solamente nos va a permitir el espacio digital. Podría decirse que es un valor agregado para aquellos que creen que este espacio no es productivo.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer se ve envuelta en una polémica sobre las declaraciones de su madre a un programa de televisión. Los medios empezaron a especular sobre las preferencias de su familia con respecto a su situación amorosa con Erick Sabater o Kevin Blow.

Esta vez, la discusión estuvo más de parte de los medios de comunicación que de los propios personajes públicos. Aquí podemos evidenciar que más allá de una declaración de un personaje, el mismo medio digital puede crear o construir una polémica.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 105: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Perú21* utiliza una imagen de composición con los tres personajes en cuestión. Por un lado, aparece Erick Sabater con una sonrisa en el rostro, un saco casual y en una posición en la que se siente cómodo. Mientras que, a su costado se muestra a la madre de Michelle Soifer. El redactor fue hábil y realizó un fotomontaje para darle mucha más vida a la nota. La madre sale sonriendo y como si estuviera al costado del modelo. Finalmente, en la parte de atrás y con un rostro más opaco, aparece Michelle Soifer con una mirada de extrañeza y confusión. Como detalle adicional, el redactor le agrega corazones a la pareja de suegra - nuero. Una excelente imagen para agrandar la polémica.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plantearon correctamente sus contenidos. Los redactores identificaron las palabras claves para tratar de posicionar sus noticias en los buscadores. En este caso, por ser la madre de Michelle Soifer, los redactores trataron de realizar titulares que llamen la atención. Además, adicionaron un video para complementar al texto y darle mayor peso al contenido web. Tanto *Trome* como *Perú21* creyeron conveniente seguir sus patrones para darle material adicional al lector para que permanezca el mayor tiempo posible en la página web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer se ve envuelta en una polémica por las declaraciones de su madre acerca de sus preferencias por Erick Sabater

o Kevin Blow. Dentro de este triángulo amoroso, se le agrega la presencia familiar. En este caso, podemos determinar que la repercusión de la cantante es mayúscula a pesar de ser la declaración de un personaje que no es público y forma parte de su seno familiar. Incluso, los medios de comunicación son hábiles y re-direccionan el sentido noticioso hacia los personajes públicos. Además, producen material que sea llamativo y genere la atención del lector en las redes sociales. La vida privada de Michelle Soifer nuevamente expuesta por las declaraciones de su propia madre. Dentro de este triángulo, lo que nos queda claro, es que la madre de Soifer prefiere a Sabater.

NOTA 16 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 22-06-17
- Titular: Michelle Soifer ya quiere ser mamá y esta sería la fecha tentativa [VIDEO]

<https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-piensa-madre-video-53919>

Tabla 90

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo de texto. No tiene publicidad el video. (Reproducción automática).
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y "Esto es Guerra".
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	En un bloque de espectáculos.
Galería fotográfica	-

VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer trató de olvidar el episodio con Erick Sabater y expresó un deseo personal a través de un reportaje de <i>América Televisión</i> . La cantante dejó entrever que su único plan a futuro era ser madre. La pregunta de los reporteros surgió inmediatamente: ¿Con quién?
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer expresó un deseo maternal y la prensa lo vinculó directamente con Erick Sabater. La polémica en base a declaraciones sutiles. "Nadie se lo esperaba. Michelle Soifer sorprendió este jueves al dar a conocer su deseo de convertirse pronto en mamá. Es un deseo que ronda en la cabeza de muchas mujeres sin importar su edad, pero la integrante de 'Esto es Guerra' lo tiene mucho más claro".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer sabe que cualquier declaración polémica estará relacionada con la tormentosa relación que vive con Erick Sabater. Ahora, llegó el turno de sus deseos de ser madre.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome entiende que la noticia es relevante y necesita un tratamiento noticioso sólido, sencillo e inmediato. Básicamente, por la actualidad de ambos personajes públicos. El redactor identifica como palabras claves a Michelle Soifer y "Esto es Guerra". Además, se inserta el video antes de que comience el texto. Esta modalidad es un aprovechamiento por parte de los recursos digitales para que el lector continúe el mayor tiempo posible en la web. El texto es sencillo, explicativo acerca de los deseos de ser madre de Michelle Soifer y se añade noticias similares para que el lector se "entretenga" un cierto tiempo.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer nuevamente cuenta un deseo personal en televisión y enciende la polémica. Los personajes estuvieron en la palestra por el beso "robado" por parte de su ex pareja y una declaración de esta magnitud hace que los medios direccionen la información con Erick Sabater. Es decir, la cantante se expresa pero la declaración podría tener un doble sentido. Más allá de ser un *show*, el interés por ser madre de Michelle Soifer hace que los medios de comunicación empiecen a especular sobre su vida privada.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

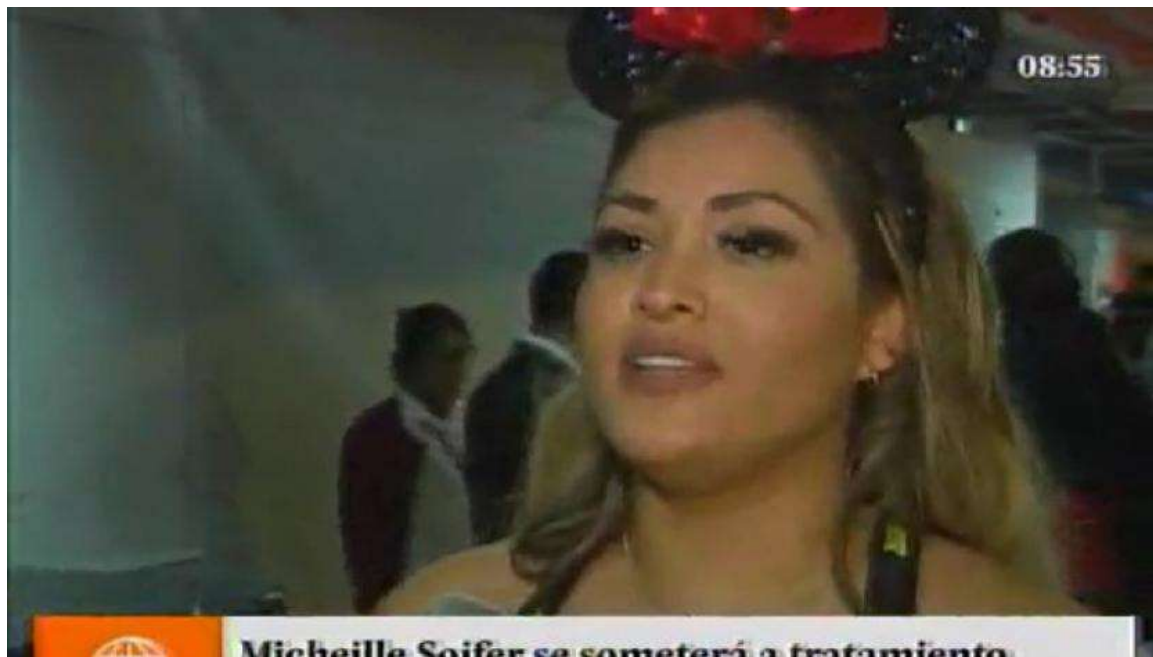


Figura 106: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

Trome utiliza una captura de pantalla para abrir la noticia. Tras ser una importante revelación de Michelle Soifer lo ideal es que sea una fotografía actual y no una de archivo. Se observa a la cantante con un nuevo look, con su vestuario de participante de "Esto es Guerra" y un rostro de intriga por lo que está contando. Más allá de sus últimos escándalos en televisión, Soifer, es consciente que la declaración traerá más que una especulación. Al ser un deseo íntimo, los medios y la audiencia van a querer saber más.

NOTA 16 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 31-07-17
- Titular: Erick Sabater no quiere ser el padre del hijo de Michelle Soifer

<https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-quiere-padre-hijo-michelle-soifer-91934>

Tabla 91

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Menos la de Michelle Soifer. Notas relacionadas al medio y al final del cuerpo de texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Erick Sabater y "Esto es Guerra".
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	En una secuencia de un programa de TV.
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Erick Sabater entendió el juego mediático. Tras unos días de silencio, el modelo dominicano le respondió a su ex pareja sobre sus deseos de ser el padre del hijo que tiene pensado tener a futuro. Recordemos que, la cantante expresó que ser mamá es su único objetivo.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Erick Sabater se sintió aludido y respondió en los medios. Nuevamente, la pareja que pasó por infidelidad, peleas

	y desamor, vuelve a generar polémica por sus dichos. "El integrante de 'Esto es guerra', Erick Sabater aseguró que no le gustaría ser el padre del hijo que está planeando tener este año su ex pareja Michelle Soifer".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Erick Sabater, modelo dominicano, insistió en que cada declaración de Michelle Soifer debe ser respondida por él. En este caso, generó repercusión al decir que no quería ser el padre del hijo que Soifer deseaba tener.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una entrevista en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 creyó conveniente realizar una noticia con la respuesta de Erick Sabater tras las declaraciones de su ex pareja de querer ser madre en los próximos meses. El redactor cree conveniente colocar una imagen de archivo entre ambos para reflejar un contexto acorde al texto. No obstante, no se agrega ningún video que certifique o sea sólido con el rigor periodístico. Además, las palabras claves identificadas fueron Erick Sabater, "Esto es Guerra" y Michelle Soifer. En este caso, la más predominante es la del modelo dominicano por ser la figura principal de la noticia. Finalmente, se agrega material adicional al medio y final del texto para que el lector continúe más tiempo en la página web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos determinar que Erick Sabater entendió lo que significa el juego mediático. El modelo dominicano se sintió aludido por las declaraciones de Michelle Soifer y dio su punto de vista con respecto a ello. "En esta oportunidad no (quiero ser el padre). Creo que en su momento cuando tuve mi relación con (Michelle), tenía un proyecto de vida... De hecho sí (piensa en Soifer), hubo momentos muy bonitos que vivió la relación que guardaré en mi corazón", dijo Erick Sabater. Por otra parte, el participante del programa de competencias, aclaró que en ningún momento se sintió "opacado" por la cantante. Son dos personalidades distintas que mediatizaron su relación durante varios meses.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 107: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Perú21* utiliza una fotografía de archivo entre Michelle Soifer y Erick Sabater. Es funcional por el contexto de la noticia. Sin embargo, se podría haber seleccionado una captura de pantalla de la entrevista que le realizó el programa "En Boca de Todos". Aquí podemos observar a ambos en una conferencia de prensa donde se muestran unidos, correctamente vestidos y atentos a los periodistas. Michelle Soifer tiene un rostro serio y con una mirada pensativa. Mientras que, Erick Sabater se lo nota concentrado en las preguntas que debe responder y en una posición de preocupación ante lo que deba responder. Al ser de contexto, simplemente es viable con el titular.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación elaboran sus contenidos acorde a la relevancia de la noticia. Es preciso recalcar la relevancia y repercusión que tomaron los dos personajes con el pasar de los meses. *Trome* identifica correctamente sus palabras claves, inserta una imagen abridora con una captura de pantalla y adiciona un video para complementar la noticia de manera adecuada. Mientras que, *Perú21* cree conveniente utilizar como palabras claves a Erick Sabater y "Esto es Guerra", inserta una imagen abridora de archivo que no da mucha referencia y no existe ningún material audiovisual como un video para darle sentido a la

noticia. Decisiones que toman los redactores y que son validadas por los lectores de acuerdo a sus gustos.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos identificar que Michelle Soifer y Erick Sabater saben "jugar" sus cartas para mantenerse vigentes en los medios de comunicación. Por el lado de *Trome*, se hace referencia a los deseos personales de la cantante de ser madre en los próximos meses. En la nota no se menciona con quién quisiera ser mamá pero se deja a entrever que podría ser Erick Sabater. En todo caso, es la primera palabra que se le viene a la mente al lector. Mientras que, *Perú21* relaciona directamente los deseos de la cantante con el modelo dominicano. Justamente, Sabater manifestó que no es el indicado para ser padre y que quiere poner un punto final a las vinculaciones con su ex pareja. Parece que el tiempo sanó las heridas y ahora hasta comparten el lugar de trabajo.

NOTA 17 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 11-07-17
- Titular: 'Esto es Guerra': Michelle Soifer 'arrochó' a Erick Sabater con esta respuesta [VIDEO]

<https://trome.pe/programas-tv/esto-guerra-michelle-soifer-erick-sbater-olvida-gustos-video-55711>

Tabla 92

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo de texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video (antes del cuerpo del texto).
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).

La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Erick Sabater, Michelle Soifer y "Esto es Guerra".
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Michelle Soifer y Erick Sabater dieron mucho que hablar cuando se juntaron en el mismo programa de competencias de <i>América</i> . Ambos se recriminaban situaciones del pasado e incluso utilizaban el sarcasmo para hacer quedar mal a la otra persona.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer dejó totalmente en ridículo a Erick Sabater. El dominicano quiso que su ex pareja recuerde su pasado y ella no tuvo respuesta. "Erick Sabater tenía que hacer que sus compañeros de los 'Leones' digan qué objeto estaba frente a ellos. Cuando le tocó el turno a Michelle Soifer, el dominicano observaba un rico maracuyá y trató de advertirle sobre ello con diversas pistas en 'Esto es Guerra'. Inmediatamente, el dominicano preguntó: "¿Un jugo que me gusta mucho a mí?", dijo ante las sonrisas cómplices de Mathías Brivio. Sin embargo, Michelle Soifer se hizo la disimulada y mirándolo feo respondió que no se acordaba".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Los medios de comunicación siguieron de cerca lo que sucedía entre Michelle Soifer y Erick Sabater en el programa "Esto es Guerra". Cualquier declaración o burla era repercutida en las portadas.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de entretenimiento.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome elaboró su contenido web en base a una polémica. En aquella ocasión, necesitaba la inmediatez y eso fue lo que hizo. El redactor identificó que sus palabras claves eran Michelle Soifer, "Esto es Guerra" y Erick Sabater. Además, agregó un video al comienzo de la nota (debajo de la bajada – término periodístico) y adicionó material complementario al final del cuerpo del texto. Es decir, fue un hecho que necesitaba ser publicado de inmediato para lograr generar repercusión y las personas se interesen por la noticia.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que Michelle Soifer junto a Erick Sabater son una pareja muy requerida por los medios. Se tiene al detalle cada movimiento o palabra que emitan a través de la televisión. Sin embargo, en este tipo de situaciones, ellos mismos hacen la nota y no se necesita de un redactor habilidoso para que tenga que llamar la atención del público. La cantante se olvidó de los gustos de su ex pareja y lo dejó totalmente ridiculizado ante las cámaras. Incluso, sus compañeros se rieron ante el rechazo de Soifer. En estas circunstancias, el modelo tiende a minimizar el hecho y continuar con su participación en el programa. Como se mencionó en las bases teóricas, podríamos decir que forma parte del *show*.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 108: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* realiza una captura de pantalla del programa de televisión "Esto es Guerra". En la fotografía aparece Michelle Soifer junto a Erick Sabater en un juego de adivinanzas. La cantante aparece pensativa y con una posición de aburrimiento. Mientras que, el modelo dominicano se muestra risueño, atrevido y con ganas de hacer reír a su público. Sin embargo, nunca imaginó la respuesta de su ex pareja y terminó en ridículo. A la izquierda de la nota, aparece el conductor del programa Mathías Brivio, manejando la situación entre ambos.

NOTA 17 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 11-07-17
- Titular: Michelle Soifer 'le puso el parche' a Erick Sabater con esta respuesta

<https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-le-puso-parche-erick-sabater-respuesta-87301>

Tabla 93

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Una palabra clave tiene hipervínculo. (El nombre de Erick Sabater se encuentra solamente sombreado). Notas relacionadas al final del cuerpo de texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Michelle Soifer y Erick Sabater.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-

VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Erick Sabater aceptó ser parte del programa de entretenimiento donde participa su ex pareja. Sin embargo, en una de las presentaciones de ambos, el dominicano quiso hacerse el gracioso pero todo le salió mal. Un dato de color para una vida expuesta en televisión nacional.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer no tuvo mejor idea de generar portadas en los medios. Le respondió mal a su ex pareja y consiguió que todos sus compañeros se burlen de él. "La integrante de 'Esto es guerra', Michelle Soifer sorprendió a su ex pareja, el dominicano Erick Sabater, durante un reto de adivinanzas en la última edición del programa concurso".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Michelle Soifer es el punto de atención de todos los medios de comunicación. Los redactores están a la expectativa de cualquier declaración o gesto en el programa "Esto es Guerra".
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a un programa de entretenimiento.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 planteó correctamente sus recursos digitales en el contenido noticioso. El redactor identificó que las palabras claves de la nota debían ser Michelle Soifer y Erick Sabater. De esta manera, logró posicionar su creación en los buscadores y generar un foco de atención en el lector. Mientras que, no utiliza la opción de agregar un video complementario al texto, recurso que pudo haber dado mayor consistencia periodística a la nota. Al final, se le adicionó material complementario para que el lector se quede en la web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer es noticia por ridiculizar a su ex pareja a nivel nacional. El modelo dominicano pensó que la cantante iba

responder favorablemente a su pregunta pero nunca se imaginó lo sucedido. A tal punto, que sus compañeros empezaron a reírse con burla de Sabater. De esta forma, la vida privada de ambos es de dominio público y ya no necesitan ni burlarse internamente sino que lo pueden hacer delante de todos. Los extremos que te lleva una relación que tuvo episodios mediáticos fuertes.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 109: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En este caso, *Perú21* coloca imágenes referenciales de los personajes en cuestión. La composición consta en el lado izquierdo de un primer plano del rostro de Michelle Soifer. Se la nota pícaro, atrevida y con gestos de querer estallar de risa. Mientras que, por el lado derecho, aparece Erick Sabater con muecas de seriedad, nerviosismo y preocupación por lo que digan los demás. El modelo jamás imagino una respuesta de tal envergadura por parte de su ex pareja.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación plantearon correctamente sus contenidos noticiosos en base a sus recursos. Por ejemplo, los redactores identificaron sus palabras claves para repetir las en el texto y posicionar adecuadamente en los buscadores. Además, hicieron uso de una imagen referencial para abrir la nota y llamaron la atención del lector a través de un titular que deja expectativa. *Trome* también creyó conveniente que el video de la situación entre ambos personajes debía ser utilizado. De esta manera, lo insertó y le dio mayor peso. Sin

embargo, *Perú21* hizo caso omiso a este recurso y plasmó un contenido con solo texto. Quizás, esto pudo haberle jugado en contra en la atención del usuario.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer dejó en ridículo a Erick Sabater tras una pregunta incómoda en plena participación en el programa. La cantante se atrevió a decirle al modelo que no recordaba nada de su relación y que le haga el favor de no preguntarle más. Por ende, los medios exageraron la risueña respuesta y generaron portadas. Los lectores se interesaron por la respuesta y por ello, debieron elaborar contenidos atractivos. Más allá de la exageración mediática, pudo haber sido tomada de manera más ligera. Sin embargo, la popularidad y repercusión que tienen ambos, hicieron que la situación se agrande. Michelle Soifer y Erick Sabater, además, saben jugar mediáticamente para continuar vigentes en el subconsciente de los usuarios.

NOTA 18 – TROME

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 21-09-17
- Titular: ¿Michelle Soifer embarazada? Erick Sabater dice esto que nos cae como una bomba [VIDEO]

<https://trome.pe/opinion/ampay/michelle-soifer-embarazada-erick-sabater-video-62521>

Tabla 94

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al final del cuerpo de texto.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Erick Sabater y Michelle Soifer.
Nota informativa	Si lo es.

Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	El rumor de que Michelle Soifer estaría embarazada empezó a tomar fuerza en el medio y se lo relacionó directamente con Erick Sabater. Un episodio de su vida privada nuevamente expuesta.
Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	El medio tomó la decisión de trasladar una columna de opinión del impreso a la web. En este caso, el tema principal es el supuesto embarazo de Soifer. "El modelo ERICK SABATER puso el 'parche', pues dijo que si es verdad que MICHELLE SOIFER está embarazada, el bebé no sería de él, porque no están hace un año. Plop...".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Cualquier tipo de información privada es relevancia para los medios sobre Michelle Soifer y Erick Sabater. Tras un año del fin de su relación, surge la posibilidad que el hijo sea del modelo dominicano.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una columna de opinión del medio impreso.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Trome cree conveniente que la columna de opinión del diario impreso puede ser funcional con respecto a la noticia de Michelle Soifer con su supuesto embarazo. El redactor identifica que es la información más relevante y le coloca hipervínculos a las palabras claves. En este caso, sería el nombre de la cantante y el de Erick Sabater. Además, utiliza una imagen abridora del modelo dominicano porque da una respuesta con respecto a si es o no el padre del hijo que esperaría Soifer. Esto hace que sea funcional al titular que deja entrever que la respuesta del modelo es sumamente fuerte. Adicionalmente, se le da material complementario al lector para que pase mayor tiempo en la web.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, podemos establecer que los personajes públicos entienden que generar rumores es vital para continuar siendo las portadas de los medios. Al surgir el posible embarazo de Michelle Soifer, Erick Sabater se siente apuntado y quiere declarar acerca del tema. No contento con ello, lanza una fuerte declaración. "ERICK SABATER puso el 'parche', pues dijo que si es verdad que MICHELLE SOIFER está embarazada, el bebé no sería de él, porque no están hace un año". Incluso el mismo lenguaje es coloquial y acerca al lector. Por ende, entendemos que más allá de ser una noticia buena para la cantante sigue habiendo intención del modelo seguir vinculado a su ex pareja.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 110: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En esta ocasión, *Trome* establece una imagen referencial de Erick Sabater. Es de archivo y es funcional al titular para abrir la columna de opinión. El medio es capaz de elaborar contenidos propios con un lenguaje coloquial y que genere un impacto en el lector. Mejor aún, con una fotografía que de contexto. Erick Sabater aparece con un rostro confuso, serio y de mucha intriga. Claramente, se vincula con el supuesto embarazo de su ex pareja y la negativa de ser el padre.

NOTA 18 – PERÚ21

- Personaje en estudio: Michelle Soifer
- Fecha de publicación: 19-09-17
- Titular: Erick Sabater sobre Michelle Soifer: 'Si está embarazada no es mío' [VIDEO]

<https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-michelle-soifer-embarazada-video-376663>

Tabla 95

VARIABLE 01	
Indicadores	Descripción
Notas donde se han empleado los recursos digitales como hipervínculos, noticias relacionadas o publicidad en la publicación.	Las palabras claves tienen hipervínculos. Notas relacionadas al medio y al final del cuerpo de texto. No tiene publicidad el video.
Contenido material audiovisual (herramientas digitales como videos, fotografías, mapas interactivos, galería o fotoreportaje).	Una fotografía y un video.
Publicación es tendencia y formó parte del eje de debate. (redes sociales)	Fue publicada a través de las redes sociales (Facebook y Twitter).
La noticia tuvo una correcta utilización del lenguaje SEO y cuántas se repitió	SEO: Erick Sabater y Michelle Soifer.
Nota informativa	Si lo es.
Entrevista	-
Reportaje	-
Galería fotográfica	-
VARIABLE 02	
Indicadores	
Se logró respetar la distinción entre lo público y lo privado.	Erick Sabater fue categórico al responder las preguntas incesantes de la prensa. Una vez más, hablando de la vida privada de Michelle Soifer y dejándola expuesta al decir que no es el padre del hijo que supuestamente está esperando.

Sentido del discurso dentro del contenido publicado en el medio de comunicación.	Michelle Soifer estaría embarazada y todos los focos apuntan hacia el modelo dominicano Erick Sabater. "El alejamiento de Michelle Soifer del <i>reality</i> 'Esto es guerra' ha originado una serie de especulaciones sobre un posible embarazo. Ante la noticia, su ex pareja Erick Sabater le envió bendiciones pero aclaró que él no sería el padre".
Noticia genera repercusión y es utilizada por los actores del contenido para ser mencionado en el espacio digital.	Durante esos últimos meses, Michelle Soifer especuló con tener un bebé y los rumores empezaron a acrecentarse. La repercusión de los medios apuntó directamente a que el padre del hijo sería Erick Sabater.
Rigurosidad periodística en el contenido (fuentes, veracidad).	En base a una nota en un programa de TV.

ANÁLISIS DEL CONTENIDO WEB

Perú21 elaboró su contenido basado en las declaraciones de Erick Sabater sobre un presunto embarazo de Michelle Soifer. El redactor identificó correctamente las palabras claves, escogió una imagen referencial para que vaya acorde con el titular y añadió noticias relacionadas al final del cuerpo del texto. No obstante, insertó un video complementario a los párrafos para que tenga solidez periodística y esté certificado por algo que realmente sucedió.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer estaría esperando un hijo y los rumores apuntaron directamente a su ex pareja, Erick Sabater. En este caso, el modelo dominicano salió a responder y acusó que no es el padre porque hace más de un año no ha tenido contacto con ella. Sin embargo, podemos identificar que luego de muchas peleas entre ambos, el vínculo continúa vigente. Ha pasado un año del final de la relación y la pareja continúa siendo objeto de atención por parte de los medios de comunicación. Entonces, determinamos que luego de estos meses, su vigencia en el ambiente del espectáculo continúa activa y es positiva para ambos personajes públicos.

ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



Figura 111: Caso Michelle Soifer – imagen del medio

En este caso, *Perú21* utiliza una imagen de archivo para reflejar la respuesta de Erick Sabater ante una posible vinculación con el embarazo de Michelle Soifer. El modelo en esta imagen aparece en una sesión de fotos, con una mirada atrevida y desafiante, y con una postura de grandeza. La fotografía es funcional para el titular pero se pudo haber realizado una composición o utilizar una que pueda ser más reciente y no de archivo.

COMPARATIVO

Ambos medios de comunicación toman la decisión de darle manejos distintos al tratamiento noticioso. *Trome* a través de una columna de opinión de su medio impreso coloca en el tapete la información sobre el rumor de Michelle Soifer de su supuesto embarazo. Asimismo, establece un titular fuerte que deja entrever que Erick Sabater tuvo una respuesta fuerte sobre el tema. Adicionó una imagen abridora del modelo dominicano de archivo y fue funcional en una medida vaga (Pudo ser más reciente). Mientras que, *Perú21* estableció un textual como titular y escogió una imagen de archivo antigua para darle relevancia a la noticia. Además, continuó con su patrón y adicionó material complementario al medio y final de su texto. No obstante, las dos plataformas identificaron correctamente sus palabras claves para posicionar su publicación en los buscadores.

Con respecto a los límites entre lo público y lo privado, Michelle Soifer nuevamente aparece en la polémica sobre una situación de su vida personal. Se especula que estaría embarazada y los medios inmediatamente apuntaron hacia Erick Sabater. El modelo dominicano fue

enfático en que no mantiene ningún vínculo con la cantante desde hace un año que terminaron su relación. A partir de ello, podemos determinar que todos sus entredichos en televisión y apariciones públicas fueron parte de su trabajo. ¿No llevará a una conclusión? Luego de desestimar que Erick Sabater no es el padre y que Michelle Soifer no será madre, ambos pusieron un *stop* a sus intervenciones mediáticas y se dedicaron a sus trabajos. La "guerra fría" paró y por el 2017, la tormenta mediática entre ambos se apaciguó.

4.2 Prueba de hipótesis

4.2.1 Hipótesis específica 1

Los medios del espectáculo Trome y Perú21 han sabido utilizar un lenguaje mucho más sencillo al que se nos tenía acostumbrado y a partir de esto, presentan una serie de características que van más allá de la formalidad.

Los medios de comunicación evidenciaron un cambio en el mundo digital a través de contenidos noticiosos distintos a las normativas periodísticas tradicionales. De hecho, *Trome* y *Perú21* siguieron un patrón, que ellos creyeron conveniente, para formar un producto generador de polémica y sumamente rentable para la empresa. A partir de allí, las plataformas digitales vieron que la conformación de publicaciones sencillas, inmediatas, superficiales y fragmentadas eran las ideales para posicionarse en la red.

En materia de la elaboración de contenidos digitales, podemos establecer que la totalidad de las noticias analizadas cumplen con un formato que va más allá de lo tradicional. Buscaron hacer efectivo sus estrategias para cumplir con los objetivos. Por ejemplo, en la noticia del 20 de febrero del 2017 publicada por ambos medios sobre los errores que cometió Yahaira Plasencia en su relación con Farfán, nos evidencia que es sumamente importante salirse de lo tradicional. Salirse de las pautas para generar un impacto en la retina del usuario. Un punto clave en este proceso.

Como lo planteamos en nuestro marco teórico, la formación de un contenido web requiere de un lenguaje claro, una buena identificación de las palabras claves, un titular llamativo y que conjugue verbos explosivos, una imagen abridora y un material audiovisual que genere interacción con el usuario. Es decir, el ir más allá de la formalidad y de lo tradicional. Es simplemente atreverse.

En este caso, nos referimos a un titular llamativo como un textual de Erick Sabater a Michelle Soifer, diciéndole que le devuelva la ropa que le compró o las "escandalosas" afirmaciones

de Yerson Reyes sobre la infidelidad con Yahaira Plasencia. Aquí *Trome* y *Perú21* utilizaron una manera distinta de llegar a su público objetivo. Ir más allá de lo que se estaba acostumbrado y muchos periodistas debieron adaptarse a ello. Internet es un abanico amplio y al que muchos se mostraban reacios a ingresar.

La presentación de estas noticias en las plataformas digitales revolucionó la red. Además, fueron parte del gusto de la audiencia. De esta manera, se instauró que el periodismo mediante el internet tenía la facilidad de llegar rápidamente al lector, generar un texto superficial, que no requiera de mayor análisis y que sea directo. Poco a poco, los medios lograron que las personas se adecúen a este estilo y dejen de lado las estructuras implementadas en el tiempo.

Trome y *Perú21* utilizaron palabras controversiales, polémicas y atrapantes. Por ejemplo, realizar un contenido con la temática de infidelidad, traición y desamor, fueron determinantes para la elección del lector. El chisme y el morbo generado a través de sus maneras de informar hicieron que los lectores prefieran este tipo de plataformas webs. Una manera distinta a la forma de comunicar de la televisión, radio y prensa escrita.

Un ejemplo claro, es el caso de Michelle Soifer. El 4 de octubre de 2016, *Perú21* publicó una noticia sobre la confirmación de la ruptura entre ella y Erick Sabater. Entendemos que, la información es fuerte. Por ello, el planteamiento digital fue el acertado. En este caso, se utilizó un formato propio que genere intriga y que se haga eco en el mundo digital a través de su publicación. Siguiendo las pautas digitales, *Trome* elaboró una noticia diferente a través de su titular, en vez de solo confirmar la ruptura, añadió que el dominicano había llorado.

Para generar un modelo de negocio exitoso, las empresas de comunicación creyeron conveniente contratar un equipo de periodistas digitales capaces de instaurar en el mercado un producto acorde a las nuevas generaciones. Además, de trabajar con las características que presenta el espacio del internet. Es muy distinto desempeñarse en una plataforma escrita que virtual. Por ello, aunque muchos desprecien las nuevas maneras de comunicarse, el espacio digital ha permitido llegar a lugares insospechados y ha producido que los medios sean económicamente rentables. Esto hizo que *Trome* y *Perú21* se posicionen correctamente en la red a pesar de tratar temas vagos en referencia periodística. Ambos con estrategias

distintas que buscaban consolidarse en el espacio con "noticias" que permitan optimizar su marca en internet (Martínez, 2012).

Nuestra primera hipótesis quedó comprobada gracias a nuestro análisis de contenido con las distintas noticias seleccionadas. Esto nos permitió encontrar textos coloquiales, distintos a los formales y que le permitieron al lector "jugar" de una manera distinta. Y es que eso genera el espacio digital hoy en día. Da la oportunidad de mostrar contenidos polémicos y que solamente sean atractivos. Obviamente, potenciados por temas controversiales como la exposición no autorizada de la intimidad.

4.2.2 Hipótesis específica 2

Los medios del espectáculo utilizaron una nueva forma de comunicar priorizando sus herramientas y recursos digitales para llamar la atención del lector. Además, tratan de mejorar aquello que se asemeje o diferencie con el otro.

Por las características de ambos medios, sus patrones digitales están diferenciados el uno del otro. Además, *Trome* caracterizado como un formato popular, ha logrado captar la atención de sus usuarios. No obstante, *Perú21* fue mutando y convirtiéndose en un medio tabloide con la atención focalizada en temas de espectáculos. En este sentido, podemos instaurar el concepto de la multimedialidad del nuevo periodismo, que significa la utilización de las formas básicas del mundo digital (Abadal y Guallar, 2010).

El ambiente del espectáculo permite a los redactores realizar contenidos libres, que sea basada en informaciones especulativas y que el estilo no sea complejo de comprender. Por ello, lo "multimedia" hace la distinción de los diarios en internet. Una de las claves ha sido la progresiva superación del modelo incorporando patrones propios. (Guallar, J; Rovira, C; Ruiz, S, 2010). Por ejemplo, *Trome* durante nuestro periodo de análisis, estableció que para generar mayores páginas vistas a la plataforma, era conveniente utilizar una galería de fotos de por lo menos tres. Esto haría que cada clic le genere una visita más al medio y aumente su flujo en la red. Seguido de un texto de cuatro párrafos, una imagen que puede ser referencial o propia del medio y la identificación de las principales palabras claves. Mientras que, *Perú21* es más tradicional. Utiliza una fotografía, no hace galerías y sigue el patrón de realizar una nota con cuatro párrafos.

A través de estos dos estilos que han creado ambos medios, podemos establecer que se asemejan en la información adicional que le otorgan al lector. *Trome* añade noticias

relacionadas al final del texto y *Perú21* lo hace en medio de los párrafos y también al término del mismo. Por ello, entendemos que la tecnología digital ha hecho que aprovechen la potencialidad que brinda la red, la agilización de la rutina y el acceso a la información de manera rápida para los usuarios (Oliva, 2014). El marco teórico indicó también que la elaboración sus contenidos se daban en base a los recursos y herramientas digitales de las notas informativas, entrevistas o reportajes de los personajes públicos del espectáculo.

Por ende, al tratarse de información que interesa a las masas, los medios no dejaron de respetar la rigurosidad periodística. En muchas ocasiones, *Trome* y *Perú21* han tratado de elaborar material basado en declaraciones, episodios en televisión y publicaciones de los personajes en redes sociales, para que de esta forma sean certeros y la audiencia le otorgue prestigio. Entonces, coincidimos en que los medios que cubren temas de clamor popular, tienden a cumplir los parámetros periodísticos establecidos en cierta medida (Becket, 2010). Eso no quiere decir, que en algunas ocasiones, buscaron generar especulación mediante sus publicaciones.

Otro de los objetivos más importantes para ambos medios de comunicación fue lograr el posicionamiento en los buscadores. Es decir, solamente podía conseguirse con el lenguaje SEO (SoloMarketing, 2017). Esta manera de elaborar un contenido tiene un papel fundamental dentro de la identificación de los recursos y herramientas digitales de la red. Es decir, la página web requiere establecer sus mejores estrategias para llegar a los primeros puestos del buscador más famoso de Internet: *Google*. En cuanto al comparativo de las dos plataformas, *Trome* fue el más efectivo al hacer uso del espacio digital en la mayoría de sus noticias.

Por otro lado, encontramos que este nuevo estilo de información tiene otro punto determinante. El poder de las redes sociales hizo que ambos medios de comunicación generen contenidos para sus plataformas y provoquen mayor llegada. Obviamente, haciéndolo de manera responsable y adecuada. Eso dependerá de cada medio de comunicación. El tener una cuenta de *Twitter* o *Facebook* produce controversia, que existan más libertades a la hora de publicar y que se interactúe constantemente con la audiencia. Un lenguaje distinto y que permite también ser un nexo de información.







Si se requiere comprender el funcionamiento de la sociedad se debe analizar necesariamente las interconexiones que realizan las personas en sus diferentes cuentas. Establecemos puntos

de vista, estilos de lectura y hasta podemos interpretar la manera que tienen de afrontar el mundo. A partir de ello, entenderemos completamente cómo somos y cómo es el espacio a través de sus ojos. Este tipo de estudio lo realizan los medios de comunicación para descifrar cuáles son los gustos de su público objetivo y así, establecer un vínculo amical y sobre todo directo con ellos (Christakis, 2010).

Los redactores encontraron en las redes un nicho importante para que el lector ingrese a su página web. Por ejemplo, los casos de Yahaira Plasencia y Michelle Soifer ayudaron a que la noticia sea vista como un espectáculo único. Esto trajo efectos positivos en los diarios digitales porque pusieron en práctica su rapidez para generar contenidos y aumentar el flujo en la red. Mientras que, se produjeron puntos negativos en los artistas porque vieron su vida totalmente expuesta y criticada en medios televisivos, radiales, escritos y digitales. Es decir, las personas han derribado los grandes discursos intelectuales de la época y los han sustituido por la diversión y el placer. El público no quiere seguir a las grandes autoridades, buscan vivir felices y que durante su tiempo libre encuentren una sonrisa o una simple distracción. (Lipovetsky, 2010).

Es por ello, que los medios de comunicación apelan al sentimiento de las personas sobre estos personajes. Generan a través de sus contenidos emotividad, preocupación y hasta en muchas veces factores negativos. Son acontecimientos que demuestran amor, desamor, infidelidad, pelea, disputa y hasta odio. Así es como la audiencia, los personajes públicos y las plataformas digitales utilizan las redes como un nexo clave para que la relación se mantenga (Christakis, 2010).

Tabla 96
Tabla comparativa medios digitales

DIARIOS DIGITALES	HERRAMIENTAS Y RECURSOS DIGITALES
Trome	<ul style="list-style-type: none">  Lenguaje SEO  Galería de fotos – foto única  Videos  Notas relacionadas al final del texto
Perú21	<ul style="list-style-type: none">  Lenguaje SEO  Fotografía única

	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="874 197 1390 264">✚ Video dependiendo de la importancia noticiosa <li data-bbox="874 286 1390 353">✚ Notas relacionadas en medio y al final del texto
--	---

A través de nuestro análisis, identificamos que las 28 noticias de *Trome* del caso de Yahaira Plasencia estuvieron correctamente planteadas con sus recursos y herramientas digitales. Mientras que, *Perú21* hizo de manera óptima 17 y en las 11 restantes, no creyó conveniente usar un video.

Por otro lado, con respecto al caso de Michelle Soifer, *Trome* hizo efectiva la utilización de sus recursos y herramientas en las 18 noticias y *Perú21* solo en 12. En las 6 restantes, dejó de lado elementos como un video o una galería.

De esta manera, pudimos comprobar que los medios hicieron efectivo en gran proporción sus recursos y herramientas digitales para llegar a su lector de manera directa. Se enriquecen en base a sus elementos multimedia y generan repercusión mediante el poder de las redes sociales. Son nichos básicos para iniciar la elaboración de un correcto contenido en Internet y potenciar de manera significativa la interacción con el lector. Espacios aprovechados por los medios y que han sabido manejarlo responsablemente a lo largo del tiempo.

4.2.3 Hipótesis específica 3

Los medios de espectáculo Trome y Perú 21 realizaron un adecuado tratamiento noticioso con la exposición no autorizada de la intimidad de personajes públicos.

Uno de los puntos de análisis más controversiales de nuestra investigación, es la manera de informar por parte de *Trome* y *Perú21*. La mediática separación entre Jefferson Farfán y Yahaira Plasencia estuvo en el ojo de la tormenta desde inicios del 2016. En aquel entonces, se empezó a especular sobre una supuesta infidelidad y de pruebas contundentes en contra de la cantante. Por ello, Yahaira Plasencia vio en su exposición mediática un nexo para ganar popularidad y generar recursos económicos a partir de sus escándalos.

Los medios, al observar la importancia que le dieron los lectores a Yahaira Plasencia, comenzaron a realizar contenido sobre ella en sus portadas. Podríamos decir que ambos actores, el medio y el personaje, convirtieron la noticia en un show. Por eso, planteamos que

esta sociedad del espectáculo es exclusivamente el sector que concentra todas las miradas y la conciencia de las personas (Debord, 1995).

Más allá de la atención de los usuarios, los mismos personajes públicos en un inicio comparten y se muestran a través de las cámaras como una pareja sólida, fuerte y con mucho amor. Por ende, cuando terminan o se separan, generan un "morbo" en la audiencia. Después de la exposición, las personas necesitan enterarse de lo que sucedió y apelan a las fuentes más confiables de su preferencia. Lipovetsky (1986) definió que es un proceso al que debemos adaptarnos y aceptar los gustos de la lectoría. Establezcamos que estos intereses pasan a ser políticos, culturales, deportivos y hasta de sensacionalismo. Aunque muchos le quitan mérito a los contenidos afines al espectáculo, este rubro es el más requerido y potenciado por los diarios como *Trome* y *Perú21*.

Dentro de esta cobertura mediática identificamos que Yahaira Plasencia quedó sumamente expuesta por las declaraciones de Yerson Reyes. Se la juzgó, insultó y trató mal por haber tenido una supuesta actitud inmoral. Es verdad que es responsabilidad de la cantante lo que expone de su vida privada pero los medios se encargaron de agrandarlo. Los redactores de cada plataforma debieron encontrar el componente adicional para hacer al lector un actor participativo e interactivo mediante la vida de Yahaira Plasencia. Las mismas personas trataron de mostrar su fastidio por la actitud de la cantante con el futbolista. Esta situación quedó evidenciada cuando *Trome* y *Perú21* publicaron a través de sus portales que Yerson Reyes iba a contar su verdad sobre la relación que mantuvo con la cantante a espaldas de Jefferson Farfán.

Situación similar atravesaron Michelle Soifer y Erick Sabater. Aunque en este caso ambos pertenecían al mundo del espectáculo, su vida se mediatizó aún más con la ruptura de su relación y los episodios de pelea durante varias de sus presentaciones en televisión. Entendemos que este tipo de información, que es reflejada a través de los medios digitales, es totalmente distinta a lo que lo tradicionalmente se hacía. Por ejemplo, el 14 de septiembre ambos diarios publicaron a través de sus plataformas la pelea en vivo de la pareja a través de América Televisión. Aquí se denota que el lector tiende a interesarse por este tipo de episodios. Cuando se habla de una objetividad de la información, no se necesita más que estar viendo la televisión para empezar armar un contenido. De esta manera, se omite la verificación de fuentes y solamente sirve para hacer el medio económicamente rentable (Pérez, 2015).

Michelle Soifer entendió de manera magistral el juego y expuso su vida privada como un verdadero show. Nunca bajó la guardia y siempre se mostró predispuesta para cualquier discusión. Incluso, se le suma al escándalo la aparición de Erick Sabater porque también es parte del medio. Caso distinto sucedía con el futbolista Jefferson Farfán. Sin embargo, uno de los aspectos que se resaltó durante el análisis de contenido, es la clara preponderancia de los medios hacia el modelo dominicano. Diferenciándolo, obviamente, del resto de sus compañeros.

Los medios de comunicación encontraron en Erick Sabater un personaje llamativo, atractivo para el público y sobre todo que quería tener el control de lo que sucedía a su alrededor. Quizás, al tener el mismo estilo mediático que Michelle Soifer, terminaron realizando este tipo de enfrentamientos en televisión. Sin embargo, las discusiones fueron aprovechadas de manera significativa por los productores. Se dieron el lujo de enfrentarlos en un programa generando el morbo de la audiencia. Ambos sabían que este acercamiento luego de su ruptura iba a reavivar el pasado. A partir de este aprovechamiento, surge la interrogante sobre si estas eran peleas armadas o reales.

Tras el análisis, queda como una ligera sensación que lo sucedido con Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán fue verdadero, más allá de lo mediático. Mientras que, la situación entre Sabater y Soifer genera dudas y provoca una serie de preguntas sobre si todo fue real o existieron momentos en los que se expusieron a tal punto que lo único que buscaban era la fama.

La exposición no autorizada de la intimidad surge tras la difusión de episodios íntimos de la vida de los personajes públicos. A pesar que, las noticias de *Trome* y *Perú21* son informativas, tratan temas que terminan vulnerando los límites entre lo público y privado. Obviamente, teniendo entre sus componentes a terceros actores, figuras principales y hasta las mismas especulaciones de los medios.

A través del análisis comparativo, identificamos que *Trome* y *Perú21* de las 28 noticias del caso de Yahaira Plasencia realizaron 9 sobre infidelidad, 2 sobre temas personales como embarazo o estado de salud, 4 donde se evidenció victimización, y 13 en la que los medios y el personaje público aprovecharon la coyuntura para generar portadas.

Con respecto al caso de Michelle Soifer, *Trome* y *Perú21* de las 18 noticias seleccionadas realizaron 3 de infidelidad, 1 sobre un tema íntimo, 1 de victimización y 13 sobre su

aprovechamiento de la coyuntura como protagonizar escenas románticas en televisión post separación.

A través de los casos de Yahaira Plasencia y Michelle Soifer comprobamos que los medios *Trome* y *Perú21* lograron adaptarse al mercado a través de una polémica exposición no autorizada de la intimidad. Por ejemplo, se llegó a entender que la red es clave para generar contenidos de relevancia en el espacio que se desempeña, que los espectáculos atraen a las personas como medio de distracción y que han llegado a nuestras vidas para quedarse (Recio, M et al, 2017). Utilizar esta plataforma de manera correcta será responsabilidad de los medios a la hora de la publicación de contenidos periodísticos rigurosos, de los personajes del espectáculo cuando se pronuncian a través de ellos, y de la audiencia cuando recibe la información y genera un punto de vista.

CONCLUSIONES

1. La pregunta central de nuestra investigación es: ¿Qué cambios se dieron en los medios *Trome* y *Perú21* para adaptarse al periodismo digital con un modelo atractivo para el usuario y contribuir con un mayor alcance de su marca entre los años 2016 - 2017? Para responder esta interrogante, hemos analizado 92 noticias de las ediciones digitales de ambos diarios (*Trome* y *Perú21*). Específicamente, 28 de cada diario para el caso de Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán, y 18 del escándalo mediático entre Michelle Soifer y Erick Sabater. En este caso, logramos identificar y probar nuestras hipótesis específicas a través de los cambios que experimentaron los medios de comunicación para adaptarse al mercado mediante una exposición no autorizada a la intimidad de ambos personajes.
2. *Trome* y *Perú21* lograron establecer sus contenidos digitales en base a un lenguaje sencillo, directo y coloquial. Los redactores expertos en la conformación de noticias han sabido hablarle al usuario de manera informal. El plasmar una información sin palabras complejas, sin definiciones que generen dificultad en la comprensión y sin párrafos numerosos, ha ayudado a saltar la barrera de lo tradicional. En este caso, se dejó de lado la formalidad y los dos medios estudiados han sabido llevar a cabo este estilo. Obviamente, siguiendo de cerca la importancia del personaje y la pertinencia de realizar un contenido profundo pero sencillo o uno que sea corto y con no más de cuatro párrafos de tres líneas. Siendo de manera clara, el paso de una era formal y que se creía correcta, a una directa y que va acorde a los tiempos de ahora donde lo rápido es lo ideal.
3. Los medios de comunicación han utilizado una nueva forma de comunicar contenidos basados en el espectáculo a través de sus herramientas y recursos digitales para generar la atención del lector. *Trome*, por su parte, estableció que toda nota debía ir acompañada de un video para complementar el texto, un titular que contenga las palabras claves y una fotografía abridora de referencia o sino una galería que permita mantener al lector el mayor tiempo posible en la web. *Perú21*, en cambio, utilizó un patrón distinto por tener otro público objetivo. Sus titulares eran más neutrales, solo se colocaba una imagen abridora (no galería) y no era relevante adicionar un video a la nota. Creía conveniente que su recurso digital era el texto del contenido más no un elemento audiovisual como un cortometraje. Obviamente, decisiones editoriales que también son válidas.

4. El tratamiento noticioso de *Trome* y *Perú21* fue ejecutado dependiendo la coyuntura y la necesidad de la lectoría de enterarse de la vida privada de los demás. Por ejemplo, en el caso de Yahaira Plasencia, existían noticias que requerían y pedían al redactor realizar un contenido con más de seis párrafos, con una galería de fotografías amplia y con videos que otorguen contexto. Sin embargo, existían noticias que solamente se necesitaban cuatro párrafos de tres líneas, una imagen de referencia y un elemento audiovisual que sea consistente al texto. Por otra parte, el caso de Michelle Soifer fue similar. Ambos medios de comunicación lograron el éxito en la red a través del criterio periodístico del redactor para establecer el sentido noticioso, la exposición no autorizada de los personajes públicos y el "chisme" generado en la audiencia. Tres aspectos que sumaron para que las plataformas se consoliden en Internet.
5. El periodista digital de *Trome* o *Perú21* se tiene que capacitar para elaborar un contenido que tenga repercusión en la red. Lo primordial en la actualidad, es identificar las palabras claves de la noticia que permitirá posicionarla en los buscadores. Es decir, el lenguaje SEO es un nexo fundamental para los medios de comunicación a la hora de encontrarse en el ciberespacio. En materia de análisis, ambos lo han plasmado en sus contenidos y han hecho que sus publicaciones aparezcan cuando se busca una noticia relacionada a Michelle Soifer o Yahaira Plasencia. Por ello, realizaron una gran cantidad de noticias para que los usuarios puedan tener una variedad y accedan a distintos tipos de informaciones. Obviamente, el editor entendió que para lograr un buen posicionamiento en la red, el oficio periodístico debía ser el punto primordial de su tarea.
6. Las circunstancias en el mundo de la red hicieron que la forma tradicional del periodismo cambie. La rapidez de la formación de los contenidos permite al medio de comunicación posicionarse de la mejor manera en la red y además darle un valor adicional al lector. Los sucesos en el día a día permiten a los redactores estar atentos y tener contenidos lo más pronto posible. Para ello, en muchas ocasiones, el tratamiento noticioso no es tan auspicioso ni cuentan con una correcta rigurosidad periodística. Sin embargo, las empresas de medios piden a los trabajadores ejecutar la inmediatez de sus publicaciones. A partir de estas solicitudes, basta con un titular llamativo, una imagen abridora, un texto de cuatro párrafos y un video que complemente la noticia o certifique lo escrito. Un estilo, una forma y manera de ejercer el periodismo dentro de esta nueva era.

7. El avance de las tecnologías ha permitido a los medios de comunicación ejercer un nuevo nexo con los lectores. Dentro de este tipo de interacción, la oportunidad de ganar confianza y credibilidad en base a los rigores periodísticos, *Trome* y *Perú21* hicieron un buen uso de las redes sociales. El publicar sus noticias a través de *Facebook* y *Twitter* permitió a las personas comentar, compartir y hasta incluso reaccionar con estos contenidos. Esto le pudo dar a los medios una nueva forma de interacción. Con respecto a los casos de Yahaira Plasencia y Michelle Soifer se pudo agigantar la noticia a través de estas dos redes sociales. En la actualidad, esta es nueva oportunidad de informar, generó a los medios tradicionales ampliar sus contenidos y tener mayor llegada. Los canales de comunicación tienen como prioridad darle al lector mayores herramientas para informarse y discutir a la vez.
8. La supuesta infidelidad de Yahaira Plasencia a Jefferson Farfán y la escandalosa separación de Michelle Soifer y Erick Sabater mostraron que en el ambiente del espectáculo siempre servirá para los medios digitales la victimización. A través de nuestro análisis de datos, hemos descubierto que existen dos etapas bien marcadas. Primero, Yahaira Plasencia y Michelle Soifer decidieron exponer sus relaciones en los medios para acaparar portadas y ser objeto de discusión por parte de la audiencia. Sin embargo, al momento de las revelaciones de Jerson Reyes sobre una supuesta infidelidad de la cantante, decidió resguardarse y no dar declaraciones públicas. Segundo, luego de un tiempo de silencio, salió a través de los medios televisivos para denunciar que nunca había visto tanta agresión hacia una figura pública. Aunque es verdad que Yahaira Plasencia fue muy atacada, en este caso el arrepentimiento y girar el sentido noticioso, era lo más adecuado para la cantante. Mientras que, Michelle Soifer también tuvo una situación parecida. La también cantante fue señalada por la prensa por una supuesta infidelidad, por su "exceso de peso" y por su forma de ser ante las cámaras. Esto produjo que Soifer se pronuncie a través de los medios digitales para pedir que dejen de agredirla. Días más tarde, volvió a sumarse a la polémica y dejó atrás la victimización. Situaciones que en el mundo del espectáculo son comunes y sirven también para generar expectativa y "morbo" en las personas mediante los medios tradicionales y ahora, digitales.
9. Durante el análisis de datos, pudimos comprobar que Yahaira Plasencia y Michelle Soifer fueron casos especiales y tratados de distinta manera por la prensa digital. La noticia de ambas figuras públicas fue tomada como un verdadero espectáculo. Por lo

general, este tipo de noticias son consideradas como un show. No hay necesidad de ser tan rigurosos, de confirmar tres fuentes o de tener un texto de más de diez párrafos para generar un contenido vistoso y llamativo para el lector. Por ello, *Trome* y *Perú21* tomaron este tipo de premisas para elaborar sus contenidos basados en escándalos mediáticos que llamen la atención y generen expectativa entre sus usuarios. Actualmente, un episodio de infidelidad como el de Yahaira Plasencia, no solo le sirvió a los programas de televisión sino que las plataformas digitales lo transformaron en un espectáculo único con la cantidad de publicaciones realizadas, las distintas declaraciones de los actores e incluso pruebas consistentes que agrandaron el escándalo. Por otra parte, Michelle Soifer fue útil para los medios por tener una pareja también trabajando en el mismo ambiente. Esto permitió que las publicaciones sean polémicas, criticadas y sobre todo, atractivas para el lector. Ambos fueron funcionales a los medios para convertir a la noticia como un show, más allá de las dudas sobre la veracidad o no del tema.

10. Yahaira Plasencia y Michelle Soifer son conscientes que sus vidas privadas funcionan perfectamente para el show de los medios televisivos, digitales y escritos. No obstante, descubrieron que el estar inmersos en escándalos mediáticos les genera mayor cantidad de portadas, repercusión en la esfera pública y sobre todo una ganancia económica. En una primera instancia, Plasencia aprovechó el escándalo para estar vigente en los medios. A través de su escándalo, pudo hacerse más conocida y tener mayor trabajo con su orquesta. Mientras que, el caso de Soifer y Sabater fue un claro ejemplo del aprovechamiento de ellos con los canales de comunicación. Además, pudieron realizar peleas auspiciadas con un banner a sus espaldas o siempre que tenían la oportunidad le hacían publicidad a cualquier tipo de eventos o tiendas de ropa. Esto permitió que el ingreso extra esté en un segundo plano pero que también forme parte del aprovechamiento de los personajes públicos con los medios. Esto es válido para aquellas plataformas que reproducían sus contenidos y les permitían generar un beneficio propio.
11. *Trome* y *Perú21* pensaron en una estrategia de comunicación efectiva para atraer a su audiencia en base a sus gustos, necesidades y prioridades. Los medios entendieron que esta civilización busca contenidos atractivos, que generen polémica y que los distraiga por un momento luego de una agitada vida laboral. Incluso, los usuarios quieren publicaciones que permitan discusión, que se den detalles de la vida privada y también que les produzcan sentimientos en base a los episodios de estas figuras del espectáculo.

Además, como hemos explicado en nuestro marco teórico, la civilización del espectáculo es especial, distinta y sumamente exigente.

12. La cobertura mediática de *Trome* y *Perú21* fueron muy funcionales para la generación de contenidos vistosos, llamativos y que permitan un crecimiento como marca. Sin embargo, dentro de estos parámetros, incluía la vulneración de la vida íntima de los personajes públicos. Teniendo en cuenta que lo privado fue expuesto por estos mismos actores. El dilema está en el aprovechamiento de los personajes y la forma en que se reproduce a través de los medios. Esto será una discusión constante porque la exposición mediática le sirve a ambos y será muy difícil de que se separen. Por ello, la cobertura es necesaria y sumamente válida, pero si vemos el panorama más amplio nos damos cuenta que los más perjudicados terminan siendo los personajes públicos. Se sienten perseguidos, expuestos a las críticas y todo el escándalo termina transformándose como un "callejón sin salida". No obstante, los medios buscan retribuirles a los personajes una mayor popularidad y vigencia a lo largo del tiempo. Este es el caso de Yahaira Plasencia y Michelle Soifer. De cierto modo, le permitió a ambas ser parte de un medio difícil de acceder, en base a sus peleas amorosas y rumores de infidelidad. Sin querer, Plasencia y Soifer tuvieron de golpe la cobertura mediática, la atención de medios como *Trome* y *Perú21* y la oportunidad de generar ganancias económicas a través de la repercusión en la audiencia.

RECOMENDACIONES

En la presente investigación se ha determinado que los medios digitales del espectáculo han realizado sus contenidos basados en los recursos y herramientas que otorga la red y la exposición no autorizada de la intimidad de los personajes públicos. Sin embargo, identificamos que este tipo de publicaciones de *Trome* y *Perú21* sobre la vida de Yahaira Plascencia y Michelle Soifer no son periodismo. No producen contenidos referidos a las normativas del arte de comunicar en su esencia. Más bien, se centran en la especulación, el escándalo y la manera de llegar al usuario con temáticas que resultan ser vagas, sin una rigurosidad en cuanto al hecho de tener un poder de información y solamente rigiéndose en las necesidades del lector al dar a conocer aspectos que forman parte de la vida íntima de los personajes.

Para Guy Debord (1995) el mundo se encuentra dividido en una minoría trastocada que domina absolutamente todo y por ende, en las personas ingenuas que la aceptan. A partir de esta premisa, determinamos que este tipo de publicaciones se ven influenciadas por lo mediático que resultan ser los casos de infidelidad de Yahaira Plascencia y Michelle Soifer. No obstante, esto hace que las personas renuncien a la posibilidad de usar la razón y solamente opten por enterarse de la vida del otro. Podríamos decir también que los medios han logrado establecer estos parámetros en función de lo que las personas requieren y así han obtenido el control del tipo o manera en la que tienen que informar a diario.

El espectáculo es la ideología por excelencia porque expone y manifiesta en su plenitud la esencia de todo sistema ideológico: el empobrecimiento, el sometimiento y la negación de la vida real. El espectáculo es materialmente la "expresión de la separación y el alejamiento entre el hombre y el hombre. (Debord, 1995, p. 128)

El mundo en el que vivimos ha hecho que los medios *Trome* y *Perú21* produzcan los contenidos noticiosos en base a lo que el espectáculo establece desde hace unas algunas décadas. A través de esta afirmación, Debord (1995) nos marca que el espectáculo va más allá de un aspecto negativo. Nos habla de un total empobrecimiento por el pensamiento, por encontrarse sometido a una vida que no es la real y que tiene otras intenciones manipulables. Lo que se busca es generar un atractivo en casos como discusiones, rumores o problemas conyugales para que continúen visitando las páginas webs. Obviamente, adaptándose a las facilidades que otorga la red como los hipervínculos, etiquetas, videos, fotografías, galerías o mapas. Por ello, se produce una degeneración de las verdaderas prácticas periodísticas y

se confunde la labor esencial de la profesión con solo adherirse al sistema, que sigue las supuestas normas de ofrecerle al usuario un contenido vago y que no otorgue un juicio crítico. Simplemente, dar a conocer los "chismes" de una pareja conocida a nivel nacional.

Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de la elección ya hecha en la producción y su consumo corolario. Forma y contenido del espectáculo son de modo idéntico la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. (Debord, 1995, p. 9)

Adicionalmente, bajo las normas descritas de la formación de los contenidos, el espectáculo ha logrado que ambos medios consideren que realizan un "periodismo acertado". Es decir, es el modelo por el cual se rige en la actualidad nuestra sociedad y eso es sumamente preocupante. El sistema ha hecho que no se ejerza una total crítica a los contenidos publicados por este tipo de medios y han establecido ciertos mecanismos que lo único que hacen es arruinar la profesión. Por ejemplo, hay que hacer frente a este tipo de características evidenciadas en los casos de Plasencia y Soifer, donde se "exigen" elaborar publicaciones con rapidez sin una correcta contrastación de fuentes ni una consistencia en el texto. Se tiene que continuar con este proceso de enfrentamiento hacia ellos.

Tras el análisis de la investigación, podemos identificar que son características que sirven para una manera incorrecta de informar. No podemos hablar de un periodismo basado en la falta de discernimiento entre lo bueno y lo malo, de escritura ligera o de una estructura adecuada solamente para buscar un *clic* o posicionamiento en la red. Debemos ser conscientes de la importancia que tienen los medios al informar en los diversos campos que hoy accede el público.

Por otra parte, también se tiene en cuenta que este tipo de noticias referidas al espectáculo aseguran la apariencia y la negación de la vida. El espectáculo no es un conjunto de imágenes sino un vínculo social entre personas que son mediatizadas por estas ilustraciones (Debord, 1995). Por eso, a partir de nuestra investigación, identificamos que se debe continuar con el ejercicio riguroso de la práctica consciente, real y que no tergiversar la manera tradicional de informar en una nueva plataforma con la necesidad de complacer al otro.

Debord (1995) indica que a partir de los contenidos de espectáculos se identifica a un receptor manipulable, sin un criterio en base a lo leído, sin capacidad de detenerse para

analizar el contenido escrito y poner en práctica su capacidad de retroalimentación a la temática planteada.

El espectáculo se presenta como una enorme positividad indiscutible e inaccesible. No dice más que "lo que aparece es bueno, lo que es bueno aparece". La actitud que exige por principio es esta aceptación pasiva que ya ha obtenido de hecho por su forma de aparecer sin réplica, por su monopolio de la apariencia. (Debord, 1995, p. 11)

Más allá de esta condición de sujeto pasivo, podemos descifrar la falta de criterio con la que se percibe el entendimiento de un periodismo objetivo, comprometido con la verdad y con la responsabilidad de elaborar contenidos no basados en un sistema y sí en una correcta práctica de la ética. Por ello, esta manera de informar en los medios de espectáculos ha generado que no se tome en cuenta el cultivar el ser y los valores humanos en las manifestaciones de cultura. Estamos en un proceso de decadencia y Debord (1995) ya lo marcaba desde la década de los 60.

Trome y *Perú21* a través de estos contenidos han hecho que la práctica periodística equivoque su rumbo. Solamente pensar en la inmediatez, superficialidad, fragmentalismo y facilismo ha logrado que se degenera el concepto y se empieza a producir una confusión. Lamentablemente, la situación es caótica y simplemente el cambio de lo tradicional a lo digital ha sido la manera de adaptarse a ella conservando estilos equivocados que le hicieron tanto mal a la carrera periodística. Se entiende que *Trome* y *Perú21* buscan relacionarse con la intimidad de los personajes públicos por una atención mediática en cuanto a la necesidad de un chisme. En ese sentido, este tipo de publicaciones donde se vulnera la vida íntima de las personas ha hecho que se vaya en busca de una realidad perversa. Se pasaron los límites y se determinó que todo está permitido para lograr un objetivo, que una persona acceda al sitio con elementos meramente superficiales de un hecho. "Toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación" (Debord, 1995, p. 8).

Es sorprendente como se percibía el mundo desde la década de los 60. En este primer caso, Debord (1995) nos afirma que ambas plataformas tienen un desmesurado despliegue de las empresas de comunicación dedicadas al estilo, a la falta de un raciocinio del receptor y el aparente poder de las redes sociales. Los seres humanos se encuentran adaptados a este movimiento de información y nos da a entender que las estructuras de poder se mantienen

en el tiempo y no han cambiado para nada. Lo único que buscan generar un revuelo mediático y encontrar la distracción de las personas. Nada cambió. Todo continúa de la misma manera, solamente que la innovación y la evolución de las nuevas tecnologías han abierto nuevos campos de trabajo y esto ha acrecentado el problema en vez de desarrollarlo. Las personas están siendo empujadas a establecer su vida en base a representaciones y nadie hace nada para salvarlo.

Con el pasar del tiempo, el análisis de las noticias publicadas sobre la vida privada de Plasencia y Soifer, expone que la revolución de las nuevas tecnologías informativas han hecho un escenario aún peor de lo pensado décadas atrás. Estamos evadiendo la realidad. Nuestra vida se basa por las imágenes, por la apariencia y por lo que nos hacen creer. Gran parte de las publicaciones de los medios nos han instaurado el gusto por lo fácil y por la poca capacidad de entendimiento, ha sido preestablecido por personas determinadas e influidas por esta sociedad del espectáculo. Aún, estamos a tiempo de salvarlo.

Por otra parte, también queda evidenciado que ambos medios al informar de espectáculos tienen cierta semejanza a la prensa chicha de la década de los 90 en el Perú. "Llámesense sensacionalista a una características del periodismo que resalta todo lo escandaloso, indiscreto y muchas veces negligente de una noticia que por lo general se presenta irrelevante" (Cappellini, 2004, p. 2). Recordemos que en la mitad de los 80 y durante los 90 se empezó a generar una prensa más de la que ya existía, caracterizada por un estilo vulgar, tendencioso y con adjetivaciones a personajes públicos, ancianos y/o discapacitados (Capellini, 2004). Aquí se reafirma que esta práctica solamente ha cambiado de espacio pero ha seguido desarrollándose con el escudo de ser una "nueva manera de transmitir contenidos".

Los medios tradicionales como el escrito o televisivo continuaron produciendo este tipo de publicaciones pero a su vez, optaron por trasladarse y enfrentar un espacio desconocido. Y a partir de ello, ofrecerle la necesidad del saber del otro, de enterarse de la vida privada de Plasencia o Soifer a través de un dispositivo electrónico. Como sucedía años atrás, la "prensa chicha" se caracteriza por informar con fotografías de índole sexual, morbosa y que resulte perjudicial para el individuo. Trascender la barrera de lo público y lo privado de una persona, hace que el concepto en sí se desvirtúe. Sin embargo, no hemos notado la preocupación de *Trome* o *Perú21* por las personas a las que se ataca. Simplemente, se escudan en la

elaboración del hecho noticioso, más no de las faltas a las normativas periodísticas a las que se deben regir.

Entonces, ¿qué se está haciendo realmente? Se están basando en apariencias, irrealidades y suposiciones para elaborar contenidos que solamente produzcan una distracción en el lector o en la mesa luego del almuerzo mirando el televisor o el Internet. Realmente, las empresas de comunicación son conscientes del daño que se está generando al informar de esta manera adherida a la "Sociedad del Espectáculo" por más que los personajes públicos tiendan a aprovechar la ola mediática.

Es verdad también que los medios han imitado este estilo de generar una noticia basada en lo rimbombante que pueda sonar un titular. Por ejemplo, la noticia publicada por *Trome* en el mes de julio de 2017: "¡Qué roche! Jefferson Farfán cuadra a su tío Cuto Guadalupe por hablar contra Yahaira Plasencia [VIDEO]". En este caso, se puede evidenciar el estilo de las palabras, la manera en la que se estipula la noticia y por sobre todo la ligereza con la que se podría tomar una actitud desafiante. Entendemos que es momento de dar un salto. Las grandes empresas de comunicación deberían comenzar por establecer los parámetros y ser más rigurosos en el control de las publicaciones.

Perú21 también en el mes de julio de 2017 publicó lo siguiente: "Yahaira Plasencia fue captada bailando y abrazando a un joven en discoteca". Por supuesto, la publicación carece de relevancia. En este caso, el medio abandona las formas y le crea un sentido a lo hecho por el personaje público. Un ejercicio que está matando al periodismo y que con el pasar de los años no se le ha encontrado la vuelta.

Es necesario, separarse de las características establecidas de los años noventa y empezar a plantearse otro tipo de publicaciones. Incluso, producir contenidos que le otorguen al lector un debate, un enriquecimiento de sus conocimientos y sobre todo que tenga bien en claro que se han cumplido las normas básicas regidas por las prácticas periodísticas. Somos conscientes de que estamos ante dos medios mediáticos de evasión que priorizan sus intereses con elementos que forman parte de una época delicada en nuestro país (Capellini, 2004). Solamente se busca llegar con más de lo mismo y degenerar el concepto del buen periodismo.

A través del análisis, identificamos que atravesamos una profunda crisis (Mario Vargas Llosa, 2012). La cultura entendida y concebida como espectáculo ha hecho que estos medios

banalicen el tipo de contenidos publicados en referencia a vulnerar los aspectos privados de la persona. Se quiere colocar la idea de entretenimiento en su concepción más escalofriante. Entonces, no estamos hablando de una sola etapa sino de una que persiste en el tiempo. Vargas Llosa (2012) entiende que esto no solo sucede en la sociedad occidental sino en todo el universo. Se ha tratado de crear, en base a la formación de los contenidos mediáticos, una especie de diferenciación con los demás. Y ese es otro error. Se ha querido manipular a las personas con que la inteligencia debe corresponder al pensamiento, a los literatos o intelectuales que simplemente están escondidos en un lugar del mundo (Vargas Llosa, 2012).

Los medios *Trome* como *Perú21* se basaron en los contenidos de espectáculos para rebotar lo que sucedía con este tipo de personajes, queriendo crear un espacio de entretenimiento sin una capacidad de lógica y discusión. Además, de difundir a través de Plasencia y Soifer, un chisme o escándalo antes que una información que maximice la inteligencia.

Trome y *Perú21* establecieron sus maneras de informar los contenidos mediáticos en cantidad antes que calidad. El escándalo ha hecho que el tratamiento de la noticia se base solo en la necesidad y no por darles publicaciones que valgan la pena ser leídas y mejor aún si existen referentes, materiales audiovisuales propios o elementos que les generen la capacidad de entendimiento.

Es preciso recordar que la información veraz siempre debe estar en un primer plano, más allá de querer la primicia o entregar contenidos que no demanden tanto tiempo y que sean simples de entretener.

Es importante recalcar que este tipo de publicaciones han hecho que el “supuesto” entretenimiento sea el común denominador de *Trome* y *Perú21* en los dos años estudiados. A lo largo del tiempo, lo que se ha logrado es desvirtuar el sentido y crear un significado a esta elaboración periodística. Error. No se debe permitir que la ética se vea dañada por lo que las grandes industrias prefieren en sus canales de comunicación. De esta forma, aquellos que se encuentran en contra de estos estilos, persisten en una gran lucha de colaborar en la enseñanza de un periodismo de verdad. “¿Qué quiere decir civilización del espectáculo? La de un mundo donde el primer lugar en la tabla de valores vigente lo ocupa el entretenimiento, y donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal” (Vargas Llosa, 2012, p. 33).

El mensaje no ha sido entendido de la mejor manera y tanto *Trome* como *Perú21* lo vienen implementando en este último tiempo. En la actualidad, se busca generar un escándalo en consonancia a lo polémico que pueda resultar la vida privada de "alguien". La ética ha ido desapareciendo y las informaciones sobre Michelle Soifer o Yahaira Plasencia han hecho que los medios produzcan contenidos que no lleguen más allá de los cuatro párrafos, que tengan fotografías controversiales y que establezcan un sentido particular en su titular.

La desaparición de mínimos consensos sobre los valores estéticos hace que en este ámbito la confusión reine y reinará por mucho tiempo, pues ya no es posible discernir con cierta objetividad, qué es tener talento o carecer de él, qué es bello y qué es feo, qué obra representa algo nuevo y durable y cuál no es más que un fuego fatuo. (Vargas Llosa, 2012, p. 49)

El crecimiento de este estilo en los medios ha logrado que se intensifique aún más la lucha para salvar al periodismo. *Trome* y *Perú21* han abandonado de cierta manera el arte de discernir con objetividad el contenido noticioso que pretenden darles a sus lectores. Debemos entender que no solo se basa en la formación de publicaciones para divertir o entretener. La tarea es totalmente diferente y si el avance tecnológico ofrece herramientas y recursos para engrandecer la tarea periodística es momento de utilizarla correctamente.

Con el desarrollo digital, su esencia primigenia se mantiene intacta y tiende a valorarse más aún. Lo que hará prevalecer el periodismo en la gran red no se sujeta sólo a la inmediatez o al cúmulo de datos, ni tampoco a su alcance en el número de usuarios, sino fundamentalmente a la interpretación acreditada, el análisis sustentado, la jerarquización informativa, la guía autorizada, la indagación escrupulosa y el contexto explicativo de los sucesos. (Martínez, 2012, p.44)

Por supuesto, estos aspectos críticos que han analizado durante los últimos años Debord (1995) y Vargas Llosa (2012), han hecho que se tomen con muchas pinzas las maneras en las que se maneja la información en los medios de comunicación. En este caso, los que generan contenidos de espectáculos como *Trome* y *Perú21*. La crítica es lógica. La decepción vista de hace algunas décadas se ha ido acrecentando. No se pretende ser un tribunal pero es momento de hacer frente a las formas en las que el supuesto periodismo ejerce su labor hoy en día. Por más que existan personas detractoras o que vayan en contra de las líneas editoriales de *Trome* y *Perú21*, ellos continuarán manejando su espacio, su nombre, su estilo y sus adeptos. Pues al parecer, la civilización que consume el espectáculo no los va abandonar.

Estamos en presencia de un estilo incorrecto de crear contenidos para lograr los propósitos de las empresas de comunicaciones. La falta a la verdad en la información, el manejo de una escritura que no lleva al pensamiento lógico, un no rotundo a contrastar las fuentes o la palabra del protagonista y sobre la mala práctica que se le brinda a los nuevos profesionales que abandonan las aulas. Siempre se está a tiempo de cambiar. Pero hay que ser sinceros, es momento de encontrarle la vuelta a este problema. Apartarse de los contenidos que buscan entretener y distraer a las personas a costa de todo (Vargas Llosa, 2012).

En este caso, se evidencia la doble moral de algunas empresas de comunicaciones. Por un lado buscan maximizar su contenido con este tipo de no periodismo pero también por el otro terminan por escudarse en que este tipo de generación de información son características propias de su público. Las empresas que se dedican al ejercicio de la profesión deberían de elaborar un plan estratégico que logre generar una línea más reflexiva y analítica. Por supuesto, en el amplio mundo de las tecnologías, el interés y lo atractivo por conseguir más lectores, deberá regirse en relación a los recursos y herramientas desarrolladas hasta la actualidad.

Es el momento de instaurar modelos innovadores, creíbles y que sean de la confiabilidad del público. Se debe tener libertad en el manejo de la información y en la elaboración de elementos basados en el mundo real. Se debe de implementar un cambio desde ya en la generación de estos contenidos. De esta manera, se colaborará a que no se "olviden" de ejercer el periodismo responsable basados en los conocimientos académicos adquiridos desde un inicio.

BIBLIOGRAFÍA

- ABADAL, E. y GUALLAR, J. (2010) *Prensa digital y bibliotecas*. Gijón, España: Ediciones Trea
- ALFAGUARA ARGENTINA. (Productor). (2010). *Diálogo Mario Vargas Llosa - Gilles Lipovetsky*. (Internet). De <http://youtube.com/>
- ALONSO-QUECUTY, M. (1993) Ironía y comunicación: quién es el irónico, quién la víctima y cuál la situación. *Cognitiva*, 5(1), p. 113-125
- ARBOCCÓ, M. y O'BRIEN, J. (2012) Impacto de la "televisión basura" en la mente y la conducta de niños y adolescentes. *Unifé*, 20(2), p. 43-57
- BARRIOS RUBIO, A. y ZAMBRANO AYALA, W. R. (2015) Convergencia digital: nuevos perfiles profesionales del periodista. *Revista Anagrama de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín*, (nº26), 221 – 240.
- BECKETT, C. (2008) *SuperMedia: saving journalism so it can save the world*. Chichester: Wiley-Blackwell
- BECKETT, C. (2010) El rescate del periodismo. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review* (2), p. 45-57
- CHRISTAKIS, Nicholas; FOWLER, James (2010). *Conectados*. España: Editorial Taurus.
- COBOS, Silvia (2012). *Internet para periodistas*. Barcelona, España: UOC.
- CODINA, L., GONZALO-PENELA, C., PEDRAZA-JIMÉNEZ, R. y ROVIRA, C. (2017) *Posicionamiento web y medios de comunicación ciclo de vida de una campaña y factores SEO*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. (Serie Digital. Proyecto Comunicación Interactiva)
- COMSCORE PERÚ (2014). *Futuro Digital Perú 2014*. Lima: ComScore Perú. (Citado el 20 de Mayo de 2017) Recuperado de: <https://www.comscore.com/lat/Prensa-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2014/2014-Peru-Digital-Future-in-Focus>
- CAPODIFERRO, Daniel (2017) La libertad de información frente a Internet. *Revista de Derecho Político* (100), p.701-737
- DEBORD, G (1995) *La sociedad del espectáculo*. Santiago de Chile: Naufragio.
- DÍAZ, N. (2016) La banalización del periodismo. Cuadernos de periodistas: *Revista de la asociación de prensa de Madrid*. (31), p. 9-17
- DRULĂ, G. (2015) Formas de la convergencia de medios y contenidos multimedia: Una perspectiva rumana. *Revista Científica de Educomunicación*. (22)44, p. 131-140.
- GALARZA, E., COBO, R. y ESQUEMBRE, M. (2016) Medios y violencia simbólica contra las mujeres. *Revista Latina de Comunicación Social*. (71), p. 818-832.

- GARGUREVICH, J. (1991) *Historia de la prensa peruana 1594-1990*. Lima: La Voz Ediciones.
- GRICE, H. (1975) *Logic and Conversation, Syntax and Semantics: Vol. 3: Speech Acts*, Academic Press, p. 41-58
- GUALLAR, J. (Junio del 2009). *Prensa digital en 2007*, Anuario Thinkipi. Recuperado de <https://goo.gl/1yN48S>
- GUALLAR, J., ROVIRA, C. y RUIZ, S. (2010) *Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles*. *El profesional de la información*, (19)6, p. 620-629.
- HALL, S. (1996). "Codificar/decodificar": *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies*, 1972-79. Londres: Routledge & The CCCS University of Birmingham.
- HAMALAINEN, M. (2016) *Reconocimiento automático del sarcasmo: ¡Esto va a funcionar bien!* (Tesis de maestría) Universidad de Helsinki, Finlandia.
- HERNÁNDEZ, H. (2017) *Adolescencia y juventud: Relación de dominio (Machismo, Micromachismo, sexismo y violencia de género)*. (Tesis de pregrado) Universidad de La Laguna, San Cristóbal de La Laguna, Tenerife, España.
- HERRERA, O (2008) Análisis cualitativo desde la perspectiva de la gestión del conocimiento en la cadena de abastecimiento de alimentos Bogotá - Cundinamarca. *Revistas de Ciencias Estratégicas* (16)20 p. 265 - 279
- IMAZ, C. (2015) *El concepto de identidad frente a imagen de marca*. (Tesis de pregrado). Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE, Madrid, España.
- IRIARTE, E. (2002). *En el nombre del dominio: Naturaleza jurídica de los nombres de dominio*. (Citado el 19 de abril del 2018) Recuperado de: http://www.alfaredi.org/sites/default/files/articles/files/iriarte_1.pdf
- KERLINGER, FN. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México, D.F.: Nueva Editorial Interamericana. Capítulo número 8 (Investigación experimental y no experimental).
- KOTLER, Philip (2012). *Marketing 3.0*. Bogotá, Colombia: Editorial LID.
- KOTLER, Philip y AMSTROGN, Gary (2012). *Marketing. Decimocuarta edición*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación de México.
- LIPOVETSKY, Giles (1986). *La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona, España: Anagrama.
- MARTÍNEZ, E. (2016) De la ironía al sarcasmo: una aproximación al discurso parlamentario español. *Textos en proceso* 2(2), p. 194 - 216 doi: 10.17710/lan.2016.2.2.2

- MARTÍNEZ, O. R. (2010) *Semillas de periodismo. Ética, información y democracia*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León, Article XIX y Fundación Manuel Buendía.
- MARTÍNEZ, O. R. (2012) Periodismo en la era digital. *Revista Mexicana de Comunicación*. 24(131), 44-47
- MARTÍNEZ, R. (2007) *Bullying y medios de comunicación*. Comunicación e xuventude: Actas do Foro Internacional, (1) p. 171-182
- OLIVA MARAÑÓN, Carlos (2014) Periodismo Digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *Revista de Ciencias Sociales "Aposta"*, (n°61), 1-30.
- PÉREZ, E (2015) *La apropiación de la noticia en "red"ada. Medios o públicos, ¿quiénes son los responsables?* Pauta Geral, 2(1), 3-14.
- QUINTANA, A. y MONTGOMERY, W. (Ed.) (2006). *Psicología: Tópicos de actualidad*. Lima: UNMSM.
- QUIROZ PACHECO, Ramón (2014) *Redes Sociales como herramientas del periodismo digital*. (Artículo) Universidad San Martín de Porres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Psicología y Turismo en Lima, Perú.
- RECIO, M., SÁNCHEZ, J. y OLIVERA, M. (2017) La enorme mentira y la gran verdad de la información en tiempos de la postverdad. *II Scire* 23(2), p. 13-23
- RICOY, C, FELIZ, T. y SEVILLANO, L. (2010) *Competencias para la utilización de las herramientas digitales en la sociedad de la información*. Educación XX1, 13(1), 199-219. Recuperado de <https://goo.gl/WcpwVh>
- RODRÍGUEZ, R (2004) *Periodismo en Internet. La Página Web en Frecuencia Latina* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú
- ROMERO, G y PATES, G (2017) Descontextualización, espectacularización y machismo en las narrativas mediáticas sobre violencia hacia las mujeres en Argentina. ¿Con la visibilización alcanza? *Anagramas Rumbos y Sentidos de la comunicación*. 16(31), p- 67-89
- RUÍZ, Encarna (2013) *El periodismo digital: La revolución de los contenidos*. Madrid: Escuela Superior del Diseño.
- SANTIAGO MÉNDEZ, Gloria (2011) Capítulo 104: "Marketing periodístico: algo más que publicidad y relaciones públicas". En Actas del I congreso internacional de ética de la comunicación (Ed.), *La ética de la comunicación a comienzos del Siglo XXI* (pp. 1350 – 1365). Sevilla: Edulfora
- SERRANO, Carlos (2011) Capítulo 3: "Emprendimientos periodísticos en internet: Pistas para crear nuevos medios pensando en los usuarios". En el 4to Foro Internacional de periodismo digital (Ed.), *Periodismo digital: convergencia, redes y móviles* (pp. 19-33). Rosario: Laborde Libros Editor

SOLOMARKETING (2017) *Guía SEO para social media managers*. Recuperado de <https://goo.gl/rSVwUp>

SUÁREZ, Eugenio (2009). Columna de opinión en diario *El País* "Crisis de papel". Recuperado el 27 de mayo de 2016 de http://elpais.com/diario/2009/02/02/madrid/1233577459_850215.html

TARODO, J. (2014) *Los secretos del posicionamiento en buscadores. SEO aplicado a Wordpress*. (Tesis de pregrado) Universidad Politécnica de Valencia, España.

VARGAS LLOSA, Mario (2012) *La civilización del espectáculo*. Madrid: Alfaguara.

VELÁSQUEZ, G. (2013) Convergencia de medios y nuevas formas de comunicación. *Revista Politécnica*. 9(16), p. 117-130

VIVAR, H. y VINADER, R. (2011). El impulso de la industria de los contenidos digitales. *Cuadernos de Información y Comunicación*, (16), pp. 115-124

WOLTON, D. (Ed.). (2000). *Internet, ¿y después? Una teoría crítica sobre los nuevos medios*. Barcelona: Editorial Pórtic.

YEZERSKA, Lyudmila (2008) *Impacto de Internet del trabajo de los periodistas digitales en Perú*. Lima: Universidad de Piura.

YILIN, D. (2014). *La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital* (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España.

ANEXOS

Tabla 97

Noticias Yahaira Plasencia y Michelle Soifer

ANÁLISIS DE DATOS – COMPARATIVO				
CASO 01: YAHAIRA PLASENCIA				
Nº	Portal web	Fecha	Titular	Link
01	Trome	12-02-16	Jefferson Farfán: Magaly Medina segura que miente sobre inicio de su relación con Yahaira Plasencia	https://trome.pe/espectaculos/jefferson-farfan-magaly-medina-segura-miente-inicio-relacion-yahaira-plasencia-4949
	Perú21	30-10-16	Yahaira Plasencia negó haberse metido en la relación de Jefferson Farfán y Melissa Klug [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-nego-haberse-metido-relacion-jefferson-farfan-melissa-klug-video-202798
02	Trome	10-02-16	Yahaira Plasencia presentó su orquesta y le cantó tema a Farfán [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-presento-orquesta-le-canto-tema-farfan-video-4763
	Perú21	21-02-16	Yahaira Plasencia celebró con Jefferson Farfán el lanzamiento de su orquesta	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-celebro-jefferson-farfan-lanzamiento-orquesta-211364
03	Trome	22-09-16	¿Yahaira Plasencia embarazada? Cantante tuvo mareos en pleno concierto [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-embarazada-cantante-tuvo-mareos-pleno-concierto-video-24262
	Perú21	18-03-16	Yahaira Plasencia confesó que le gustaría tener un hijo con Jefferson Farfán	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-confeso-le-gustaria-hijo-jefferson-farfan-213347
04	Trome	22-09-16	Yahaira Plasencia lloró al defenderse de acusaciones de infidelidad [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-lloro-defenderse-acusaciones-infidelidad-video-fotos-23947

	Perú21	06-06-16	Yahaira Plasencia sobre supuesta infidelidad: "Todo está bien con Jefferson Farfán" [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-supuesta-infidelidad-jefferson-farfán-video-220072
05	Trome	24-09-16	Yahaira Plasencia: Jerson Reyes confirmará que tuvieron relación en febrero [FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-confirmara-tuvieron-relacion-febrero-fotos-24376
	Perú21	10-09-16	¿Yahaira Plasencia le fue infiel a Jefferson Farfán? [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-le-infiel-jefferson-farfán-video-227910
06	Trome	26-09-16	Yahaira Plasencia: Jerson Reyes contó todo de la infidelidad a Jefferson Farfán [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-conto-infidelidad-jefferson-farfán-video-fotos-24536
	Perú21	26-09-16	Jerson Reyes contó detalles del supuesto 'affaire' que tuvo con Yahaira Plasencia [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/jerson-reyes-examigo-yahaira-plasencia-sentara-sillon-rojo-229005
07	Trome	26-09-16	Yahaira Plasencia ¿Dónde está tras revelación de infidelidad? [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-revelacion-infidelidad-video-24602
	Perú21	23-09-16	Madre de Yahaira Plasencia dio estos detalles sobre la salud de su hija [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/madre-yahaira-plasencia-dio-detalles-salud-hija-video-229050
08	Trome	26-09-16	Yahaira Plasencia: Melissa Klug dijo esto sobre la infidelidad a Jefferson Farfán [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-melissa-klug-dijo-esto-infidelidad-jefferson-farfán-video-300
	Perú21	27-09-16	Melissa Klug: 'Si no fuera por el acuerdo que firmé, estaría destruyendo a Yahaira Plasencia'	https://peru21.pe/espectaculos/melissa-klug-fuera-acuerdo-firme-estaria-destruyendo-yahaira-plasencia-229324
09	Trome	27-09-16	Yahaira Plasencia: Jefferson Farfán molesto	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-farfán-

			con revelación de infidelidad de la cantante [FOTOS]	molesto-revelacion-infidelidad-cantante-fotos-24558
	Perú21	10-10-16	Jefferson Farfán: “El único pecado de Yahaira Plasencia es haber tenido una relación conmigo”	https://peru21.pe/espectaculos/jefferson-farfan-unico-pecado-yahaira-plasencia-haber-tenido-relacion-230442
10	Trome	30-09-16	Yahaira Plasencia: Yahaira Plasencia: Primo de Jefferson Farfán seguirá trabajando con salsa [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-primo-jefferson-farfan-seguira-trabajando-salsera-video-fotos-25242
	Perú21	30-09-16	Yahaira Plasencia: Primo de Jefferson Farfán confirmó que seguirá trabajando con la cantante	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-primo-jefferson-farfan-confirmando-seguira-trabajando-cantante-229592
11	Trome	21-10-16	Yahaira Plasencia demanda a Jerson Reyes por 100 mil dólares [FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-demanda-jerson-reyes-100-mil-dolares-fotos-27674
	Perú21	30-09-16	Yahaira Plasencia entabló demanda contra Jerson Reyes por delito de injuria	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-entablo-demanda-jerson-reyes-delito-injuria-231713
12	Trome	11-10-16	Yahaira Plasencia arremetió contra conductores y productores de <i>Latina</i> [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-arremetio-conductores-productores-latina-video-26250
	Perú21	10-10-16	Yahaira Plasencia: “No he visto a una artista a la que le hayan hecho tanto bullying como a mí”	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-he-visto-artista-le-hayan-hecho-bullying-mi-230407
13	Trome	29-09-16	¿Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán terminaron por escándalo de supuesta infidelidad? [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/jefferson-farfan-habria-confirmado-relacion-yahaira-plasencia-fotos-27668

	Perú21	20-10-16	Jefferson Farfán habría terminado su relación con Yahaira Plasencia [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/jefferson-farfan-habria-terminado-relacion-yahaira-plasencia-video-231282
14	Trome	02-10-16	Yahaira Plasencia: Así fue su regreso a los escenarios tras escándalo por supuesta infidelidad [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-regreso-escenarios-escandalo-supuesta-infidelidad-video-25412
	Perú21	02-10-16	Yahaira Plasencia reapareció sobre los escenarios tras permanecer internada en clínica [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-reaparecio-escenarios-permanecer-internada-clinica-video-229713
15	Trome	03-10-16	Yahaira Plasencia: Mamá del 'Churrito' Hinostroza dijo de todo en EVDLV	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-lourdes-vasquez-churrito-hinostroza-25443?foto=4
	Perú21	03-10-16	Madre de 'Churrito' Hinostroza reveló detalles de la relación de su hijo y Yahaira Plasencia en 'El valor de la verdad'	https://peru21.pe/espectaculos/madre-churrito-hinostroza-revelo-detalles-relacion-hijo-yahaira-plasencia-229772
16	Trome	10-10-16	Yahaira Plasencia dijo esto sobre las acusaciones de infidelidad [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-dijo-esto-acusaciones-infidelidad-video-fotos-26229
	Perú21	07-10-16	Yahaira Plasencia: "¡Basta de violencia contra la mujer!" [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-basta-violencia-mujer-video-230208
17	Trome	28-12-16	Yahaira Plasencia quiere olvidar el 2016 lleno de escándalos y se prepara así para recibir Año Nuevo [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-olvida-2016-lleno-escandalos-prepara-recibir-ano-nuevo-video-35109
	Perú21	19-12-16	Yahaira Plasencia: "No me siento desubicada"	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-me-siento-desubicada-236268

18	Trome	09-01-17	Yahaira Plasencia y Jefferson Farfán terminaron, confirmó salsa [VIDEOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-farfan-ruptura-video-36254
	Perú21	08-01-17	Yahaira Plasencia responde a las críticas por sus fotos en Chucuito	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-responde-criticas-fotos-chucuito-62082
19	Trome	17-01-17	¿Jefferson Farfán ya fue? Yahaira Plasencia ampayada con misterioso galán [VIDEO]	https://trome.pe/programas-tv/yahaira-plasencia-jefferson-farfan-ampay-nuevo-galan-37251
	Perú21	17-01-17	Yahaira Plasencia fue captada bailando y abrazando a un joven en discoteca	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-captada-bailando-abrazando-joven-discoteca-62560
20	Trome	03-02-17	Yahaira Plasencia siempre será la 'incondicional' de Jefferson Farfán	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-siempre-sera-incondicional-jefferson-farfan-39154
	Perú21	03-02-17	Yahaira Plasencia: 'Jefferson sabe que siempre puede contar conmigo' [Videos]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-siempre-contar-videos-63453
21	Trome	09-02-17	Yahaira Plasencia y Jerson Reyes cara a cara por juicio de difamación ¡Ella pide miles de soles! [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-cara-cara-juicio-difamacion-pide-350-mil-soles-fotos-39734
	Perú21	09-02-17	Yahaira Plasencia estuvo en careo con Jerson Reyes [VIDEO]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-estuvo-careo-jerson-reyes-video-65968
22	Trome	20-02-17	Yahaira Plasencia: ¡Noooo! Este fue el error que salsa cometió en relación con Jefferson Farfán [Video]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-error-relacion-jefferson-farfan-video-40880

	Perú21	20-02-17	Yahaira Plasencia: 'Cometí un error en mi relación con Jefferson Farfán' [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-cometi-error-mi-relacion-jefferson-farfan-video-66628
23	Trome	24-02-17	Yahaira Plasencia y Jerson Reyes de nuevo frente a frente por juicio, pero lo peor vino al final [FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-nuevo-careo-juicio-difamacion-fotos-41288
	Perú21	24-02-17	Yahaira Plasencia y Jerson Reyes se ven nuevamente las caras... Esto fue lo que pasó [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jerson-reyes-ven-nuevamente-caras-esto-paso-video-67050
24	Trome	07-04-17	¿Yahaira Plasencia engañó a Jefferson Farfán diciéndole que Jerson Reyes era su primo? [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-engano-jefferson-farfan-diciendole-jerson-reyes-primo-video-45961
	Perú21	07-04-17	Yahaira Plasencia hizo pasar a Jerson Reyes como su primo frente a Jefferson Farfán, aseguró Melissa Klug	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-hizo-pasar-jerson-reyes-primo-frente-jefferson-farfan-aseguro-melissa-klug-72040
25	Trome	12-04-17	Esto es Guerra: Yahaira Plasencia dedicó nuevo cover a... ¿Jefferson Farfán? [VIDEOS]	https://trome.pe/programas-tv/esto-guerra-yahaira-plasencia-nuevo-cover-video-46556
	Perú21	14-04-17	¿Yahaira Plasencia dedicó nueva canción a su ex Jefferson Farfán?	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-dedico-nueva-cancion-ex-jefferson-farfan-72821
26	Trome	29-04-17	¿Yahaira Plasencia borrará fotos con Jefferson Farfán? Esto dice la salsera [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-farfan-borrar-fotos-video-48266
	Perú21	28-04-17	Yahaira Plasencia aseguró que nunca	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-aseguro-borraria-fotos-jefferson-farfan-74352

			borraría sus fotos con Jefferson Farfán	
27	Trome	24-07-17	¡Qué roche! Jefferson Farfán cuadra a su tío Cuto Guadalupe por hablar contra Yahaira Plasencia [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/jefferson-farfan-cuadra-cuto-guadalupe-perdon-yahaira-plasencia-video-57108
	Perú21	24-07-17	¿Qué dijo 'Cuto' Guadalupe sobre Yahaira Plasencia que molestó a Jefferson Farfán?	https://peru21.pe/espectaculos/dijo-cuto-guadalupe-yahaira-plasencia-molesto-jefferson-farfan-90167
28	Trome	29-09-17	¿Yahaira y Jefferson se 'whasapean'? ¿Acaso se viene la reconciliación? ¡Uyuyuy! [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-jefferson-farfan-whatsapp-reconciliacion-video-63363
	Perú21	29-09-17	Yahaira Plasencia no se decide al hablar sobre Jefferson Farfán [VIDEO]	https://peru21.pe/espectaculos/yahaira-plasencia-decide-hablar-jefferson-farfan-video-378099
CASO 02: MICHELLE SOIFER				
Nº	Portal web	Fecha	Titular	Link
01	Trome	10-09-16	Michelle Soifer niega infidelidad a Erick Sabater [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-niega-infidelidad-erick-sabater-video-23708
	Perú21	27-08-16	Michelle Soifer negó haberle sido infiel a Erick Sabater [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-nego-haberle-sido-infiel-erick-sabater-video-227959
02	Trome	30-09-16	¿Michelle Soifer y Erick Sabater terminaron su relación? [FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-terminaron-relacion-fotos-25269

	Perú21	01-10-16	¿Michelle Soifer y Erick Sabater le pusieron fin a su relación?	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-le-pusieron-relacion-229665
03	Trome	03-10-16	Michelle Soifer: Erick Sabater lloró al confirmar fin de su relación [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-lloro-confirmar-relacion-video-25539
	Perú21	04-10-16	Erick Sabater confirmó el fin de su relación con Michelle Soifer [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-confirmando-relacion-michelle-soifer-video-229809
04	Trome	08-10-16	Michelle Soifer rompe su silencio tras ruptura con Erick Sabater [FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-rompe-silencio-ruptura-erick-sabater-fotos-26091
	Perú21	08-10-16	Michelle Soifer tras ruptura con Erick Sabater: "Espero que vuelva mi felicidad"	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-ruptura-erick-sabater-espero-vuelva-mi-felicidad-230275
05	Trome	19-10-16	Michelle Soifer y Erick Sabater protagonizaron discusión en vivo [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-protagonizaron-discusion-vivo-video-fotos-27313
	Perú21	18-10-16	Michelle Soifer y Erick Sabater discutieron en vivo tras reencontrarse en programa	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-discutieron-vivo-reencontrarse-programa-231123
06	Trome	10-11-16	Michelle Soifer estalló contra sus detractores y les envió este fuerte mensaje [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-estalla-detractores-les-envio-fuerte-mensaje-video-29903
	Perú21	18-02-17	Michelle Soifer respondió así a sus detractores	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-respundio-detractores-66482
07	Trome	23-01-17	Michelle Soifer y Kevin Blow pasan noche juntos [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-kevin-blow-pasan-noche-video-fotos-37915
	Perú21	23-01-17	Michelle Soifer fue captada besando a Kevin	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-captada-besando-

			Blow y se burló del 'ampay' con meme	kevin-blow-burlo-ampay-meme-62869
08	Trome	24-01-17	Michelle Soifer: Erick Sabater le dijo que no la amaba y ella reacciona así [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-le-dijo-amaba-reacciona-38010
	Perú21	24-01-17	La compleja y absurda historia de "amor" entre Michelle Soifer y Erick Sabater	https://peru21.pe/espectaculos/compleja-absurda-historia-amor-michelle-soifer-erick-sabater-62936
09	Trome	23-02-17	Michelle Soifer: No siento nada al ver a Erick Sabater [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-siento-ver-erick-sabater-video-41146
	Perú21	22-02-17	Michelle Soifer se reencontró con su ex Erick Sabater y esto fue lo que sucedió [Video]	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-reencontro-ex-erick-sabater-esto-sucedio-video-66846
10	Trome	25-02-17	Erick Sabater a Michelle Soifer: 'devuélveme la ropa que te compré' [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/erick-sabater-michelle-soifer-devuelveme-ropa-compre-video-41386
	Perú21	28-02-17	Michelle Soifer le dijo su vida entera a Erick Sabater y lo tienes que leer	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-le-dijo-vida-entera-erick-sabater-tienes-leer-67473
11	Trome	03-02-17	Michelle Soifer: ¡Uy! Erick Sabater no se calla nada y la tilda de 'soberbia' [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-erick-sabater-tilda-soberbia-39137
	Perú21	27-02-17	Michelle Soifer: "Siento vergüenza por Erick Sabater"	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-siento-verguenza-erick-sabater-67333
12	Trome	09-05-17	'Esto es Guerra': Erick Sabater regresó y puso nerviosa a Michelle Soifer [VIDEO]	https://trome.pe/programas-tv/esto-guerra-erick-sabater-michelle-soifer-nerviosa-video-49252
	Perú21	09-05-17	Michelle Soifer se reencontró con Erick	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-reencontro-erick-

			Sabater y este le hizo una pregunta incómoda	sabater-le-hizo-pregunta-incomoda-75628
13	Trome	13-06-17	Erick Sabater le roba un beso a Michelle Soifer en romántico juego ♥♥♥ [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/programas-tv/esto-es-guerra/michelle-soifer-erick-sabater-beso-video-fotos-esto-guerra-52983?foto=5
	Perú21	13-06-17	Erick Sabater besó en la boca a Michelle Soifer y ella reaccionó así [VIDEO]	https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-beso-boca-michelle-soifer-reacciono-video-81103
14	Trome	14-06-17	'Esto es Guerra': Erick Sabater se pronunció tras beso a Michelle Soifer [VIDEO y FOTOS]	https://trome.pe/programas-tv/esto-es-guerra/erick-sabater-beso-michelle-soifer-video-fotos-esto-guerra-53110
	Perú21	14-06-17	Erick Sabater se disculpó públicamente con Michelle Soifer tras robarle un beso [VIDEO]	https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-disculpo-publicamente-michelle-soifer-robarle-beso-video-81325
15	Trome	20-06-17	Michelle Soifer: ¿Mamá ya no se lleva bien con Kevin Blow? [VIDEO]	https://trome.pe/programas-tv/esto-guerra-michelle-soifer-mama-ignora-kevin-blow-video-53675
	Perú21	15-06-17	Mamá de Michelle Soifer quiere que su hija regrese con Erick Sabater ¿Y Kevin Blow? [VIDEO]	https://peru21.pe/espectaculos/mama-michelle-soifer-quiere-hija-regrese-erick-sabater-kevin-blow-video-81474
16	Trome	22-06-17	Michelle Soifer ya quiere ser mamá y esta sería la fecha tentativa [VIDEO]	https://trome.pe/espectaculos/michelle-soifer-piensa-madre-video-53919
	Perú21	31-07-17	Erick Sabater no quiere ser el padre del hijo de Michelle Soifer	https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-quiere-padre-hijo-michelle-soifer-91934
17	Trome	11-07-17	'Esto es Guerra': Michelle Soifer 'arrochó' a Erick Sabater con esta respuesta [VIDEO]	https://trome.pe/programas-tv/esto-guerra-michelle-soifer-erick-sbater-olvida-gustos-video-55711

	Perú21	11-07-17	Michelle Soifer 'le puso el parche' a Erick Sabater con esta respuesta	https://peru21.pe/espectaculos/michelle-soifer-le-puso-parche-erick-sabater-respuesta-87301
18	Trome	21-09-17	¿Michelle Soifer embarazada? Erick Sabater dice esto que nos cae como una bomba [VIDEO]	https://trome.pe/opinion/ampay/michelle-soifer-embarazada-erick-sabater-video-62521
	Perú21	19-09-17	Erick Sabater sobre Michelle Soifer: 'Si está embarazada no es mío' [VIDEO]	https://peru21.pe/espectaculos/erick-sabater-michelle-soifer-embarazada-video-376663

Tabla 98
Consolidado Caso 01: Yahaira Plasencia

CASO 01	Yahaira Plasencia
Portal Web	Notas Analizadas
Trome.pe	28
Perú21.pe	28
TOTAL	56

Tabla 99
Consolidado Caso 02: Michelle Soifer

CASO 02	Michelle Soifer
Portal Web	Notas Analizadas
Trome.pe	18
Perú21.pe	18
TOTAL	36

Tabla 100
Consolidad general: Casos Trome y Perú21

TOTAL DE NOTAS	TOTAL COMPARATIVOS
92	46