



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

EAP. DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Elección, investigación y desarrollo de contenidos en reportajes referidos al fenómeno de la cumbia en el año 2008 para el programa Reportajes de Panamericana Televisión

INFORME PROFESIONAL

Para optar el Título de Licenciada en Comunicación Social

AUTOR

Gina Eliana Hernández Bruno

LIMA – PERÚ
2014

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	04
CAPÍTULO 1	
EL QUEHACER PROFESIONAL.....	07
1.1 Identificación.....	07
1.2 Organización.....	08
1.3 Objetivos.....	10
1.3.1 De la empresa.....	10
1.3.2 Del programa.....	10
1.3.3 Del reportero.....	10
1.4 Público objetivo.....	11
1.5 Funciones realizadas.....	11
1.6 Campo de acción.....	11
1.7 Estrategias de trabajo.....	12
1.8 Período de ejecución.....	12
CAPÍTULO 2	
SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	13
2.1 Experiencia.....	13
2.1.1 Política informativa del medio.....	14
2.1.2 Perfil del periodista.....	14
2.1.3 Elaboración de reportajes.....	15
2.1.4 Costes del periodista.....	15
2.2 Objetivos de la Sistematización.....	16
2.2.1 Objetivo general.....	16
2.2.2 Objetivos específicos.....	16
CAPÍTULO 3	
EJES TEMATICOS DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	17
3.1 El reportaje periodístico.....	17
3.1.1 Periodismo diario vs Periodismo dominical.....	21
3.1.2 El reportaje televisivo.....	24

3.2	El programa periodístico <i>Reportajes</i>	26
3.2.1	Generalidades.....	26
3.2.2	Proceso de elaboración de <i>Reportajes</i>	28
3.2.2.1	Preproducción.....	28
3.2.2.2	Producción.....	30
3.2.2.3	Posproducción.....	31
3.3	La cumbia.....	32
3.3.1	Antecedentes y concepto del género musical cumbia.....	32
3.3.2	Muerte del grupo Néctar.....	34
3.3.3	Historia de la cumbia peruana.....	38
3.3.4	Estanis Mogollón, padre de la cumbia moderna.....	43
CAPÍTULO 4		
	METODOLOGIA DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	46
4.1	Sistematización.....	46
4.2	Fuentes de información.....	47
CAPÍTULO 5		
	RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN.....	49
5.1	Nueva descripción.....	49
5.2	Contextos en que se desarrolló la experiencia.....	50
5.3	Aspectos centrales.....	51
CAPÍTULO 6		
	BALANCE.....	53
6.1	Lecciones aprendidas.....	53
6.2	Logros y avances.....	54
6.3	Problemas y soluciones pendientes.....	54
CAPÍTULO 7		
	APORTES DE LA SISTEMATIZACIÓN REALIZADA.....	56
7.1	A nivel teórico-conceptual.....	56
7.2	A nivel profesional.....	57
7.3	A nivel técnico-instrumental.....	57
7.4	A nivel social.....	58
	CONCLUSIONES.....	60
	BIBLIOGRAFÍA	62
	ANEXOS.....	65

INTRODUCCIÓN

Desde la primera vez que se tocó una nota musical de la cumbia, allá por los años 60, este ritmo se convirtió en un fenómeno social que ha pasado por varias etapas de éxito en nuestro país. La última fue en mayo de 2007 luego de la muerte de los integrantes del grupo Néctar en un accidente de tránsito en Argentina. Este acontecimiento será nuestro punto de partida para el presente trabajo de sistematización. Aquí analizaremos cómo se seleccionó y realizó varios reportajes periodísticos para el programa *Reportajes* de Panamericana Televisión durante el año 2008 y cómo la cumbia alcanzó picos de audiencia jamás antes vistos.

Nuestro trabajo está dividido en siete capítulos. La primera parte describe el quehacer del periodista dentro del canal, en este caso Panamericana Televisión, y el trabajo individual y grupal que se realizó para la elaboración de pre y posproducción de un reportaje. Incluye, además, el desarrollo del organigrama del programa, las tareas que desempeñaba cada profesional y la importancia de cada puesto de trabajo. Se marcará claramente los objetivos comunes y el público objetivo que tuvo el programa *Reportajes* el año 2008. El segundo y tercer punto estarán relacionados a la experiencia profesional del periodista: “La elaboración de reportajes para el programa dominical *Reportajes* de Panamericana Televisión en el año 2008”. Explicaremos cuál fue la política informativa del medio de comunicación y la influencia en los contenidos periodísticos. Añadiremos un pequeño resumen de cómo elaborar un reportaje; y las ventajas y desventajas que tiene un reportero al realizar este tipo de trabajo. Luego se planteará los objetivos de la presente sistematización.

El marco de referencia contiene el tema-eje de la sistematización: “Elección, investigación y desarrollo de contenidos en reportajes referidos al fenómeno de la cumbia en el año 2008 para el programa *Reportajes* de Panamericana Televisión”.

Para su mejor explicación hemos dividido nuestro tema-eje en tres partes: la primera está enfocada en desarrollar los conceptos del reportaje periodístico, sus antecedentes, las diferencias del trabajo que realiza un periodista de un noticiero con el de un programa de fin de semana. Finalmente nos centraremos en el desarrollo del reportaje televisivo.

El segundo tema trata los inicios del programa *Reportajes* contado por aquellos periodistas que fundaron el programa. Esto permitirá que desarrollemos conceptos y estructuras de cómo realizar un reportaje. Además del trabajo de preproducción, producción y posproducción, no solo del reportero sino de los demás integrantes del equipo.

La cumbia será el tercer tema. Aquí se contará detalles de la tragedia del grupo Néctar y cómo el público televidente se identificó con las historias de sus integrantes. Hay que recordar que la noticia no solo fue local, es decir para el Perú, sino que la información sobrepasó nuestras fronteras. Países como Argentina, Bolivia y Chile, donde Néctar tuvo gran acogida como grupo musical, resaltaron su trayectoria. Pero el grupo de Johnny Orozco sería solo uno de los últimos eslabones de "La Historia de la Cumbia Peruana". Es por eso que desarrollaremos los inicios del género musical desde la década de los años 60, época de su aparición, sus etapas de apogeo y sus constantes caídas a lo largo de estos años.

Un punto adicional pero no menos importante será lo relacionado al negocio de la cumbia peruana. Daremos a conocer datos y cifras de los costos que manejaba un empresario para poder realizar un concierto además de los puestos de trabajo que generaba. En el presente trabajo no podíamos pasar por alto la historia del compositor peruano Estanis Mogollón, el hombre que logró que la cumbia llegue a la internacionalización a través de sus composiciones.

La quinta parte mostrará conceptos básicos, así como los modelos de las matrices que se desarrollaron para la sistematización de la experiencia. La última parte detallará los balances, logros y conclusiones.

Con respecto a los anexos se ha incluido entrevistas a periodistas que trabajaron en el programa *Reportajes*, así como algunos textos realizados en el año 2008 en los que se apreciará los elementos y estructura que se tomó en cuenta para un reportaje. Finalmente se dará a conocer algunos ratings dominicales elaborados por la empresa Ibope Time.

La presente sistematización tiene como objetivo la obtención del Título Profesional en Comunicación Social. Este trabajo está dedicado a todos los futuros periodistas que quieren seguir la carrera en el mundo de la televisión.

CAPÍTULO 1

EL QUEHACER PROFESIONAL

1.1 Identificación

El quehacer profesional del presente trabajo se circunscribe en las labores realizadas en el programa periodístico *Reportajes* de Panamericana Televisión durante el año 2008. La actividad consistió en desempeñar el trabajo de reportera para un programa dominical cuya función era proponer, desarrollar y estructurar un tema de actualidad en un reportaje televisivo de una duración de 15 minutos.

La semana se iniciaba los martes con la reunión de todo el equipo periodístico y de producción. La idea era que el reportero planteara un tema, ya sea de actualidad periodística o inactual, debatirlo grupalmente, explicar al director del programa cómo quería enfocar el tema, cómo iba a desarrollarlo, cuál era la accesibilidad que tenía para poder contar con los testimonios de los personajes requeridos y cuál era el plan de trabajo que realizaría para llevarlo a cabo. Terminada la exposición del reportero, el director periodístico empezaba el debate grupal.

Para encontrar un tema a desarrollar existían varias opciones que tomaba en cuenta el reportero. Se recurría a la búsqueda de archivos, revistas, periódicos y básicamente contactos en instituciones públicas, ONG, municipalidades, empresas, Congreso, políticos o en otras fuentes periodísticas que pudieran proporcionar información valiosa. En ocasiones existían denuncias que tomaba más de una semana poder desarrollarlas. Siempre partiendo de la premisa que se debía tener el testimonio de las dos partes involucradas, denunciado y denunciante.

El quehacer profesional exigió al reportero crear su propia agenda periodística. Especialistas como sociólogos, historiadores, publicistas, investigadores, grupos de cumbia, ministerios, relacionistas públicos, instituciones privadas entre otros rubros. Cuando no se contaba con un contacto se solicitaba a la producción periodística los números telefónicos. Así se coordinaban las entrevistas. Sin embargo cuando se buscaban testimonios (como en el caso de familiares de los integrantes de Néctar) se tenía que ir directamente a las casas para poder coordinar con ellos.

El trabajo de campo (grabaciones y búsqueda de locaciones) duraba dos o tres días, por lo general miércoles, jueves y viernes. Luego empezaba el trabajo dentro de las instalaciones del canal de televisión. Pauteo de cintas, texto y edición. Para complementar las imágenes requeridas en el reportaje, en ocasiones, se necesitaba del archivo periodístico. La búsqueda y selección de este material también fue una tarea asignada al reportero.

La edición fue un trabajo en conjunto. Reportero y editor se quedaban hasta colocar la última toma. Se empezaba a editar un sábado por la tarde y se terminaba en la madrugada del domingo o a escasos minutos de empezar el programa. La edición duraba entre ocho y diez horas. Finalmente el quehacer profesional realizado pasó por distintas funciones. El reportero indirectamente se convirtió en director, productor y asistente de su propio reportaje.

1.2 Organización

Reportajes de Panamericana Televisión fue un programa dominical cuya propuesta periodística tenía características especiales. Sin dejar de lado la actualidad semanal con nuevos ángulos de los hechos noticiosos más resaltantes, combinaba su pauta con reportajes de interés, inactuales, novedosos e interesantes.

El equipo periodístico tuvo un organigrama ya establecido, el cual la mayoría de programas dominicales tiene estructurado.

Un director periodístico.- Se encargaba de dirigir el equipo y marcar la pauta del espacio. Definía los temas, elaboraba la pauta periodística y sacaba al aire el programa.

Un productor periodístico.- Trabajaba en coordinación con el director del programa, así como en la supervisión de los ángulos periodísticos de los reportajes.

Una productora ejecutiva.- Responsable del tema logístico y recursos del programa: viáticos, canjes, viajes.

Dos asistentes de producción (practicantes).- Colaboraron con todo el equipo en busca de archivos, transfer, etc.

Una conductora.- Presentaba los informes que realizaban los reporteros. Aunque también realizaba reportajes y eventualmente entrevistas en estudio.

Cuatro reporteros.- Investigaban temas y elaboraban los reportajes.

Cuatro camarógrafos.- Registraban las imágenes y eran los encargados de la producción en el campo.

Cuatro editores.- Realizaban las promociones del programa y las ediciones de los reportajes.

Cuatro choferes.- Transportaban al equipo y asistían en el trabajo de producción.

1.3 Objetivos

1.3.1 De la empresa

Reportajes salió por primera vez al aire en octubre de 1999 bajo la idea y dirección del periodista Eduardo Guzmán. Hasta ese momento Panamericana Televisión tenía como programa estrella el dominical *Panorama*, emitido en el horario de las 8 de la noche.

Los domingos en las mañanas eran liderados por el programa *Contrapunto* de Frecuencia Latina. Al ver este vacío y con los cambios que afrontaba el país (salíamos de una dictadura), *Reportajes* nació básicamente como una alternativa de información cuya esencia estuvo en sus reportajes basados en crónicas sociales, urbanas, personajes callejeros y notas inactuales.

1.3.2 Del programa

El objetivo del programa fue brindarle una nueva alternativa al público televidente con periodistas jóvenes y temas novedosos; y así convertirnos en el primer programa periodístico de los domingos en la mañana. En el caso de *Reportajes* (Panamericana Televisión), tuvo como competencia los programas *Reporte Semanal* (Frecuencia Latina) y *Domingo al día* (América Televisión), y cada reportaje fue evaluado minuto a minuto a través del rating. Con los resultados se determinaba qué reportaje obtenía el más alto puntaje e incluso se medía los picos más altos de audiencia en los sectores A/B, C Y D/E.

1.3.3 Del reportero

El principal objetivo como periodista del programa *Reportajes* fue que el reportaje desarrollado y producido durante la semana se convierta en el mejor no solo del grupo sino a nivel de la competencia, obteniendo el más alto rating del domingo.

1.4 Público objetivo

Según las cifras de la empresa Ibope Time, los sectores socioeconómicos C y D eran los fieles seguidores del programa, por lo tanto los temas policiales, de espectáculos y las crónicas urbanas fueron los más vistos por la audiencia. El horario era familiar de 9 a 11 de la mañana y por lo tanto el concepto de protección al menor marcaba límites en los contenidos.

El promedio general del encendido de los domingos en la mañana fue de 37 a 40 puntos y de ellos más de la mitad lo tenían los programas periodísticos, demostrando así que existía una tendencia positiva del televidente por este tipo de propuestas periodísticas.

1.5 Funciones realizadas

Mi trabajo como reportera del programa *Reportajes* de Panamericana Televisión en el año 2008 implicó la realización de un reportaje periodístico semanal cuyo objetivo era sobresalir en información, novedad y alcanzar un alto rating de audiencia. Para ello tenía que investigar, salir al campo a entrevistar, reunirme con mi camarógrafo para coordinar las locaciones, los tipos de tomas y los ángulos a grabar. Además de reuniones con mi director, productora y editor. Pautear, redactar e ingresar a la isla de edición. Mi trabajo terminaba con la entrega de mi reportaje y el vidifont (la pauta con los tiempos exactos en los que salían los entrevistados, colocar sus nombres y cargos).

1.6 Campo de acción

Los reportajes realizados eran de corte inactual y tuvieron como eje central el tema de la cumbia peruana. Los 40 Años de la Cumbia, Los Reyes de las Filmaciones, Solistas Exitosos, Cumbia Despechada, La Guerra de los Yaipén,

Los Ángeles de Charly, La vida de Estanis Mogollón son solo algunos de los títulos de los reportajes que fueron considerados dentro del primer bloque de la pauta periodística del programa.

1.7 Estrategias de trabajo

Para lograr la realización de un reportaje sobre cumbia y sobre todo para obtener a mis entrevistados tenía que contar con una base de datos de personajes ligados a este género musical. Tener una lista de los números telefónicos de las radios, locutores, locales de fiestas, imprentas, publicistas, etc. fue fundamental para poder contar con testimonios. Hay que recordar que el año 2008 existió un programa musical de cumbia conducido por Jeanet Barboza que salía todos los sábados a través de Panamericana Televisión. Una de las estrategias fue que el periodista esperara a que el grupo de cumbia terminara su participación para ir en busca del director o empresario a fin de lograr los primeros acercamientos del contacto.

1.8 Periodo de ejecución

El programa dominical *Reportajes* de Panamericana Televisión se creó en octubre del año 1999, pero en 2003 ingresé a formar parte del staff de reporteros. Una experiencia que duró seis años.

CAPÍTULO 2

SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

2.1 Experiencia

La experiencia abarcó fundamentalmente el desarrollo de notas para el programa dominical *Reportajes* de Panamericana Televisión durante el año 2008. Un trabajo de casi cinco días a la semana con un equipo de profesionales (periodistas, camarógrafos, editores) dedicados al cien por ciento.

Diferenciar la cobertura de una noticia diaria y la realización de un reportaje hizo que la experiencia fuera muy gratificante porque permitió que la suscrita se desarrollara plenamente como productora del propio reportaje, esto significa que se estableció, en el trabajo de investigación, el contacto con muchas personalidades y realidades del país. Exigió además un conocimiento y manejo sobre imágenes, planos, audio, etcétera.

Permitió además que aprendiera a planificar y trabajar en función a imágenes y audio. Todo esto con la finalidad de lograr un trabajo de pre y posproducción del reportaje en un tiempo récord.

El año 2008 se vivió todo el boom de la cumbia peruana. Las historias de los grupos más famosos, el negocio que movía este ritmo, las mafias, nuevos grupos, todos los ángulos eran desarrollados porque simplemente este género musical vivía un nuevo auge. Pero esto fue consecuencia de la muerte de los miembros del grupo Néctar unos meses antes.

2.1.1 Política informativa del medio

En el año 2003 Panamericana Televisión sufrió un cambio de administración judicial: pasó de manos de la familia de Ernesto Schütz a la de Genaro Delgado Parker. Una noticia por muchos conocida. Como toda empresa televisiva, tenía una política informativa no solo respetando las pautas de protección al menor de edad sino una línea editorial. En el caso de *Reportajes* debo resaltar que no tuvo censura alguna por parte de la empresa; no se vetaron temas ni reportajes.

Esto fue posible básicamente porque el corte periodístico del programa no fue político. Nunca se asignó notas a favor de ningún candidato, político o gobierno de turno. Las famosas “mermeladas” o publlirreportajes que se realizaron fueron por canjes publicitarios a favor de la empresa. Ejemplo: si Panamericana Televisión tenía canje con una peluquería se especificaba en el contrato que se otorgaba el servicio a un número determinado de periodistas a cambio no solo de tandas publicitarias al momento de la emisión del programa, sino que se ofrecía la realización de un reportaje a la empresa.

2.1.2 Perfil del periodista

Fue capaz de convertirse en director y productor de su propio reportaje. Por ejemplo saber escoger la imagen correcta, el ambiental, el bite, la música que acompañe el arranque del reportaje periodístico, todos estos detalles importantes eran dirigidos por el reportero.

Su misión fue que el reportaje fuera impecable al momento de salir al aire. Además no estaba especializado en un solo tema. Era capaz de trabajar bajo presión y contra el tiempo. Investigador nato y observador de su entorno, lo que le proporcionaba exclusividad. Marcar la diferencia, buscar el ángulo distinto a los demás.

2.1.3 Elaboración de los reportajes

Trabajo en el campo, buenas entrevistas, un buen texto y una edición limpia hacían que un reportaje fuera de calidad. Salir a grabar con una idea ya elaborada era lo mejor. Pensar en imágenes y manejar una buena entrevista permitía al reportero conseguir el bite (declaración del entrevistado) requerido o que impactara en el reportaje. Esto ayudaba mucho pues complementaba lo que escribiría el reportero.

Entonces para lograr un buen reportaje el reportero tenía que saber contar una historia, hacerla impactante, interesante, que no aburriera al televidente. Una habilidad —dicen algunos— que se aprende con el tiempo. Se podía emplear frases cortas, directas o simplemente generar buenas declaraciones del entrevistado; para eso tiene que existir cierta complicidad con tu mano derecha, en este caso el camarógrafo. En ocasiones los mejores bites y ambientales salen cuando el entrevistado entra en confianza con la cámara y le pierde el temor. Más que escribir con frases hechas, fueron esas tomas las que te ayudaron a armar una buena historia. Las imágenes y el texto van de la mano además con un buen editor.

2.1.4 Costes del periodista

Trabajar para un programa dominical tuvo sus desventajas. La pasión del periodista fue tal que la familia quedó relegada a un segundo plano. Aquí no existía cumpleaños, ni Navidad, ni fechas especiales. El trabajo se realizaba como cualquier día de la semana.

Cada reportero tuvo asignado un casillero donde colocaba zapatillas, casacas y útiles de aseo provisionales, pues existían emergencias periodísticas que no te permitían ni siquiera ir a casa a recoger ropa. Por ejemplo el terremoto de Ica. Se cogió lo que se tenía reservado.

2.2 Objetivos de la sistematización

2.2.1 Objetivo general:

Describir y evaluar las rutinas de trabajo periodístico para la elaboración del reportaje sobre el fenómeno de la cumbia en el programa dominical *Reportajes* de Panamericana Televisión durante el año 2008.

2.2.2 Objetivos específicos:

- Identificar las rutinas laborales del reportero del programa dominical.
- Analizar los criterios periodísticos tomados en cuenta para la elección de un enfoque para la realización de un reportaje.
- Describir el proceso de elaboración de reportaje para un programa dominical.
- Precisar los obstáculos y limitaciones encontrados durante la experiencia.
- Sugerir lineamientos para la reformulación del perfil de un reportero de TV.

CAPÍTULO 3

EJES TEMÁTICOS DE LA SISTEMATIZACIÓN

3.1 El reportaje periodístico

“Tu reportaje es tu sello personal es tu carta de presentación ante millones de televidentes”. Recuerdo estas palabras de uno de mis ex jefes. Muchos autores señalan que el reportaje es el género informativo más completo que tiene el periodismo, pues abarca otros como la entrevista, la crónica, el ensayo y por supuesto la noticia. Algunos periodistas prefieren añadir que tiene que existir una fuerza inspiradora, eso que llamamos olfato periodístico, para desarrollar un buen reportaje.

“Es aceptado, por ejemplo, que el reportaje requiere de una mayor preparación y documentación para su elaboración y que tiene como eje, casi siempre, un hecho noticioso. Se asegura que el reportaje ‘robó’ de la crónica su peculiar estilo narrativo y lo adaptó al relato de noticias” (Saad y De la Hoz, 2001, p.1).

Lo cierto es que para entenderlo mejor debemos conocer ciertos conceptos y pautas. “El reportaje es una ampliación de la noticia en que se basa. Consiste en un relato informativo extenso en el que se trata de profundizar en un hecho ya conocido del que se aportan nuevos datos y perspectivas” (Noticia y Reportaje, 2009, p. 56).

Y ¿cómo ampliamos una noticia? Para realizar un reportaje es inevitable investigar. Es parte de su esencia natural. El periodista indaga, es un cazador de la información, él ve lo que otra persona no ve. En muchas ocasiones se nos cataloga de chismosos, de husmeadores, pero son esos detalles que marcan la

diferencia.

“La investigación es la búsqueda de la información con base en cierto método. En ella el periodista entra en contacto sistemático con las fuentes de los datos, conceptos, ideas o descripciones que debe recopilar para fundamentar su enfoque”. (Ulibarri, 1994, p. 53).

La recolección de datos ya es investigación y la información que obtengamos de ella será la base medular de nuestro reportaje. Por ejemplo si requerimos hacer una entrevista, es parte de nuestro trabajo saber más sobre el entrevistado o sobre el tema que se va a tocar, se debe revisar artículos, Internet o revistas; el periodista acá ya está investigando, proporcionándose información.

Por eso una de las características del reportaje es que exige un trabajo previo de documentación. El periodista ha de investigar, inquirir, acudir al lugar de los hechos, recopilar testimonios, citas, fechas, datos, nombres, cifras, anécdotas, diálogos, descripciones, sensaciones, etc. con el fin de reconstruir el ambiente general de la forma más fiel posible.

“Para elaborar un reportaje se requieren tres reglas: la primera es investigar acerca del hecho o del personaje; la segunda, establecer de acuerdo con el material, qué técnica se debe emplear; y la tercera, cuál va a ser el proceso de redacción, es decir el estilo a adoptar para comunicar interés”. (Ávila, 1995, p. 72).

El reportaje debe estar basado en un tema actual, preferiblemente de algún hecho noticioso; debe presentar a la noticia desde el ángulo de sus últimas causas, se basa en la investigación, se apoya en las entrevistas, es el género más completo del estilo informativo.

¿Pero existe alguna técnica de cómo llevar a cabo una investigación para elaborar un reportaje? Cada reportero tiene su propia técnica: algunos prefieren revisar

reportajes pasados con temas similares para conocer qué ángulos se han abordado e incluso realizan pre entrevistas con especialistas que le dan una visión más amplia del problema y con todos estos conocimientos recién entran al campo de la investigación. Otros periodistas acopian información sobre el tema a desarrollar y lo seleccionan en cuadros sinópticos para poder resumirlos.

“Este es un trabajo más creativo, tenía de las dos cosas, de investigación y creativo. Ahora tienes la ayuda de la unidad de investigación, antes no existía eso, antes tú solito eras, no había Internet, ibas a la biblioteca, no había celular, te quedabas en la oficina hasta que te contesten el teléfono, era más complicado”.¹

Existe un trabajo realizado por las mexicanas Rosalinda Gámez Gastélum y Ana Imelda Coronel Cabanillas llamado *Periodismo de investigación: Una mirada desde la realidad*, donde resaltan un concepto muy interesante sobre periodismo de investigación y para ello han citado a la organización estadounidense IRE (Investigative Reporters and Editors), fundada en 1975, que tiene su sede en la Universidad de Missouri y que agrupa a más de 3,000 periodistas.

“El periodismo de investigación es el reportaje, conseguido mediante el trabajo de un reportero y por su propia iniciativa, de asuntos de importancia que algunas personas u organizaciones desean mantener en secreto. Los tres elementos fundamentales son: que la investigación sea el trabajo de un reportero, no un informe o una investigación elaborados por otra persona; que el tema del reportaje sea de suficiente importancia e interés para el lector o el espectador; y el hecho de que otros tengan la intención de ocultar al público la información que se busca” (Gámez y Coronel, 2009, p. 10).

Además detallan las siguientes características del periodismo de investigación:

¹ Anexos. Entrevista a Juan Subauste. Productor periodístico del noticiero *90 Segundos de Frecuencia Latina*.

La denuncia.- Se trata de revelar un problema que aqueja a la comunidad. Explicar hechos ocultos que han propiciado la existencia de los acontecimientos y sacarlos a la luz pública con el fin de que en el futuro no se repitan.

La iniciativa propia.- Frecuentemente las investigaciones periodísticas rigurosas no parten exclusivamente de la práctica diaria en la sala de redacción, sino de la intuición del periodista que, por iniciativa propia, busca, como resultado de la observación reiterada, de la infiltración, de los datos de informantes claves, pistas para un tema revelador.

“Investigación no solo está referido a la corrupción o política, investigación es encontrar la razón el por qué de las cosas. Puede haber en espectáculos, en actualidad social, política. Investigación es hallar las razones del por qué de cualquier cosa. Todo suceso llega a hacer noticia porque hay algo nuevo detrás que uno lo evidencia. Los sucesos son hechos son situaciones que se viven, al registrarlas uno las vuelve noticia. Cuando un reportero dice mira esta es la noticia que encontré en la calle, no está bien. No encontraste noticia encontraste un suceso, un hecho que lo conviertes en noticia.”²

El “desprecio” por la fuente oficial.- Por considerarla demagógica o reticente, el periodismo de investigación subestima la utilización de esta fuente como referencia prioritaria en la construcción de una información periodística; esta se constituye en otra fuente más, pero no la única ni la más importante.

Explicativo.- En este tipo de práctica informativa, no se busca solo la descripción exacta del hecho (qué, quién, cómo) sino el porqué esencial. Es decir, se trata de

² Anexos. Entrevista a Eduardo Guzmán, ex Director de *Reportajes* y actual Gerente de Informaciones de Frecuencia Latina.

establecer la conexión entre la coyuntura del momento inmediato y la situación estructural que caracteriza las mediaciones de tipo histórico del hecho.

3.1.1 Periodismos diario VS. Periodismo dominical

Ocho de la mañana. El reportero llega al canal o periódico y lo primero que recibe es una comisión del jefe de informaciones. Por ejemplo, hay un homicidio en Surco. Entonces sale de inmediato a cubrir el suceso junto con su equipo (camarógrafo y asistente-chofer). Hay que recordar que “un hecho o suceso solo es noticia cuando tiene cobertura y conocimiento periodísticos (...) por lo tanto la noticia es el resultado de la cobertura periodística de un suceso” (Estremadoyro, 2004, p. 35).

El **periodismo diario**, aquel que cumplen los reporteros de los noticieros de los canales de televisión, radio, prensa escrita y online, se basa en el recojo de la información en un determinado lugar, es decir tienen una comisión asignada. Aquí el reportero utiliza ciertas técnicas en el lugar de los hechos, busca testimonios, fotografías, videos caseros y complementa con una versión oficial que puede ser policial, fiscal o judicial, todo esto junto a su camarógrafo. Hay que recordar que solo tendremos un par de minutos en nuestro noticiario para contar e incluir testimonios del suceso. Se realiza un texto breve y denso, pues aporta mucha información con las palabras precisas.

“La noticia es el registro de sucesos recientes. Requiere claridad, abundancia de datos y múltiples fuentes de información para ser manejados en breve tiempo. Es un hecho verdadero, inédito, actual, de interés general, elementos fundamentales de toda noticia” (Ávila, 1995, p. 42,43).

Ahora, en el campo de trabajo dependerá del olfato periodístico del reportero si una noticia realmente es relevante o no. Por ejemplo, si hay un accidente de tránsito y al llegar al lugar encontramos que solo hay heridos leves, pues la noticia

no tendrá interés, salvo que uno de los heridos sea un personaje público. “Tener sentido de la noticia es la capacidad de diferenciar lo interesante de lo que no lo es; es distinguir rápidamente los hechos, los detalles, las declaraciones que más impactarán a los televidentes” (Estremadoyro, 2004, p. 91).

Todo lo contrario sucede con un trabajo periodístico para un **programa de fin de semana o dominical**. Una de las primeras diferencias es que no se cuenta con un jefe de informaciones que te designa qué suceso cubrir, sino que quien designa el trabajo a realizar es el director periodístico del programa, previa reunión con el reportero, quien le propone qué temas se podría tratar. Concebida la idea, el reportero de un dominical contacta a sus entrevistados y desarrolla toda la temática a ejecutar. Incluso existe una discusión grupal para dar mayores luces de cómo trabajar el reportaje.

Otro detalle es que el periodista elabora un plan de trabajo dado que el tiempo en el campo de acción es mucho más amplio. El reportero junto a su camarógrafo se toma de dos a tres días para realizar todas las grabaciones, pues tiene que consignar desde sus locaciones en exteriores o interiores. El punto que también diferencia a un programa dominical del periodismo diario es la participación del reportero dentro del reportaje. Aquí existe más libertad para interactuar con los entrevistados.

“El reportero no desaparece, como en la nota informativa convencional que cubre el espectro qué-quién-dónde-cuándo-cómo-y por qué, sino todo lo contrario, se involucra como protagonista en la historia que reporta y redacta, sin desdeñar ninguno de los recursos, diálogos, descripciones, monólogo interior, reflexiones ensayísticas, caracterizaciones de los reportajes, punto de vista narrativo, manejo del tiempo de que dispone un novelista en su arsenal literario” (Gámez y Coronel, 2009, p. 5).

Ahora, dentro de la labor para un dominical existe la presencia del trabajo de investigación. Algunos especialistas lo catalogan como el perro guardián de la sociedad, lo llaman el 'watch dog'. El periodista destapa lo que algunos quieren ocultar.

“La tarea de ‘perro guardián’ que el sistema democrático le asigna a la prensa se ve potenciada cuando hablamos de periodismo de investigación. Consideramos que ninguna otra forma de periodismo cumple esta misión con más idoneidad. El periodismo de investigación agrega información. Si los medios de comunicación de masas construyen la realidad social e inciden en lo que la opinión pública conoce, el periodismo de investigación colabora en esa tarea aportando nuevos temas para la agenda mediática y ampliando el espectro de los acontecimientos noticiosos” (Klein, 2001).

Al hablar de periodismo de investigación estamos haciendo alusión a aquel periodismo que va más allá del simple hecho noticioso, el que trasciende de la simple investigación de la nota del día, que está presionada por la hora del cierre de edición. En estos aspectos (tiempo y profundidad) precisamente radica la diferencia entre el periodismo informativo o noticioso y el investigativo.

“Una investigación periodística presupone determinar el objetivo a investigar y determinar también el campo de acción en el cual se va a trabajar. Luego el especialista establecerá una relación inicial con sus fuentes y realizará un análisis aproximativo de las mismas. También determinará en qué nivel de información se encuentran sus fuentes, es decir, si son públicas, privadas o reservadas. Finalmente efectuará un análisis de contenido de su información del contexto en que se mueve y de la veracidad de lo que ha llegado a sus manos” (Rodríguez, 1994, p. 70).

3.1.2 El reportaje televisivo

Un principio básico de la televisión es “muéstrelo, no lo diga”. El reportaje televisivo es fundamentalmente un relato de acción, un cuento emocionante, una historia intrigante cuya condición es basarse en la realidad. Aquí el periodista tiene que abrir su mente y pensar en imágenes. El lenguaje de la televisión es la imagen, así que el reportero no solo buscará llenarse de datos e información sino que tendrá que mostrar esa información con imágenes. Su creatividad y poder de convencimiento son puestos a prueba.

“El reportaje televisivo es una manifestación informativa que juega con la actualidad determinada y latente y no con la actualidad inmediata propia de la información noticiosa (...) mediante una investigación prolija intenta hacer revelaciones o denuncias que muchas veces tienen un gran impacto en la opinión pública”. (Estremadoyro, 2004, p. 199).

Posee ciertas características que permiten al profesional contar a fondo una historia, desarrollarla al completo en todos sus aspectos o hechos. Define a todos los protagonistas o participantes, permite el uso de todos los recursos periodísticos y requiere el perfecto conocimiento y fusión del lenguaje escrito y audiovisual, es decir contar o relatar un tema para que un público pueda comprenderlo, asimilarlo e interpretarlo.

Una publicación en el portal de noticias español *Mundo.es* del periodista Ángel Fernández titulaba un artículo así: “Reportaje en televisión: entre la noticia y el show”. Aquí, luego de un análisis, afirma contundentemente que el género del reportaje en televisión pasa por un momento de mestizaje, de hibridación de formatos.

Y esto se traduce en momentos de confusión para la audiencia porque existe la tendencia dominante en los canales de televisión a espectacularizar toda la

programación, dejando a un lado la voluntad de reflejar la realidad destacando lo llamativo, la rareza, lo insólito. Estas últimas características bien podrían describir aquellos reportajes denominados inactuales o de personajes. Algunos tipos de reportajes son:

Reportajes de actualidad. Son básicamente la ampliación, profundización y explicación de las noticias. Aquí se emplean entrevistas, testimonios, videos familiares o gráficos. Ej.: el accidente del grupo Néctar.

“En dominicales tienes que marcar la diferencia. Yo trataba de hacer temas que nadie hacía y si era un tema que iban a tocarlo todos también tenías que marcar la diferencia y eso te lo da tu intuición. En el tema de Néctar estábamos todos los periodistas parados en la morgue de Argentina sin ninguna novedad, salía Deyvis Orozco y no decía nada, entonces me dije: acá estoy perdiendo tiempo, lo dejé al camarógrafo y no sé como hice y acabé en un barrio donde había peruanos que estuvieron en la última fiesta de Néctar antes del accidente. Dije ¿quién grabó el video? Había un tipo, compré el video y lo borré y esa noche promocionaron en el canal “imágenes exclusivas del último concierto de Néctar”, y esas cosas marcan la diferencia, buscar el otro ángulo porque sino ibas a contar la misma crónica que todos iban a contar”.³

Reportajes de entrevistas. Se caracterizan por tener un solo entrevistado. Gira en torno a la vida del personaje. Aquí el reportero puede interactuar con el personaje. Ej: la historia de Django.

Reportaje de calle. Aquí el reportero se vuelve parte del reportaje. Recupera la esencia de la aventura. Este tipo de reportaje se puede ejemplificar claramente

³ Anexos. Entrevista a Juan Subauste. Ex reportero de *Contrapunto*, *Reporte Semanal* y actual productor periodístico del noticiero *90 Segundos*.

con el trabajo de la periodista Andrea Llosa cuando ingresó al mundo de los Barracones del Callao.

"Las cadenas buscan un tipo nuevo de público, más joven; por ello recurren a reportajes con una realización más ágil y de aspecto visual más transgresor". Añade, además, que los temas son más livianos y que "las cadenas buscan la rentabilidad por medio del talento" (Fernández, 27 oct. 2009).

Este tipo de reportajes fue de los favoritos del público televidente los domingos en la mañana.

Reportaje de archivo. Uno de los canales con un rico archivo periodístico es Panamericana Televisión. Cuando se necesitaba hacer un reportaje sobre los mejores hits de cumbia de los 90, se recurría al archivo fílmico. Pero no siempre en estos reportajes se utiliza material fílmico antiguo, también actual. Se recopila las imágenes sobre un tema y solo se realiza un texto. Estos reportajes también son llamados de laboratorio.

Reportajes de investigación. Aquellos que presentan denuncias, destapes. Basados en documentación fehaciente y testimonios. Los programas *Cuarto poder*, *Punto final*, *Panorama*, son los que se especializan en este campo.

3.2 El programa periodístico *REPORTAJES*

3.2.1 Generalidades

El dominical *Reportajes* de Panamericana Televisión nació en octubre del año 1999. Tuvo como primer director al periodista Eduardo Guzmán (actualmente Gerente de Prensa de Frecuencia Latina) y nació básicamente como una

alternativa para los domingos en la mañana. Hasta ese momento el programa líder en el horario era *Contrapunto* de Canal 2.

“Empezó en el año 1999, en octubre. Se inicio como un programa que reciclaba los reportajes de *Panorama*. En realidad más que decisión mía fue una decisión de la programación del canal en esa época (Panamericana Televisión). Necesitaban armar programación de domingo en la mañana. No había recursos entonces ¿qué podíamos hacer? Presentar reportajes, no de la semana pasada sino una antología de reportajes de *Panorama* puestos en la mañana. Entonces por ahí le íbamos poniendo un reportaje nuevo, dos reportajes nuevos, hasta que al final todos fueron nuevos.”⁴

“Nació como el hermanito menor de *Panorama*, donde se emitían informes inactuales, sociales y de personajes. La primera conductora fue Pamela Vértiz, quien en esa época era reportera de *Panorama*. Los primeros programas de *Reportajes* fueron grabados debido a que contenía informes reciclados, es decir se repetían los ya emitidos de *Panorama*. En aquella época, el programa líder de los domingos en la mañana era *Contrapunto* que se transmitía por Canal 2, sin embargo a pesar de que *Reportajes* empezó a transmitirse con notas recicladas y grabado empezó a ganar en el rating a *Contrapunto*, por esa razón un año después se contrata dos reporteros para realizar informes propios para el programa. Así nace *Reportajes*”.⁵

Visión. Convertirse en el programa periodístico líder de los domingos en las mañanas.

⁴ Anexos. Entrevista a Eduardo Guzmán, ex Director de *Reportajes* y actual Gerente de Informaciones de Frecuencia Latina

⁵ Anexos. Entrevista a Tito Alvitez, ex reportero de *Reportajes* y actual director de *90 Segundos Edición Dominical*

Misión. *Reportajes* fue un programa periodístico que producía reportajes basados en la actualidad, crónicas urbanas y de interés humano con periodistas que combinaban la experiencia y la juventud, con el objetivo de informar de manera distinta, dando a conocer el otro ángulo de la historia.

3.2.2 Proceso de elaboración de los reportajes

Como todo buen trabajo, la elaboración de un reportaje requiere de la elaboración de un plan, una investigación previa, el contacto con fuentes y un guión a seguir. Un trabajo ordenado para conseguir un buen reportaje que asombre, impacte e informe sacándole el jugo.

“Cualquiera que sea la estructura que se va a trabajar, lo importante es recordar siempre la doble articulación, el eje objetivo y subjetivo. La argumentación del reportero y el relato a través de testimonios de los entrevistados. Si bien el reportaje tiene la misión de interpretar objetivamente la realidad, esa interpretación está atravesada por la espectacularización de la televisión como las reconstrucciones, simulaciones, musicalización, etc.” (Gutiérrez, 2003, p. 95).

3.2.2.1 Preproducción

Generación de ideas e investigación. La concepción o idea del reportaje es la parte denominada preproducción, es decir antes de ir al campo de acción. El reportero por lo general en sus días de descanso (domingo y lunes) recurría a la búsqueda de archivos, revistas, periódicos (temas de actualidad) y contactos en instituciones, ONG, municipalidades, empresas u otras fuentes periodísticas que pudieran proporcionar información valiosa para plantear un tema a desarrollar. Esto no quería decir que solo esos días el reportero se dedicaba a la investigación y búsqueda de temas, sino que conforme avanzaba la semana las fuentes

periodísticas brindaban información tan valiosa que el director optaba por cambiar la pauta faltando dos días para el programa.

“Los reportajes son fruto de una cuidadosa investigación. En esa misión, el periodista debe bucear en muchos lugares, hablar con personas, enterarse de cosas que han podido ser ocultadas. Debe recolectar el mayor número posible de datos para, con esa herramienta y una vez seleccionada, dar forma a la información. Si la información conseguida es confidencial, la exclusiva de la misma otorgará al reportaje gran clase, superior si cuenta con un material gráfico de calidad” (Fernández, 1994, p. 33).

Si bien la investigación periodística está relacionada a la política, denuncias o destapes de corrupción, los llamados reportajes de calle y de personaje también necesitan que el periodista investigue datos previamente. Por ejemplo en los reportajes de cumbia, la investigación se basó en la búsqueda de los protagonistas, tarea que no fue fácil pues lograr ubicarlos 40 años después fue realmente un arduo trabajo. Dueños de disqueras ya desaparecidas, coleccionistas, etc. eran el trabajo previo de investigación.

“A pesar de que se relaciona los temas políticos con investigación, ¿existía también investigación para los denominados temas frescos? Sí, pero era diferente a investigar temas políticos. Por ejemplo si vas a entrar a un callejón donde normalmente no ingresa la gente o si tú no eres de ese sitio tenías que contactarte con alguien a quien le dicen el ‘men’ o el ‘bravo’ o tal vez quien pueda hacer el contacto porque a veces la gente que vive en esos lugares es bien reacia a dejarte entrar. Entonces se tenía que hablar que el reportaje era en buena onda y podrías grabar con normalidad”.⁶

El primer paso, **la presentación de la idea**. El reportero tenía que llegar a las reuniones semanales con una idea de cómo desarrollar el reportaje, a quiénes

⁶ Anexos. Entrevista a Alonso Vega, camarógrafo del programa *Reporte Semanal* de Frecuencia Latina.

entrevistar, qué datos aportar y siempre trabajar pensando en imágenes. El director periodístico escogía los mejores temas y asignaba a cada reportero el desarrollo de uno de ellos.

“En *Reportajes* querían temas pintorescos y yo feliz. Conoces distintas realidades, no siempre haces lo mismo, una semana puedes estar informando sobre el callejón más bravo y en otro reportaje contar el drama de un niño en Piura o hacer una nota en la frontera de México con Estados Unidos sobre la polémica muralla. Vives con una realidad súper chocante y aprendes un montón” (Redacciononline, 31 octubre 2006).

Antes de las grabaciones el equipo asignado a la comisión, el reportero, camarógrafo y editor, se reunían para ultimar detalles y enfocar ideas visualmente. Aquí se planteaba la pregunta: ¿qué imágenes elaborar y qué preguntas realizar al entrevistado para lograr una declaración interesante que logre captar la atención del televidente con el reportaje?

Con el camarógrafo se detalló las posibles locaciones a utilizar para llevar al personaje, si se requería primeros planos o planos generales. Mientras que las preguntas para el entrevistado se preparaban con el director del programa, más aún si los temas eran políticos. Las conversaciones entre el camarógrafo y el editor aportaban calidad a la secuencia de imágenes que se iba a grabar.

3.2.2.2 Producción

Inicio de la grabación. La segunda parte del trabajo fue la producción. El reportero en la calle se convirtió en el jefe del equipo; sin embargo, a pesar de ello, en la producción de imágenes fue el camarógrafo quien empleó su creatividad, aunque esto no quería decir que el reportero no podía sugerir qué tomas realizar. Algunos reportajes necesitaban de imágenes de apoyo, es decir

recreaciones, por ejemplo, de un asalto, robo o asesinato. Esto también fue realizado por el equipo de producción y el reportero era el encargado de dirigirlo. El trabajo de campo por lo general duraba de dos a tres días.

Visualización del material. Lo que continuó en el trabajo fue el pauteo de cintas grabadas. Aquí el reportero seleccionaba no solo las declaraciones de los personajes o entrevistados y los bites (el tiempo de inicio y fin de las frases o palabras de los entrevistados) que quería destacar en el reportaje sino también las imágenes.

Esta etapa permitió que el trabajo del editor fuera más eficaz y mucho más rápido al momento de buscar una imagen. Por lo general el pauteo de cintas duraba casi un día tomando en cuenta la cantidad de cintas utilizadas; en una semana un equipo podía grabar hasta 5 o 6 cintas DVCAM de 30 minutos cada una. A este tiempo se sumó la disponibilidad de los visionadores libres.

Para complementar las imágenes necesarias para el reportaje, en ocasiones un informe tenía un background, necesitaba del archivo periodístico. La búsqueda y selección de este material también fue tarea del reportero. Terminado el pauteo de cintas y del archivo, el periodista empezaba la redacción. Esta no tenía que ser lineal pues, a diferencia de los noticieros, en los reportajes de fin de semana se contaban historias más extensas y con más detalles.

3.2.2.3 Posproducción

Edición. Con el texto aprobado por el director, se entraba a edición. El reportero se quedaba con el editor hasta que terminara de poner la última toma, un trabajo que por lo general duraba una hora por casi dos minutos de edición, es decir si el informe tenía pauteado 15 minutos, el trabajo se prolongaba entre 8 y 10 horas para que el reportaje quedara listo. En ocasiones, se terminaba de editar en la

madrugada del domingo o a escasos minutos de empezar el programa.

3.3 La cumbia

3.3.1 Antecedentes y concepto del género musical cumbia

La Real Academia de la Lengua define cumbia como una danza popular de Colombia y Panamá, una de cuyas figuras se caracteriza por llevar los danzantes una vela encendida en la mano. Sin embargo, luego de revisar varias páginas web donde desarrollan los orígenes de la cumbia, existe una que puede mejorar esa definición. María del Pilar Jiménez Gonzales, una investigadora de los orígenes de la música colombiana, trabajó un blog titulado *Cumbia, bella música colombiana y del mundo*, y sus textos han sido utilizados como referencia cuando se trata de llegar a las raíces de este ritmo.

Cumbia: Derivada del vocablo africano "cumbé", que significa jolgorio o fiesta. La cumbia es un ritmo colombiano por excelencia, cuyo origen parece remontarse alrededor del siglo XVIII, en la costa atlántica de este país, y es el resultado del largo proceso de fusión de tres elementos etnoculturales como son los indígenas, los blancos y los africanos, de los que adopta las gaitas, las maracas y los tambores.

“Su lejano origen se entreteje en la historia latinoamericana cuando una vez agotadas las fuerzas indígenas para los trabajos de explotación de las minas y otras rudas labores, los españoles resuelven importar negros. De la mezcla de esos tambores africanos y la romanza española, nace la cumbia. En definitiva, este ritmo creado en el Caribe colombiano logra su verdadera difusión en Barranquilla, ciudad porteña situada en la desembocadura del río Magdalena, donde cada año se lleva a cabo el célebre carnaval que con diferentes bailes, rinde homenaje a la cumbia” (Jiménez, 2009, p. 1).

Evolución: A partir de los años treinta, la difusión de este género lo obliga a transformarse para lograr penetrar en la estética musical de las clases acomodadas y medio altas de la sociedad urbana colombiana, y también en algunos sectores de la sociedad rural que consideraban este ritmo indigno e insignificante.

“La cumbia, una danza de hombres y mujeres, otro de los símbolos regionales de cultura negra que han sido adoptados como emblemas de nacionalidad, empezó a configurarse en el ámbito de la esclavitud en Cartagena de Indias para las fiestas religiosas españolas de la Candelaria. Producir la voz cumbia se relaciona con el vocablo **cumbancha** cuya raíz **kumba** proviene del occidente africano: es gentilicio mandinga, también el país del Congo y su rey se llamó rey de Cumba. Cumba entre los congos significa además gritería, escándalo, regocijo y **nkumbi** es un tambor. Desde luego que la controversia en torno a la configuración de la cumbia no ha faltado” (Friedemann, 1993, p. 94).

De la cumbia que en su forma auténtica era exclusivamente instrumental, y fue interpretada por muchos grupos gaiteros a través de la costa del Caribe colombiano, se pasó a la cumbia con letras, evolucionando al punto de incluir acordeón y más tarde instrumentos electrónicos y orquestación completa. La cumbia orquestada, es decir, la cumbia moderna, adquirió un ritmo encantador que se comenzó a escuchar en clubes, fiestas y millones de hogares.

Para las clases populares fervientes de la cumbia, este hecho significó una toma de conciencia sobre el hecho de que su música sí pudo ser legitimada, digna de ser tomada en cuenta como una forma de arte, sin ningún complejo de inferioridad respecto de otras expresiones musicales.

3.3.2 Muerte del Grupo Néctar

El año 2007, uno de los grupos más reconocidos en el mundo de la cumbia sufrió un fatal accidente de tránsito en Argentina. Luego de realizar una gira exitosa de conciertos en el país gaucho todos sus integrantes murieron carbonizados. Desde ese momento el grupo Néctar se convirtió en leyenda y revivió uno de los ritmos más pegajosos de las últimas décadas, un ritmo que ingreso a la capital con la migración interna de la década de los sesenta, LA CUMBIA.

“La noticia en este tipo de historias debe ofrecer al lector una posición no de puro espectador sino de afiliación envolvente. Al contrario que las historias sobre personas especialmente destacables, los reportajes sobre víctimas no son noticias ligeras que aparecen al final del boletín informativo, están colocadas más bien al inicio. Una de las operaciones básicas de estructuración en las historias sobre víctimas es un cambio constante desde las posiciones de indiferencia hacia posiciones de implicancia, desde el distanciamiento hacia lo sentimental. Se reconoce el lugar que ocupa la víctima y, al mismo tiempo, nos ponemos en su lugar debido a que pertenece a nuestro mismo nivel” (Langer, 2000, p. 116).

Esto fue lo que ocurrió básicamente con la muerte de los integrantes del grupo Néctar. El 13 de mayo de 2007 la camioneta en que viajaba la agrupación impactó con dos autos provocando que el vehículo explotara. Nadie sobrevivió. Los medios de comunicación, en especial los programas dominicales, enviaron a sus periodistas a cubrir la noticia a Argentina. Tenían la misión de realizar informes especiales, reportajes de fin de semana.

La tragedia del grupo Néctar se convirtió en el principal tema de los programas dominicales. Una agrupación que si bien tenía, en ese momento, seguidores, no era una de las orquestas de cumbia que llenaba locales o estadios.

“Me acuerdo que el accidente fue un Día de la Madre, un domingo 13 de mayo y el lunes en la mañana yo estaba en Argentina. Nos enteramos que estos señores saliendo del boliche El Mágico Boliviano se habían estrellado. Fue una muerte bien rara porque el auto se despista, vuela por el aire y explota. En un momento se especuló que el auto llevaba una granada, porque se conocía desde hace tiempo que en Argentina existía una mafia que movía el negocio de las bailantas. En la década de los 80 llegó la cumbia a Argentina con un empresario peruano conocido como el ‘Cholo’ Olaya —que ahora vive en Chile porque está pedido en Argentina por asesinar al cantante del grupo Karicia— con esta información corrió el rumor de que la mafia de la cumbia en Argentina había matado a Néctar pero las investigaciones arrojaron que fue un accidente”.⁷

Sin embargo a raíz de la tragedia la agrupación se convirtió en la más popular del momento. Tras la noticia del fatal accidente la venta de los CD y DVD aumentó considerablemente. Eso se dejó notar cuando se repatrió los cuerpos de los integrantes y de su líder Johnny Orozco al Perú. La Plaza de Acho fue habilitada para que el público les brindara un último adiós. De todas partes de Lima, pero en especial de los conos de la capital, llegaron familias para despedirse de la agrupación. Uno de los velorios más multitudinarios realizados en el Perú luego de la muerte de Augusto Ferrando, Lorenzo Palacios ‘Chacalón’ y el fundador del Grupo 5 Elmer Yaipén Uipán. Todos los medios de comunicación realizaron una cobertura impresionante, desplegando varias cámaras de televisión por cada programa periodístico.

“¿La tragedia del grupo Néctar ayudó a un renacimiento de la cumbia? Impulsó el auge comercial, pero desde antes la cumbia venía con éxito porque había una caída de su gran competidor, el folclor. Segundo, los grupos de cumbia tenían un repertorio bueno, no se puede crear fanatismo

⁷ Entrevista a Juan Subauste. Ex reportero de *Contrapunto*, *Reporte Semanal* y actual productor periodístico del noticiero *90 Segundos* de Frecuencia Latina.

sin buenas composiciones. El Grupo 5 logró juntar temas románticos de un autor peruano como Estanis Mogollón, y de grupos de afuera como los mexicanos Ángeles de Charly. Lo que hizo Néctar fue ponerlo en la agenda pública y eso abrió más los canales de distribución y la penetración en nuevos mercados de la clase alta, mediante las discotecas” (Diario La Republica, 25 enero 2009).

La música de Néctar no solo llegó a sonar en las radios y canales de televisión, sino que también rompió barreras sociales porque se escuchaba en las discotecas de los barrios de clase alta. *El arbolito*, una canción de Walter León que inicialmente se llamaba *El saucecito*, a la que Johnny le supo hacer un excelente arreglo, era cantada por ricos, pobres, adultos y niños, pero el éxito mayor había sido *El baile de la cumbia*.

Como suelen decir, nadie es profeta en su tierra, y esta frase se ajustaba a lo que exactamente pasaba con Néctar. Según información periodística, para el mercado musical boliviano de fines de los noventa llevar mil personas a un concierto era un gran logro. Néctar llenaba el Coliseo Cerrado de La Paz con capacidad para 10 mil personas. Sus canciones se tocaban en los estratos populares o en fiestas de gala de Año Nuevo. Sus tarifas podían estar entre los 2 mil 500 y 4 mil dólares por presentación y a la semana realizaban entre tres y cuatro conciertos.

Con la finalidad de obtener una empatía respecto de las víctimas, se contó las historias de los integrantes fallecidos de Néctar. Una narrativa con cierta carga emocional, además de la inclusión de los testimonios de personas muy cercanas como testigos del accidente. Esto aportaba a las víctimas un “compañero dramático”.

Al momento del accidente se buscó a los “personajes” que formarían parte de los reportajes periodísticos. Ellos serían sin duda los familiares de los fallecidos y los amigos más cercanos. Así se iniciaría una cadena de reportajes resaltando el lado

humano y los proyectos personales que quedaron trancos con el accidente. La muerte de los integrantes de Néctar sirvió para que la cumbia recobrara el sitio en las preferencias del público peruano. Los programas periodísticos en los siguientes meses y en especial en el año 2008 optaron por continuar desarrollando temas relacionados con la cumbia.

“El interés del público se resume en el llamado ‘marketing chicheril’. Aquí se resalta el origen de los cantantes, músicos, locutores y managers (provincianos de escasos recursos) una constante interacción y fusión entre géneros folclóricos, tropicales y pop, contactos con los consumidores a través de las presentaciones del grupo, bailes y conciertos” (Bailón y Nicoli, 2009, p. 115).

Fue una conjunción de todo un poco, como dijo alguna vez un colega periodista. El accidente, la historia y la difusión. Radio, televisión, Internet, cable, periódico, todos los medios de comunicación a merced de la noticia.

“El último boom limeño es la cumbia. Todos hablan de eso, y se escucha y baila en los barrios populares y en discotecas chic. La moda explotó hace poco y nadie la frena: hay récords de ventas y los ‘cumbieros’ son fotografiados en revistas dirigidas al ABC1 peruano. Apenas uno llega a Lima, ve dentro del aeropuerto Jorge Chávez una gigantesca fotografía del Grupo 5, la banda emblema de esta moda, que bajo el auspicio de una compañía de celulares da la bienvenida a la ciudad donde todos, tarde o temprano, hablan de un boom” (Revista Domingo, 31 agosto 2008).

Y es que en el tema de la cumbia son los medios de comunicación los que convierten estos acontecimientos en crónicas de color local para sus magazines dominicales, esto por supuesto a raíz no solo de la noticia de ese momento sino también del rating. Cifras que son medidas por la empresa Ibope Time y que permite analizar el movimiento de la audiencia minuto a minuto en la emisión de

un reportaje. “La audiencia no es permanente, está en constante variación y exige un análisis constante a raíz de los cambios de las preferencias del público y al fenómeno del zapping” (Mejía, 2002, p. 26).

Incluso cuatro meses después del fatídico accidente, productoras como La del Barrio de Michael Alexander lanzaba la miniserie *Néctar en el Cielo* que relataba la historia de los integrantes del grupo. Los principales actores fueron Christian Domínguez, Carolina Infante y Erick Elera.

3.3.3 Historia de la cumbia peruana

A principios de la década de los 40 Lima sufrió las primeras olas de migrantes a la capital, lo cual se hace insostenible ya para la década de los sesenta. Lima se convirtió en una ciudad mayoritariamente provinciana. Con este fenómeno empezarían a crecer los llamados pueblos jóvenes o asentamientos humanos.

La cumbia peruana nació en el barrio del Rímac en marzo de 1968 con un grupo conformado por rockeros y músicos criollos llamado Los Destellos. Esta agrupación tenía como director y primera guitarra a Enrique Delgado, considerado el padre de la cumbia peruana. Su primer sencillo y el long play lo editaron bajo el sello lempsa en 1968 y se caracterizó por conjugar géneros musicales como el ritmo tropical, la velocidad del rock, los punteos criollos, las melodías andinas y el ritmo amazónico. Canciones como *Qué chola tan rica*, *La Charapita*, *El Avispón* y *La Ardillita* firman la partida de nacimiento de la cumbia peruana.

Pero la cumbia peruana no nació por casualidad, la experiencia musical de Enrique Delgado, iniciada a temprana edad, incluyó la música vernacular andina junto a Pastorita Huaracina, la música criolla con Luis Abanto Morales y Jesús Vásquez, la música ranchera, cubana y el rock, lo cual le permitió crear diversas formas de hacer cumbia.

“Se levantaba en las mañanas y tocaba *La ardillita*, yo no sabía qué era. Yo le preguntaba que era y él me decía que era un tema para la selva y yo le decía por qué tan rapidita y él me contestó: es para bailarla saltando como los chunchos”.⁸

Con el éxito de Los Destellos, en la década de los setenta surgen desde las diferentes regiones del Perú nuevas agrupaciones que continúan la formación de la cumbia peruana. En Pucallpa se forma el grupo Juaneco y su Combo, liderado por José Wong Paredes. En Lima surge Los Diablos Rojos, de la mano de su director Marino Valencia Garay, y ambos se caracterizaron por la influencia de los ritmos tropicales caribeños en su música.

“Con la influencia de Colombia, de la música cubana y de los Beatles se acopló prácticamente la guitarra e hicimos nuestro ritmo musical. Esto es producto peruano hecho por peruanos. Grabamos 60 LP y obtuvimos 28 discos de oro. El nombre de nuestro grupo está inspirado en las danzas altiplánicas”.⁹

Otro grupo musical creado en esta década fue Los Pakines. Fundado en el Rímac en 1972 por los hermanos Alejandro y José Torres Liza, hizo famoso el "sonido elegante" de sus melodías instrumentales, producto del peculiar efecto de reverberación usado en su guitarra eléctrica principal. Mientras que en Moyobamba, Jorge Rodríguez Grandes forma el grupo Los Mirlos, uniendo el sonido y ritmos amazónicos al sabor de la cumbia.

Incluso para esta década, la hermana de Enrique Delgado, Edith, se convirtió en la primera locutora de la cumbia peruana e impuso un estilo diferente de locución al

⁸ Reportaje del programa *Cuarto Poder*. “Historia de la cumbia”. Entrevista a Edith Delgado, hermana de Enrique Delgado, el padre de la cumbia peruana. 24 junio 2008.

⁹ Reportaje del programa *Cuarto Poder*. “Historia de la cumbia”. Entrevista a Marino Valencia, director de Los Diablos Rojos. 24 junio 2008

tradicional, emitiendo los anuncios y propaganda de bailes con voz alta y rápida, acentuando la animación.

La segunda ola de la cumbia fue en la década de los 80. Los Shapis, de Jaime Moreira y Julio Simeón 'Chapulín el dulce', y Lorenzo Palacios 'Chacalón' con La Nueva Crema fueron el nuevo rostro de la cumbia, que se convirtió en la música de la Lima migrante, aquella de los colores fosforescentes, los afiches regados por la ciudad y el baile 'achorado' de los índices apuntando al cielo.

“A la chicha se le dan cinco términos distintos para definir la misma expresión musical: cumbia peruana, cumbia andina, cumbia selvática, tropical andina, cumbia folk, chicha folk o cumbia ahuaynada. La chicha no va a retirarse porque tiene raíces en todos los rincones de la costa, sierra y selva. No es un remedo que se hace en otros países” (Hurtado, 1995, p 1).

El éxito de Los Shapis fue abrumador a tal punto que fueron llamados los Beatles de la cumbia. Realizaron diversos comerciales publicitarios e incluso en 1986 Juan Carlos Torrico decidió filmar una película con ellos como protagonistas titulada *Los Shapis en el mundo de los pobres*. La película fue estrenada en las salas comerciales de todo el Perú, bordeando el millón de espectadores y rivalizando nada menos con *Rambo 2*.

La tercera ola de la cumbia fue a mediados de los 90 con la tecnocumbia de Rossy War. Junto a ella llegaría también a la capital la cumbia del norte del país, representada por los grupos Aguamarina y Armonía 10. En esta etapa también apareció el grupo Néctar, que venía de triunfar en Bolivia y alcanzó el éxito con '*El arbolito*'. Sin embargo a finales de la década de 1990, empezaría el declive del género. Se habló en su momento de poca evolución por parte de las nuevas composiciones y canciones, y de cierta improvisación de grupos nuevos que bajaban la calidad del producto final y que saturaba el género, pero se habló además de un cariz político: “la música había sido utilizada por el ex presidente peruano Alberto Fujimori en sus diversas presentaciones como candidato a la

reelección. Lo cierto es que la cumbia se confinó finalmente a las zonas populares de la capital (los conos y el centro de Lima) y a las provincias, donde siguió siendo ampliamente dominante” (Reinacumbia.blogspot.com, 20 diciembre 2010).

La cuarta ola vendría con el accidente donde murieron todos los integrantes del grupo, en 2007. Grupo 5, Caribeños de Guadalupe, Hermanos Yaipén, entre otros; del oriente peruano, Kaliente de Iquitos, Papillón de Tarapoto y algunos grupos de antaño volvieron a pegar con sus ritmos como Juaneco y su Combo o Los Mirlos.

En todas estas décadas la industria musical de la cumbia se ha desarrollado a pasos agigantados convirtiendo a los músicos y dueños de orquestas en empresarios. Pero eso no es todo, ante esta cuarta ola del género varias empresas privadas y radios limeñas dedicadas a otras corrientes musicales apostaron por la cumbia.

“CRP había cerrado Inca FM, su única radio dedicada a los ritmos tropicales, por falta de anunciantes. Entonces ocurrió la tragedia de Néctar en Argentina, en mayo de 2007, y la cumbia empezó a elevar sus bonos. Nueva Q resultó una afortunada respuesta comercial a la fiebre desatada. En efecto, lo que manda es la audiencia, y ahora los bancos, las empresas de seguros y otras grandes compañías invierten sumas importantes en radios donde nunca antes soñaron anunciarse. Por cada segundo de publicidad, Nueva Q cobra un promedio de 10 soles. Eso significa que cada emisión de un spot de 30 segundos bordea los 300 soles” (Diario La Republica, 13 julio 2008).

Pero sin duda lo que llamó más la atención en esta última etapa fue el ingreso de la cumbia a los estratos socioeconómicos AB, bautizándola como cumbia vip. Si en sus inicios fue considerada música de migrantes y popular, la cumbia empezó a codearse con las mejores marcas y las agrupaciones se presentaban en las discotecas más caras de Lima.

“¿Hay alguna particularidad de la cumbia actual, en relación con otras épocas, que la hizo llegar a todos los sectores sociales?

El dominio de un estilo. Los otros ciclos tuvieron más pluralidad, ahora las orquestas dominantes vienen del norte, hay un estilo muy fuerte. Segundo, ese estilo es orquestado, se desarrolló mucho en el Perú con las orquestas de los años 50 como las de Enrique Lynch o Lucho Macedo. Esa tradición ahora está revitalizada, con un sonido más internacional, más similar al de la salsa por su base instrumental” (Diario La Republica, 25 enero 2009).

Pero la historia de la cumbia tiene para escribir varios capítulos más. Y como se ha visto en las últimas cuatro décadas, luego de llegar a la cúspide empezará su descenso para luego de unos años volver a la cima.

Pero no solo la popularidad de los grupos subía como la espuma, también sus ingresos, presentaciones de cinco horas que costaban más de 40 mil soles sin contar los precios de actividades privadas como cumpleaños, matrimonios, etc. El boom era tan comercial que llevó a que no solo locales eleven su precio en el alquiler, sino también que los diferentes negocios indirectos alrededor de la cumbia se coticen al buen postor. Así cobraban los grupos cumbiamberos en el año 2008.

Principales locales, aforo y costo de alquiler: ¹⁰

Colegio Guadalupano (Los Olivos) – 30 mil personas – 10,000 soles

Ladrillera Rex (San Martín de Porres) – 15 mil personas – 10,000 soles.

Central Puno (Carretera Central) – 15 mil personas – 3,500 soles.

El Huaralino (Panamericana Norte) – 10 mil personas – 7,000 soles.

La Balanza (Carretera Central) – 8 mil personas – 4,000 soles.

Pago por contrato:

¹⁰ Diario *La República*. 13 julio de 2008

Grupo 5 (Chiclayo) – 30 a 40 mil soles 5 horas

Hnos. Yaipén (Chiclayo) – 25 mil soles 5 horas

Agua Marina (Piura) – 20 mil soles 5 horas

Caribeños (Guadalupe) – 20 mil soles 5 horas

Armonía 10 (Piura) – 16 mil soles 5 horas

Kaliente (Iquitos) – 15 mil soles 5 horas

Marisol (Piura) – 12 mil soles 5 horas

Cada orquesta ordenaba casi un millar de volantes, el costo era de 40 soles, las mantas de 8 por 4 metros a 120 soles el ciento y gigantografías de 20 por 5 metros a 380 soles el ciento.

3.3.4 Estanis Mogollón: Padre de la Cumbia moderna

Sin duda hablar de cumbia peruana no solo es mencionar al Grupo 5 o Hermanos Yaipén (grupos en la actualidad con mayor aceptación), sino también a uno de los artífices para que la cumbia recobre la popularidad de antaño y alcance la cúspide. Su nombre: Estanis Mogollón Benítez.

Este compositor nació en el norte de nuestro país en las hermosas playas de Máncora, pero como muchos artistas, su vida no fue fácil. Aunque le apasionaba escribir, también le gustaba cantar, y a los 10 años ingresó al coro de la iglesia de su colegio.

“Yo escribía poemas en mis cuadernos de física y química, la mitad era de poemas y la otra de física y química, ja ja ja, me gustaba escribir mucho”.¹¹

¹¹ Programa *Reportajes*. “El padre de la cumbia”. Entrevista a Estanis Mogollón. Emitido el 30 set 2007

Empezó en una orquesta de Máncora llamada Amistad, luego cuando tenía 15 años ingresó a la agrupación Sexteto Tropical y de ahí saltó a Los Belkins de Piura, ahí permaneció por casi veinte años. Sin embargo una de las primeras crisis que sufrió la cumbia lo afectaría, ya no había contratos ni conciertos, entonces se convirtió en un mil oficios.

”Trabajé en construcción civil, vigilante, hasta llegué a vender tamales porque tenía una familia que mantener, realmente vivía un panorama sombrío”.¹²

Decidió entonces probar suerte y viajó a Lima. Como no tenía para el pasaje lo hizo en un camión de plátanos con apenas dos soles en el bolsillo hasta que conoció a los hermanos Quiroga Querevalú, dueños de la orquesta Agua Marina. Ahí su mala suerte se acabaría.

”Nunca dejen de soñar porque eso limita a la persona. Tengan siempre esperanza y perseverancia”.¹³

Sus canciones están inspiradas en experiencias de su vida amorosa y las convirtió en música. Es así como nace *El embrujo*. El nombre de Estanis Mogollón se convirtió en el más sonado en el ambiente cumbiambero. El genio creativo del compositor lo llevo a ser considerado por muchos como "El padre de la cumbia romántica". Además en 2007 ganó el Premio Apdayc como compositor del año. Sus temas representativos son *Motor y motivo*, *El embrujo*, *Sol*, *Te vas*, etcétera.

"Al principio estaban todos escépticos. ¿Funcionará, compadre?, me preguntaban. Pero la clave está en atreverse, y con el paso del tiempo, ellos fueron los primeros de la selva en sonar en Lima". He ahí la razón

¹² Programa *Reportajes*. "El padre de la cumbia". Entrevista a Estanis Mogollón. Emitido el 30 set 2007

¹³ Programa *Reportajes*. "El padre de la cumbia". Entrevista a Estanis Mogollón. Emitido el 30 set 2007.

para que las escuelas del norte y del oriente empezaran a emparentarse”
(Revista Somos, 2009, p. 52).

Su éxito fue avasallador a tal punto que fue reconocido nuevamente por la Apdayc como el mejor compositor del año 2008. Fue entonces que decidió a aventurarse en formar su propia orquesta, la Stanis Band. Y aunque el nombre de Estanis Mogollón continúa dando que hablar, él prefiere hablar poco pues todo lo que piensa lo escribe y sus letras se convierten en canciones.

En la actualidad, los éxitos de Estanis Mogollón han traspasado la frontera. Américo, un cantante chileno, ha reproducido varias de sus canciones. La cumbia peruana fue aceptada en Chile con el mismo auge que en nuestro país, a tal punto que en el festival Viña del Mar 2010 Américo arrasó con todos los premios.

CAPÍTULO 4

METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN

4.1 Sistematización

Lo importante al sistematizar una experiencia es hacer una relectura y reflexión de la propia experiencia, un aprendizaje que va más allá de lo que sabemos de esta para identificar temas para el análisis y producción de conocimientos.

“Es el ordenamiento y clasificación de todo tipo de datos e información bajo determinados criterios, categorías, relaciones, etcétera. Se refiere a la experiencia vista como proceso que se desarrolla en un periodo determinado en la que intervienen varios actores, en un contexto económico y social” (FAO, 2004, p. 15).

La autora del presente informe profesional siguió el orden de cómo seleccionar, elaborar y desarrollar un reportaje sobre el género de la cumbia dentro del programa *Reportajes* de Panamericana Televisión en el marco del boom de este ritmo vivido en el año 2008, lo que llevó a que los múltiples reportajes emitidos lograsen gran aceptación del público televidente.

¿Pero para qué sistematizar? La sistematización surge por la necesidad de conocernos, darnos a conocer y cualificar las prácticas. Un proceso de producción de conocimiento a partir de la práctica. La metodología usada para este informe comprendió la definición del quehacer profesional, el desarrollo de la experiencia para luego obtener los ejes conceptuales.

La primera parte de la sistematización que implica el quehacer profesional consistió en ordenar paso a paso el trabajo realizado dentro de la labor como

reportera del programa *Reportajes*. El análisis diario del trabajo dentro y fuera del canal. La cobertura de la información fue distinta a la realizada para un noticiero. Aquí teníamos como aliado al tiempo para poder desarrollar mejor nuestra historia. Teníamos además como información las entrevistas a diversos periodistas que desarrollaron similares tareas en programas periodísticos dominicales.

Para definir los temas a desarrollar en la sistematización se plantearon preguntas como la elección de un tema, el desarrollo de un reportaje y la definición de la cumbia peruana. Ejemplos: ¿cómo se elige el ángulo del tema a desarrollar en un reportaje periodístico? ¿Cuáles son las pautas que el periodista utiliza para desarrollar un reportaje? ¿Qué es un reportaje televisivo o informe especial? ¿Cuántas clases hay? ¿De qué depende la duración de un reportaje? ¿Cómo se define la cumbia peruana? ¿Cuántas clases hay? ¿Cuál es su origen? ¿Cómo se desarrolló la noticia sobre la cumbia peruana dentro de la pauta del programa periodístico en el año 2008?

El tema-eje es el marco de referencia que permite reflexionar críticamente la experiencia, así como facilitar su recuperación a base de interrogantes. Para los ejes conceptuales nos apoyamos en diversa bibliografía sobre periodismo de televisión y en especial los conceptos sobre reportaje televisivo.

El boom de la cumbia en 2008 fue analizado por especialistas en radio, televisión, prensa escrita e Internet. Información que ha sido utilizada en este presente trabajo. Se revisó además diversos reportajes televisivos sobre cumbia en los programas dominicales, pues guardaban importante información sobre el origen de la cumbia peruana.

5.2 Fuentes de información

Los instrumentos y técnicas utilizadas, así como las fuentes de información que se revisaron para la sistematización, se basaron no solo en la búsqueda de

información bibliográfica (libros relacionados con la televisión, formato de programas periodísticos, migración interna del Perú, origen de ritmos musicales populares) sino de reportajes emitidos en diferentes canales de televisión sobre la historia de la cumbia (*Cuarto poder, Reporte semanal, Panorama*).

Además de artículos periodísticos publicados el año 2008 en diarios, revistas, semanarios e Internet por supuesto, todos relacionados al análisis e investigaciones sobre el boom del fenómeno de la cumbia en nuestro país.

Se obtuvo el rating publicado por Ibope Time sobre la programación a nivel nacional de los fines de semana, sábado y domingo, y los programas que encabezaron las preferencias del público en ese determinado tiempo.

Además se logró entrevistar a directores y periodistas de algunos programas dominicales para que expliquen por qué la cumbia siempre ocupó el primer lugar en las pautas periodísticas en ese tiempo.

CAPÍTULO 5

RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN

5.1 Nueva descripción

Realizar informes periodísticos para el programa *Reportajes* de Panamericana Televisión fue sin duda un trabajo agotador. Dedicación al cien por ciento incluso sacrificando feriados y días importantes en el ámbito personal. Nosotros decíamos que “vivíamos en el canal”, pues incluso dormíamos en sofás de oficinas hasta dos días seguidos para terminar un reportaje. Y es que el periodista grababa casi todo el día en interiores o exteriores y a veces, como era mi caso, llegaba solo a dormir a casa.

Hoy, luego de nueve años desde que ingresé a *Reportajes* (actualmente soy reportera del programa *Reporte semanal* de Frecuencia Latina), puedo decir que realizar un reportaje o informe especial fue la experiencia más gratificante hasta este momento, no solo porque me desarrollé profesionalmente, sino también porque permitió ampliar mi visión sobre las distintas realidades que se vive en Lima y en el Perú.

Realizar un reportaje me llevó a conocer la Lima que uno no conoce (barrios, delincuencia, lujos, pobreza, etc.), pisar por primera vez un centro penitenciario, viajar por todo el Perú y descubrir costumbres que jamás imaginé que existían. Los reportajes a veces tenían tantos personajes que se tenía que seleccionar a los que mejor se desenvolvían y el acopio de material era tal que a veces el estar horas frente a un televisor visualizando imágenes hacía doler la cabeza. Pero todo eso se fue superando a través del tiempo y conforme el periodista adquiría experiencia en el campo.

El trabajo en equipo siempre fue pieza clave, pues el periodista tenía respaldo en su director y productor periodístico, que daban las pautas precisas para poder desarrollar el informe, pero esto no quería decir que todo se dejaba en manos de estos dos profesionales, sino que el famoso “olfato” periodístico de cada reportero jugaba un papel importante.

Los distintos ángulos encontrados para el tema de la cumbia fueron fundamentales para poder empezar con la investigación de un informe. Por ejemplo, para lograr encontrarlos, el reportero asistía a varios conciertos de cumbia acompañando al equipo de espectáculos del canal, para poder ingresar sin pago y ahorrar costos de caja chica, y así observar todo el negocio que se mueve dentro de este fenómeno: venta de cerveza, filmaciones, boletería, equipos de sonido, vendedores dentro del local, alquiler de local, costos, etcétera. El producto final no solo era tener imágenes impactantes (aunque es importantísimo en televisión) sino también obtener datos relevantes que interesaran al público.

5.2 Contexto en que desarrolló la experiencia

El año 2008 fue muy importante para el Perú. Se denominó oficialmente "Año de las Cumbres Mundiales en el Perú" porque nuestro país fue escenario del encuentro de jefes de Estado de la Unión Europea y Latinoamérica, y del Foro Económico de Cooperación Asia Pacífico (APEC). Por primera vez, el Perú organizaba dos cumbres mundiales de gran importancia, que congregaron a unos ochenta jefes de Estado y de Gobierno.

Se creó el Ministerio del Ambiente y el ecologista Antonio Brack fue nombrado el primer ministro de esta cartera de la historia peruana. Se firmó además los Tratados de Libre Comercio (TLC) con dos de las principales economías del mundo: Estados Unidos y Canadá, y se concluyó negociaciones con otro gigante: China.

En el ámbito deportivo se desarrolló el Campeonato Sudamericano de menores. Perú consiguió un importante segundo lugar y logró clasificar al Mundial de 2009. Pero no solo en este contexto se desarrolló el boom de la cumbia en nuestro país.

Las producciones nacionales empezaron a tener auge y pantalla. Un trabajo que empezó a solo meses de la tragedia del grupo Néctar con la miniserie *Néctar en el cielo* en 2007. Ya para 2008 el hijo de Johnny Orozco, Deyvis, protagonizó la miniserie juvenil *La Pre* que se transmitió por Frecuencia Latina, una producción peruana que en su segundo día de emisión logró 10.8 puntos de rating en el total y 13.1 en el sector D/E, desplazando de esta manera a consagrados competidores. Una miniserie que tuvo como principal tema la cumbia.

Pero sin duda 2008 fue un año importante para la cumbia pues tuvo un aporte especial. Se cumplía 40 años desde que se escuchó por primera vez este ritmo musical allá por 1968. En el Perú nacería el primer LP, la primera grabación de un ritmo mezcla del rock and roll, vals y huayno; en pocas palabras la cumbia. Tendría en la guitarra de Enrique Delgado, fundador de la agrupación Los Destellos, a su creador, por eso es considerado el padre de la cumbia peruana.

5.3 Aspectos centrales

La tragedia del grupo Néctar marcó esta nueva etapa de la cumbia. Su nacimiento, formación, éxito y desaparición inesperada fueron el punto de partida para que los programas dominicales explotaran la información y la convirtieran en reportajes. Informes especiales en los que el deseo de superación y la frustración conmovieron al televidente. Punto aparte fueron sus protagonistas.

En el caso de Johnny Orozco su vida, amores, éxitos, peleas, legado y muerte sirvieron además para llevar su historia a la pantalla chica. Esto desencadenó que

varios conjuntos como el Grupo 5 hicieran lo mismo no solo en la televisión sino también en el cine.

El trágico accidente permitió que la visión en la búsqueda de historias similares se ampliara a las demás agrupaciones. Se investigó los orígenes de la cumbia y sus principales exponentes. La historia de la cumbia entonces se convirtió en el reportaje obligado en esta seguidilla de informes especiales.

Tanto fue el impacto a nivel internacional que la comunidad latina en Estados Unidos elaboró un disco llamado *The roots of chicha* (Las raíces de la chicha), un resumen de las canciones de cumbia más sonadas de todos los tiempos. Esto permitió que el fenómeno de la cumbia sea estudiado por especialistas, e incluso revistas y periódicos sacaron coleccionables de CD de música. En el carro, la combi, el bus, el taxi, etc. se escuchaba cumbia peruana.

Esto también llevó a analizar el mundo y el negocio de la cumbia peruana. Conciertos, pagos, trabajos indirectos como afiches, volantes, alquiler de locales, etcétera. Todos estos aspectos se han investigado y transformado en reportaje.

Pero si de éxito de la cumbia se habla un personaje logró que esto fuera así: Estanis Mogollón, un compositor peruano que ha traspasado fronteras y cuyas canciones son las más exitosas del género.

Mención especial para el programa *Reportajes*, un espacio periodístico que nació para brindar una alternativa diferente al público y que terminó consolidándose en la televisión peruana. Esto hizo que los canales de la competencia crearan espacios similares para luchar de igual a igual.

CAPÍTULO 6

BALANCE

6.1 Lecciones aprendidas

La experiencia de realizar notas para el programa *Reportajes* de Panamericana Televisión permitió que desarrollara mi visión periodística no solo enfocándome en cubrir la noticia y transmitirla, sino en ir más allá profundizando la información.

Me permitió además no solo desarrollar mi labor como reportera sino convertirme en cierta manera en la productora e investigadora de mi propio reportaje.

Aprendí a trabajar en equipo, algo fundamental para el éxito del reportaje. Dos cabezas piensan mejor que una y definitivamente los diferentes ángulos en torno a un reportaje otorgaban una amplia visión del mismo.

La televisión te hace pensar en imágenes y en base a ellas también se piensa en cómo escribir y describir una imagen. Me permitió crear y aportar secuencias para que el camarógrafo pueda desarrollarlas.

Trabajar contra el tiempo y tener tolerancia para no caer en la desesperación fue básico en esta etapa, debido a que en muchas ocasiones un reportaje estaba listo minutos antes de salir al aire.

Si se va a denunciar un hecho, tener la versión de las dos partes, nunca quedarse con una sola. Básico y elemental.

6.2 Logros y avances

Uno de los principales logros a nivel profesional fue que no solo el reportero se hiciera conocido en el medio periodístico, en este caso el televisivo (esto permitió que otros canales de televisión observaran el trabajo y ofrecieran mejores propuestas económicas), sino que como periodista permitió no encasillarse en una sola especialidad como política, policial, deportes, etc. tal como sucede en algunos programas periodísticos que se emiten a diario como los noticieros, sino que convertía al reportero en un periodista versátil, capaz de realizar reportajes de diferentes rubros.

Aprendí cómo realizar una entrevista, cómo contar una historia, cómo saber qué imagen era impactante pero también me permitió conocer a personas con realidades distintas a pesar de que se encontraban dentro del mismo espacio geográfico, en este caso Lima.

Hizo que sin darme cuenta asumiera varios cargos importantes, esto debido a las diversas tareas asignadas. No solo cumplí mi labor como reportera (entrevistar, pautar, escribir y editar) sino que me convertí en directora y productora de mi reportaje.

6.3 Problemas y soluciones pendientes

El principal problema siempre fue el logístico y de presupuesto. Dinero faltante para viajar y tener coberturas exclusivas. *Reportajes* fue un programa con una “caja chica” muy austera. Esto se notaba aún más en notas que tenían que ser cubiertas en el extranjero.

En otras ocasiones, si se decidía realizar un reportaje de una fiesta costumbrista en el interior del país, se solicitaba al gobierno regional del lugar la cobertura de

viáticos del equipo que viajaba. Esto no quería decir que se trataba de un publirreportaje; por lo general los gobiernos regionales tienen presupuestada una cierta cantidad de dinero para la difusión cultural de sus tierras.

Relacionado al tema anterior, un problema fueron los publirreportajes. Si bien son notas enviadas por la dirección general del canal, a veces eran temas de poca importancia para el televidente, esto provocaba que la sintonía bajara y la competencia subiera.

Otro problema fue la competencia interna, es decir, como había dos programas periodísticos dominicales en Panamericana Televisión (*Panorama* y *Reportajes*) siempre ocurría que ambos programas querían realizar el mismo tema. En ocasiones por tener un horario prime time *Panorama* era el más beneficiado.

Un tercer problema que se derivó de la competencia interna fue al momento de obtener material de archivo. El programa que pedía primero se quedaba con el material y cuando el otro requería las cintas lamentablemente no se las prestaba. En este punto se tuvo una reunión entre ambos directores y llegaron al acuerdo que el primero que sacaba el material de archivo se quedaba con el material "original", mientras que el otro programa hacía una copia.

CAPÍTULO 7

APORTES DE LA SISTEMATIZACIÓN REALIZADA

7.1 A nivel teórico-conceptual

Se ha desarrollado los conceptos básicos y elementos que contiene un reportaje. Se diferencié entre un noticia y un reportaje los diferentes elementos que contiene cada género, además el papel primordial que juega la investigación en cada nota periodística.

Las historias de gente emprendedora y que tiene éxito transformadas en reportajes logran tener una alta audiencia. Aquí se desarrollan conceptos básicos sobre el rating y cómo las cifras juegan un rol importante.

Se ha proporcionado información sobre el fenómeno social de la cumbia en nuestro país desde sus inicios, sus diferentes etapas y cómo una tragedia se puede convertir en éxito.

Además se da a conocer cómo los medios de comunicación pueden lograr que un ritmo ligado a sectores populares se involucre en los niveles socioeconómicos altos. El negocio alrededor de la cumbia también cobra un papel importante. Se ha proporcionado cifras e información sobre cómo este género musical genera toda una cadena de trabajo.

La historia del programa *Reportajes* de Panamericana Televisión se contó a través de sus propios protagonistas, que ahora son directores de espacios periodísticos y que años atrás fueron reporteros del programa dominical.

7.2 A nivel profesional

El periodista tendrá mayor información sobre cómo realizar un reportaje para un programa dominical. Sabrá entonces diferenciar una nota periodística para un noticiero y qué significa un reportaje.

Tendrá pautas de cómo desenvolverse en el campo en busca de la noticia, cómo recolectar información, el trabajo previo a la edición (búsqueda de archivos, pausar imágenes, etc.), cómo estructurar un reportaje, cómo escribir un informe y finalmente saber escoger en edición la imagen correcta.

La información es de primera mano pues son los mismos protagonistas, reporteros, camarógrafos, editores y directores quienes a través de las entrevistas desarrollan paso a paso todos los elementos que se necesitan para desarrollar un informe especial o reportaje.

Además contará con modelos de estructuras de textos al final del trabajo para analizar los elementos e identificar los detalles que contiene.

7.3 A nivel técnico-instrumental

Lo primero, las fuentes periodísticas, básico para empezar un reportaje. Gracias a ellas podremos tener información privilegiada que nadie más puede obtener, claro, si estamos investigando una denuncia. Siempre es bueno que el periodista cree y trabaje con una agenda con números de los contactos.

Segundo, las entrevistas previas. A veces pensamos y, por qué no decir, alucinamos cómo sería una nota, lo que probablemente va a decir el entrevistado y las imágenes que podemos encontrar, pero cuando se va a grabar a veces no es tan fácil como parece. Hay una frase que siempre recuerdo de mi director: “Como sea pero que llóre”.

Al momento de editar, saber escoger la música perfecta que encaje con el ritmo del reportaje. Por lo general cuando un programa periodístico tiene un presupuesto elevado existe una persona llamada el musicalizador, que se encarga de crear música. En el caso de *Reportajes*, por tener un presupuesto bajo, la música era seleccionada de soundtracks de películas o CD de música.

Un buen pauteo del material (cintas) permitirá que al momento de escribir se tenga los bites y ambientales seleccionados para incorporarlos al texto, además logrará mantener un orden al momento de llegar a la sala de edición.

7.4 A nivel social

El fenómeno de la cumbia tiene 42 años de existencia y, según algunos conocedores y estudios, este ritmo nunca morirá. El trabajo de sistematización da a conocer cómo la cumbia, señalada por muchos como música solo de los sectores populares, es decir de los niveles socioeconómicos C y D, traspasa las barreras e ingresa con éxito a los denominados grupos sociales de clase alta. Esto gracias a la publicidad gratuita de los programas periodísticos al difundir reportajes.

Se toma en cuenta además cómo este fenómeno nace de las migraciones internas a Lima y se expande a nivel nacional, adoptando la música según las regiones del país. Existe la cumbia norteña, sureña, selvática y andina.

Se da a conocer cómo una persona nacida en los llamados conos de Lima, de familia humilde y provinciana (en este caso los integrantes del grupo Néctar), a través de la perseverancia y sus ganas de salir adelante logra convertirse en exitosa. Modelo que sirve de ejemplo para los jóvenes también interesados en la música.

Cómo el fenómeno de la cumbia congrega masas y logra que se abra un mercado de trabajo directo e indirecto alrededor de sus presentaciones.

CONCLUSIONES

1.- La cumbia es un ritmo que por tener raíces peruanas no dejará de existir. Ha tenido varias etapas de éxito y se ha mantenido vigente por más de cuatro décadas. Lo rescatable de este último boom fue que se dejó de lado el estigma de que la cumbia solo era escuchada por los sectores populares pues, como es de conocimiento público, este ritmo logró ingresar a los estratos sociales más altos de la sociedad limeña.

2.- Es muy importante humanizar la noticia. Las historias que uno cuenta son reales y por lo tanto merecen ser tratadas con respeto. En este caso las historias de los integrantes del grupo Néctar fueron tocadas resaltando el lado positivo y el deseo de superación de la persona, con el fin de que el televidente se identifique con el personaje y capte su interés. Esto, desde luego, es reflejado en el rating.

3.- El periodista de televisión piensa en imágenes. Por eso antes de salir al campo es recomendable planificar qué es lo que se necesita y cómo se llevará a cabo el trabajo. Por eso, el reportero tendrá que sostener una conversación previa con el director, el camarógrafo y el editor a fin de que plasmen lo que realmente quiere dar a conocer y cuál es el objetivo del informe.

4.- La investigación forma parte de la noticia diaria y más aún en el reportaje dominical. El periodista revisa archivos, analiza documentos y coteja datos. En los informes de cumbia, el reportero seguía una rutina de investigación ligada básicamente a los testimonios de empresarios, cantantes, periodistas, a fin de buscar los elementos que necesitaba para elaborar su reportaje.

5.- Un reportero siempre debe contar con una agenda. Tener contactos y separarlos por temas, casos, apellidos, depende de la facilidad y el orden del periodista. De acuerdo a ello tendrá a la mano una lista de entrevistados listos para cuando necesite incluirlos dentro de su reportaje. El encanto del periodismo es poder tocar todos los temas y tener acceso privilegiado a espacios a los que una persona “normal” no tiene. Hacerse conocido en ciertas fuentes periodísticas permitirá que el periodista pueda conseguir información clasificada.

6.- Trabajar en un programa dominical hace que el periodista sea un generador de ideas, es decir plantear temas que profundicen un ángulo distinto de una noticia o proponer denuncias investigadas que se puedan llevar a la pantalla. Para ello no solo tendrá que investigar qué elementos o personajes necesita para desarrollar el reportaje, sino sondear si es de interés público.

7.- Con respecto a la parte logística, es recomendable que la empresa Panamericana Televisión dote al programa *Reportajes* un mejor presupuesto para que pueda competir de igual a igual con su competencia, que incluso realiza informes internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

ÁVILA, Fernando. *Noticia. Crónica, reportaje, periodismo investigativo, opinión*. Editorial Hojas e Ideas. 1995.

BAILÓN, Jaime y NICOLI, Alberto. *Chicha Power*. Fondo Editorial Universidad de Lima, 2009.

Diario *LA REPÚBLICA*. "La seducción de la Cumbia". Domingo 13 de julio de 2008.

Diario *LA REPÚBLICA*, Revista *Domingo*, publicada el 25 de enero de 2009.

ESTREMADOYRO, Julio. *Lecciones de periodismo televisivo*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica. 2004.

FAO, Guía Metodológica de Sistematización. Nov 2004

FERNÁNDEZ, Ángel. *El reportaje en televisión: entre la noticia y el show*. El Mundo.es 27 de octubre de 2009.

FERNANDEZ, Edgar. La Producción de Reportajes y Documentales en Televisión. La Universidad del Zulia. Editorial Universitaria. 1994. Sacado de Internet.

FRIEDEMANN, Ninas de. *La Saga del Negro*. Presencia africana en Colombia, Biblioteca Luis Ángel Arango, Banco de la República de Colombia. 1993.

GÁMEZ, Rosalinda y CORONEL, Ana. *Periodismo de investigación, una mirada desde la realidad*. 91 pp. Internet

GUTIÉRREZ, Mario. *Géneros Informativos en Televisión*, Universidad de Lima. 2003. 268 pp.

HURTADO, Wilfredo. *Chicha peruana, música de los nuevos migrantes*. Eco, Grupo de Investigación Económica. 1995, primera edición. 222 pp.

IBARROLA, Javier. *El reportaje. Técnicas periodísticas*. Edición Gernika, México, 1988, 135 pp. Sacado de Internet.

KLEIN, Darío. *El papel del periodismo de investigación en la sociedad*. Revista digital *Razón y palabra*. Mayo-julio 2001. Web

La NOTICIA Y EL REPORTAJE. Guía para el profesorado. Ministerio de Educación de España. Centro de Investigación y Documentación Educativa (CIDE) 2009.

LANGER, John. *La Televisión Sensacionalista*. Ediciones Paidós Ibérica S.A. 2000. 258 pp.

MEJÍA, Miguel. *El Rating: ¿Cómo entender los números mágicos?* USMP, 2002.

PESA, Memoria del Taller Regional "Sistematización y Comunicación". Nicaragua. 2003.

REDACCIONONLINE. Entrevista: Andrea Llosa: "Trato de involucrarme con mis reportajes". Emitido 31 de octubre de 2006. Web

Revista *DOMINGO* del Diario *El Mercurio* de Chile, publicado el 31 agosto del 2008.

Revista *SOMOS* No 1167, 18 de abril de 2009, Sección: Tropical, p. 52

RODRÍGUEZ, Pepe. *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*.
Barcelona. Paidós, 1994 ob.cit. p.70.

SAAD SAAD, Anuar y DE LA HOZ SIMANCA, Jaime. Artículo: *El reportaje. Sala de prensa*. Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos .Enero 2001. Año III, Vol. 2

ULIBARRI, Eduardo. *Idea y Vida del reportaje*. Primera Edición, Trillas 1994.
México D.F 281 pp.

ANEXOS

ENTREVISTA A EDUARDO GUZMÁN ITURBE

Ficha personal:

Eduardo Guzmán Iturbe, es uno de los periodistas más reconocidos de la televisión peruana. Conductor y director periodístico de los programas políticos y noticieros más importantes de la tv. Fue director de *Reportajes*, *Panorama*, *Sétimo Día*, *Reporte Semanal* y actualmente es Gerente de *Informaciones de Frecuencia Latina*

¿Cómo nació *Reportajes*?

Empezó en el año 1999, en octubre. Se inicio como un programa que reciclaba los reportajes de Panorama.

¿Fue idea suya la creación del programa?

En realidad más que decisión mía fue una decisión de la programación del canal en esa época (Panamericana Televisión). Necesitaban armar programación de domingo en la mañana. No había recursos entonces ¿qué podíamos hacer? Presentar reportajes, no de la semana pasada sino una antología de reportajes de Panorama puestos en la mañana. Entonces por ahí le íbamos poniendo un reportaje nuevo, dos reportajes nuevos, hasta que al final todos fueron nuevos.

En ese tiempo (octubre 1999), existía *Contrapunto* (Frecuencia Latina)

Creo que eso incentivo el hecho de colocar un nuevo programa. Había *Contrapunto* y el hecho de poner algo que pudiera ganarle hizo que saliera al aire *Reportajes*.

Cuando sucedió el accidente del Grupo Néctar el 2008, la cumbia peruana pasaba por diferentes “olas” de popularidad, ¿qué recuerdas?

Cuando pasa lo de Néctar estábamos en la efervescencia de la cumbia. Esa fue la época de más seguidores.

Los reportajes de cumbia, ¿Fueron los más vistos?

Si, eran entre los más vistos. Cuando muere los del Grupo Néctar estábamos viviendo una efervescencia luego vino la saga con el Grupo 5 y finalmente la baja. Ya no siguió con la misma fuerza.

Se piensa que la investigación periodística solo lo tienen los programas de política o denuncias ¿Qué crees tú? ¿Qué tan importante es la investigación?

Investigación no solo está referido a la corrupción o política, investigación es encontrar la razón el por qué de las cosas. Puede haber en espectáculos, en actualidad social, política. Investigación es hallar las razones del por qué de cualquier cosa.

Cualquier reportaje es hacer noticia y para hacer noticia tienes que investigar y para investigar tienes que profundizar y encontrar razones. Todo suceso llega a hacer noticia porque hay algo nuevo detrás que uno lo evidencia.

Los sucesos son hechos son situaciones que se viven, al registrarlas uno las vuelve noticia. Cuando un reportero dice mira esta es la noticia que encontré en la calle, no está bien. No encontraste noticia encontraste un suceso, un hecho que lo convierte en noticia.

ENTREVISTA A ALONSO VEGA

Ficha personal:

Alonso Vega es actual camarógrafo de los programas dominicales *Séptimo Día* y *Reporte semanal* de Frecuencia Latina (Canal 2). Fue uno de los fundadores de *Reportajes* en Panamericana Televisión el año 2001. Considerado uno de los mejores camarógrafos de los programas dominicales.

¿Cómo nace el programa *Reportajes*?

Reportajes nace de la idea del señor Eduardo Guzmán, que en ese tiempo estaba a cargo de *Panorama* y decide hacer un programa en la mañana con el mismo equipo. Se hizo el programa para tener un magacín dominical. Para ello congregó a la misma gente que trabajaba en *Panorama* pero con la diferencia que los temas frescos se planteaban para la mañana y los políticos para la noche. En la mañana se podían tocar los llamados temas más de color.

A pesar de que se relaciona los temas políticos con investigación, ¿existía también investigación para los denominados temas frescos?

Sí, pero era diferente a investigar temas políticos. Por ejemplo si vas a entrar a un callejón donde normalmente no ingresa la gente o si tú no eres de ese sitio tenías que contactarte con alguien a quien le dicen 'el men' o 'el bravo', o tal vez quien pueda hacer el contacto porque a veces la gente que vive en esos lugares es bien reacia a dejarte entrar. Entonces se tenía que hablar que el reportaje era en buena onda y podrías grabar con normalidad.

Ahora, para el año 2008, ¿tú ya estabas en *Reporte semanal*?

Ya estaba en *Reporte semanal*.

¿Realizaste algún reportaje sobre cumbia?

Si. Varios.

¿Cómo viste el tema de la cumbia?

Todo fue a raíz de Néctar. Años atrás quien estaba dando apoyo a la cumbia era Janet Barboza en Canal 5, pasó la tragedia de Néctar y a raíz de la muerte de Johnny Orozco todos los grupos de cumbia se volvieron un boom nuevamente.

¿Cuántos reportajes de cumbia recuerdas haber hecho?

Ufff... más de 20 de hecho. Se explotó todos los ángulos, cuánto ganaban, cómo eran sus fiestas, quién diseñaba la ropa que utilizaban, los problemas que había entre ellos, sería muy largo de enumerar pero siempre se buscaba un ángulo diferente.

ENTREVISTA A TITO ALVITEZ

Ficha Personal:

Tito Alvitez fue reportero de *Reportajes y Panorama* en la época de Mónica Delta y Pamela Vértiz. Luego fue reportero de *Reporte semanal* y director de la Unidad de Investigación de Frecuencia Latina. Actualmente es director de *90 Segundos Edición Sabatina, Dominical* y *90 Segundos Mediodía*.

¿Cómo nace *Reportajes*?

Reportajes nació como el hermanito menor de *Panorama*, donde se emitían informes inactuales, sociales y de personajes. La primera conductora fue Pamela Vértiz, quien en esa época era reportera de *Panorama*. Los primeros programas de *Reportajes* fueron grabados, es decir no salía en vivo, se grababa los jueves. Esto debido a que contenía informes ya emitidos de *Panorama*.

En aquella época, el programa líder de los domingos en la mañana era *Contrapunto* que se transmitía por Canal 2, sin embargo a pesar de que *Reportajes* empezó a transmitirse con notas “recicladas” y grabado empezó a ganar en el rating a *Contrapunto*, por esa razón un año después se contrata dos reporteros para realizar informes propios para el programa. El director Eduardo Guzmán se dio cuenta de que informes como el clan Ferrando, la historia del ‘Loco’ Perochena, la historia de Mario Broncano, el Frontón o el Sexto tenían gran aceptación. Así nace *Reportajes*.

La mayoría de periodistas piensa que la investigación está ligada solo a denuncias políticas y sociales, ¿también hay investigación en notas de inactuales y las llamadas de color y personajes?

Claro. Yo recuerdo haber sugerido muchos temas y me decían que tenía que traer el personaje ya contactado. Por ejemplo realicé el tema de El Sexto, para hacerlo yo tuve que ir a la hemeroteca y chequear los datos de los delincuentes

sobrevivientes, de la psicóloga del INPE, los contactaba e iba a la reunión de los martes con los personajes contactados.

No solo hay investigación para una denuncia o política sino también para los personajes. Otra nota que hice fue de los primeros puestos de las universidades. Ahí también fui a la hemeroteca, chequeé todos los archivos y apunté los nombres de los estudiantes y empecé a contactarlos.

¿Cómo te daba tiempo para investigar? Porque el reportero para casi toda la semana grabando y editando...

Yo trabajaba de manera paralela, es decir mientras producía mi informe de la semana investigaba otro. Era un trabajo arduo porque uno tenía que ir a las reuniones de los martes, y tú debes saberlo, con un tema casi preproducido, con los personajes contactados para empezar solo a trabajar, bueno, eso si el director aceptaba tu tema, aunque casi siempre lo aceptaba porque por ejemplo yo conversaba con Eduardo Guzmán y le decía qué tema me gustaría hacer y si me decía que sí, lo investigaba.

Ahora que eres director de un noticiero, ¿cómo un director selecciona un tema?

Generalmente se dejan llevar por el rating. Si le fue bien tratan de hacer otros reportajes con otros ángulos. Mucho prima el rating, aunque si pones una nota de espectáculos y te da rating no quiere decir que todo el programa va a ser espectáculos. Por ejemplo *América Noticias* abre siempre con policiales y casi todo el noticiero tiene este tipo de notas, la gente lo ve, pero eso no quiere decir que sea bueno.

¿Cómo viste el fenómeno de la cumbia?

Es una ola que siempre llega y se va. La cumbia estaba bien enquistada en los estrados socioeconómicos C, D y E, solo que el sector A y B no la conocía porque no había promoción. Entonces a raíz del accidente del grupo Néctar fue el

despegue de la cumbia, se empezó a cubrir eventos grandes como la internacionalización del Grupo 5. Además los cantantes no eran los clásicos cantantes gorditos como de las orquestas Armonía 10 o Los Shapis, los grupos ponían a chicos atractivos en la delantera musical y eso vendía mucho. Entonces la cumbia empezó a gustarles a los jóvenes y ya no solo a los viejos como antes. Los medios ayudamos mucho para que eso sucediera.

ENTREVISTA A JUAN SUBAUSTE

Ficha personal:

Juan Subauste es actual productor periodístico del noticiero *90 Segundos de Frecuencia Latina*. Catalogado como uno de los mejores reporteros de su época, trabajó en el programa *Contrapunto*, con César Hildebrandt en *Enlace Global*, fue reportero de *90 Segundos*, *Reporte semanal* y *Séptimo día*.

Fuiste uno de los reporteros designados a cubrir el accidente del grupo Néctar, cuéntanos cómo fue.

Me acuerdo que el accidente fue un Día de la Madre, un domingo 13 de mayo y el lunes en la mañana yo estaba en Argentina. Nos enteramos que estos señores saliendo del boliche El Mágico Boliviano se habían estrellado. Fue una muerte bien rara porque el auto se despista, vuela por el aire y explota. En un momento se especuló que el auto llevaba una granada porque se conocía desde hace tiempo que en Argentina existía una mafia que movía el negocio de las bailantas. En la década de los 80 llegó la cumbia a Argentina con un empresario peruano conocido como el 'Cholo' Olaya —que ahora vive en Chile porque está pedido en Argentina por asesinar al cantante del grupo Karicia—, con esta información corrió el rumor de que la mafia de la cumbia en Argentina había matado a Néctar, pero las investigaciones arrojaron que fue un accidente.

Con Néctar nos dimos cuenta de que el negocio había crecido. Néctar, que era un grupo de media tabla para abajo acá en el Perú, que estaba de capa caída, que nadie se acordaba de ellos, lo interesante de este tema era que tan trágica fue su muerte que los reportajes daban mucha pena, porque eran trece músicos que murieron de la forma más terrible. Empezamos a escuchar las melodías y nos dimos cuenta de que era bonita su música. Cambió todo el rollo musical de la clase alta y media limeña, la chicha no era tan horrorosa.

¿A raíz de Néctar empezaste a hacer varios reportajes de cumbia?

Claro, escuchar chicha era mal visto por algunos sectores pero a raíz de la muerte del grupo Néctar, la chicha entra con fuerza. Ibas a un matrimonio en San Isidro y te ponían *El arbolito* y lo bailabas, todos se sabían la letra, la muerte de Néctar sirvió para que el negocio de la cumbia empezara a calar en otras esferas.

¿Te acuerdas cuántos reportajes realizaste?

Murió Néctar, estuve toda la semana en Argentina, inmediatamente viajé a Chile a entrevistar al 'Cholo' Olaya porque se decía que él manejaba la mafia y conocía a bastante gente en Argentina. Estuve casi mes y medio haciendo reportajes de cumbia entre Argentina y Chile y después, cuando se dieron cuenta de que el tema daba rating, vinieron más reporteros que querían hacer Néctar toda la semana. Se habló de Néctar unos años más e incluso a Nicolás Lúcar le decían 'Arbolito' Lúcar porque todos los domingos tenía que decir algo sobre el tema. Luego vino el Grupo 5 y Estanis Mogollón. Viajé a Argentina con el Grupo 5 y viví de cerca cómo la gente idolatraba a estos grupos, no te miento que llegamos a un teatro y como yo iba en la comitiva y era parte de ellos, yo me sentía uno de los Beatles y la chicas gritaban, era una locura cuando salían al escenario, las chicas se levantaban el polo, inclusive en un momento del concierto veo que los músicos se tiran al piso y yo, como estaba de espaldas, volteo y veo a un tipo disparando, no se escuchaba por la bulla. En Argentina la movida de la cumbia es mucho más fuerte.

¿Por qué los programas dominicales y de investigación elaboran este tipo de notas? ¿Por qué a la gente le gustaban estos reportajes?

En los años ochenta, noventa tú veías los programas dominicales y veías los temas ligados a Sendero Luminoso, MRTA o narcotráfico, la gente estaba preocupada por el terrorismo, el atentado de Tarata a Canal 2, había matanzas, entonces los periodistas viajábamos a hacer esas notas y cuando nos mandaban a hacer notas de cumbia o de vedettes eras catalogado como lo último, la mascota del programa, Pero en el año 2001, cuando sale Fujimori con un país

semipacificado donde ya no había tanta violencia, la televisión, que es un espejo, empezó a reflejar lo que sentía la gente en ese momento, quería divertirse y es así como los programas dominicales más serios empiezan a tocar temas populares.

Por ejemplo Tongo salió en *Cuarto poder*, *Panorama*, *Reporte semanal*, el programa de Nicolás Lúcar, en los programas de investigación aparece Tongo. Eso que el público de la noche es distinto al de la mañana no es así. La diferencia está en el encendido, hay más público en la noche pero se toca los mismos temas. Tú ves *Reporte semanal* y hay temas inactuales, lúdicos, pero también toca denuncias, yo creo que ha cambiado el televidente la manera de ver televisión. Por ejemplo, en *Contrapunto* se tocaban los vladivideos, los muertos del 97, 98, 99 y la gente ya estaba cansada de eso y tenías a Andrea Llosa en *Reportajes* de Canal 5 trepando techos, buscando gatos para hacer un seco en La Victoria y la gente se reía, es eso lo que la gente buscaba en la televisión, quería algo ya no para estresarse sino para distraerse.

¿Es decir, ponías cualquier tema de cumbia y daba rating?

Pones *El embrujo* y la gente voltea la cabeza hasta ahorita, han pasado no sé cuántos años de *El embrujo* y la siguen poniendo en las radios y la gente se pone a cantar. Ese Estanis Mogollón es un genio. En Chile ahora está fuerte.

¿Cómo hacías para conseguir tus temas? ¿Cómo llegabas a las reuniones semanales?

En las reuniones tenías que dar tres temas y lo hacían todos, choferes, camarógrafos, editores y no podías decir cualquier tontería. En mi caso trataba de empaparme generalmente con lo que ocurría en provincias porque recién empezaba y no tenía grandes contactos en investigación, no podía meterme en las grandes ligas de la investigación. Un poco que me especialicé en esos temas entonces.

En *Reporte semanal* ya tenía experiencia. Este es un trabajo más creativo, tenía de las dos cosas, un trabajo de investigación y creativo. Ahora tienes la ayuda de la Unidad de Investigación, antes no existía eso, antes tú solito eras, no había Internet, ibas a la biblioteca, no había celular, te quedabas en la oficina hasta que te contesten el teléfono, era más complicado.

En dominicales tienes que marcar la diferencia, yo trataba de hacer temas que nadie hacía y si era un tema que iban a tocarlo todos también, tenías que marcar la diferencia y eso te lo da tu intuición. En el tema de Néctar estábamos todos los periodistas parados en la morgue de Argentina sin ninguna novedad, salía Deyvis Orozco y no decía nada, entonces me dije: acá estoy perdiendo tiempo, dejé al camarógrafo y no sé como hice y acabé en un barrio donde había peruanos que estuvieron en la última fiesta de Néctar antes del accidente. Dije ¿quién grabó el video? Había un tipo, compré el video y lo borré y esa noche promocionaron en el canal “imágenes exclusivas del último concierto de Néctar”, y esas cosas marcan la diferencia, buscar el otro ángulo porque si no ibas a contar la misma crónica que todos iban a contar.

Ahora que eres productor periodístico, ¿cómo un productor o director distingues qué tema es bueno y cuál no? ¿Qué cosa ve?

Nos guiamos mucho por el minuto a minuto del rating, empezamos a ver qué fue lo que más vio la gente y en base a eso trabajamos.

¿Pero el rating refleja si un tema es bueno?

Para empezar no hay tema malo, lo que refleja el rating es lo que la gente quiere ver, lo que le gusta a la gente, a algunos les parece más interesante los temas de investigación pero para otros es más denso. ¿Qué es más importante? Depende de tu público objetivo, lo que nos ha dicho la experiencia es que se quieren ver las dos cosas, pero primero quieren ver al muertito y luego la investigación.

MATRICES

MATRIZ 1: IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO

¿QUÉ VOY A SISTEMATIZAR?	¿PARA QUÉ?	¿CUÁLES SON LOS COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA?
LA EXPERIENCIA RELEVANTE (EL OBJETO)	LOS OBJETIVOS	LOS TEMAS EJE QUE ORIENTARÁN EL ORDENAMIENTO

MATRIZ 2: INTERROGANTES

EXPERIENCIA	TEMA –EJE	INTERROGANTES
-------------	-----------	---------------

MATRIZ 3: ORDENAR Y DESCRIBIR LA EXPERIENCIA

MOMENTOS	ACTIVIDADES	PROCEDIMIENTOS Y RESULTADOS (CONTEXTOS)	INTERROGANTES
----------	-------------	---	---------------

TEXTOS DE REPORTAJES

EJEMPLO 1: Aquí se podrá observar y leer un texto de un reportaje. Se nota claramente el título del reportaje, el nombre de la reportera, qué imagen o bite da inicio a la nota, cómo se coloca el número de las cintas, el tiempo seleccionado, el inicio de las declaraciones del entrevistado, nombre del entrevistado, se aprecia algunos términos ya explicados como bite, ambiental, fade a negro. Se escribe el texto en mayúsculas para mejor visualización del editor al momento de ingresar a sala de edición. Este es un reportaje de aproximadamente 12 minutos.

**REPORTAJE: CUMBIA DESPECHADA
INFORME: GINA HERNÁNDEZ**

**AMBIENTAL DE ENTREVISTADO JULIO JAVIER- LOCUTOR DE RADIO
DVC 1 17.03-17.25 AY DIOS MÍO... (OJALÁ QUE TE MUERAS)**

ENTRA VIDEOCLIP *OJALÁ QUE TE MUERAS*

OJALÁ QUE TE MUERAS... QUE TODO TU MUNDO SE VAYA AL OLVIDO... FRASES QUE SOLO PUEDEN SURGIR DEL ODIOS, COMO EL QUE SE TIENE AL PEOR ENEMIGO. PERO EN ESTE CASO SE DIRIGEN A LA PERSONA QUE SE HA AMADO. EL AMOR ES AHORA FERROZ DESPECHO.

AMBIENTALES:

DVC 1 5.20-5.37 “LA TEMÁTICA EN LAS CANCIONES...”

DVC 1 12.26-12.42 “POR EJEMPLO ESTA CANCIÓN... HUMÍLLATE... A BRAZO A TORCER...”

DVC 3 3.52-4.18 CANTAN *RATA DE DOS PATAS* (GRUPO ALMA BELLA)

DEL AMOR AL ODIOS HAY UN PASO... AL MENOS ESO DICEN... EN ESTE REPORTAJE CONOCERÁ LAS CANCIONES MÁS DESPECHADAS QUE PIDEN A GRITOS EN NUESTRAS RADIOS LOCALES... Y LAS QUE ESTAMOS SEGUROS TAMBIÉN CANTARA CON NOSOTROS... AUNQUE NO SUFRA DE MAL DE AMORES...

AMBIENTAL DE UN CONCIERTO DE CUMBIA

FADE A NEGRO PRINCIPAL

DVC 2 ROSSY WAR

A FINALES DE LOS NOVENTA... LA VOZ RONQUITA DE ROSSY WAR INVADÍA LAS RADIOS LIMEÑAS... VALGAN VERDADES ELLA FUE LA PRIMERA MUJER QUE IMPUSO EL RITMO LLAMADO TECNOCUMBIA A NIVEL NACIONAL...*QUE TE PERDONE DIOS* FUE UN EXITAZO ROTUNDO....

MÚSICA *QUE TE PERDONE DIOS.*
AMBIENTAL DE ROSSY SOBRE ESO...

ROSSY WAR DESDE NIÑA TUVO INFLUENCIA DE LAS CANCIONES MEXICANAS... DE AQUELLAS RANCHERAS CORTAVENAS... ESO AGREGADO A SU PECULIAR VOZ HACÍA ESCARAPELAR LA PIEL... INCLUSO COMPUSO UNA CANCIÓN EN ESTE ESTILO A TRAVÉS DE LA VIVENCIA DE UNA AMIGA...

BITE: ROSSY WAR- CANTANTE DE TECNOCUMBIA:
DVC 2 6.59-7.43 CON TODO LO QUE....

DVC 2 LE CANTA A TITO MAURY:
16.53-17.40 ESPERO... CON MÁS FUERZA
DVC 2 20.08 BESO////20.14 JUNTOS

HACE UNOS AÑOS DECIDIÓ GRABAR EN VERSIÓN TECNOCUMBIA *RATA DE DOS PATAS* DE PAQUITA LA DEL BARRIO...

AMBIENTAL DE VIDEOCLIP PAQUITA LA DEL BARRIO

DVC 2 ROSSY WAR-CANTANTE DE TECNOCUMBIA:
**8.17-8.50 TE JURO QUE A PESAR QUE NO LE HEMOS HECHO MUCHA PROPAGANDA...
RATA DE DOS PATAS... DE MEMORIA...**

AMBIENTAL DE VIDEOCLIP DE ROSSY WAR *RATA DE DOS PATAS*

RATA DE DOS PATAS... ANIMAL RASTRERO... AUNQUE MUCHAS NO LO DIGAN DE FRENTE ALGUNA VEZ SE LES HA CRUZADO POR LA MENTE GRITÁRSELO A TODO PULMÓN....

BITE JULIO JAVIER- LOCUTOR DE RADIO
DVC 1 17.38-18.02 “ESTE ES UN CASO DE LA VIDA REAL...” (A LLORAR A OTRA PARTE)

AMBIENTAL DEL CONCIERTO DE LOS HERMANOS YAIPÉN

ESTAS LETRAS SUMADAS AL RITMO QUE AHORA ESTÁ DE MODA, LA CUMBIA, SIMPLEMENTE SE HAN CONVERTIDO PARA TODOS LOS GRUPOS EN UN VERDADERO NEGOCIO REDONDO... NO HAY RADIO QUE NO PONGA ESTAS CANCIONES...

BITE. JULIO JAVIER- LOCUTOR DE RADIO
DVC 1 13.41-14.14 CON BORIS... CUÁNTAS VECES PUEDES PONER... OJALÁ QUE NO

LOS HERMANOS YAIPÉN HAN ADOPTADO LETRAS DE RANCHERAS MEXICANAS CON EL RITMO DE SU CUMBIA NORTEÑA... UN VERDADERO ACIERTO PUES NO HAY CONCIERTO QUE NO BAJE DE 3 MIL PERSONAS...

AMBIENTALES:
DVC 1 1.39-1.58 ARRANCAMOS... (*OJALÁ QUE TE MUERAS*)
DVC 1 7.29-7.59 EN REALIDAD LA AUTONOMÍA DE MUCHAS CANCIONES... LA ACEPTA

ASÍ ES... COMO ESTA QUE DICE A CHILLAR A OTRA PARTE DEL GRUPO PESADO...

**AMBIENTAL DEL VIDEOCLIP DEL GRUPO MEXICANO PESADO
SEGUNDO FADE A NEGRO**

AMBIENTALES DENTRO DEL ÓMNIBUS

DVC 4 6.58-7.47 CANTA *DIME*

7.52-8.08 A QUIÉN LE DEDICAS ESA CANCIÓN... (HASTA PIFIAN)

ELLOS SON LOS CHICOS DE LA ORQUESTA TEMPESTAD... UN GRUPO DEL NORORIENTE PERUANO QUE HA VISTO EN ESTE TIPO DE LETRAS EL ÉXITO QUE BUSCABA...

ORQUESTA TEMPESTAD

DVC 4 10.16-10.42 YO CREO QUE EN ESTOS TIEMPOS... LE GUSTA

AMBIENTAL DE UNA CANCIÓN DVC 4 3.52-4.35 ELLA TENDRÁ QUE PAGAR...

DVC 4 10.51-11.11///12.43-12.53///11.54-12.07

AUNQUE A ELLOS LES CUESTE MÁS ACEPTAR UNA DECEPCIÓN... LAS MUJERES PREFIEREN CONFESARLO CANTANDO A RABIA... UNA FORMA DE DESAHOGO POR AQUELLOS QUE MAL PAGAN...

GRUPO ALMA BELLA

DVC 3 1.20-1.37 ES QUE REALMENTE LOS HOMBRES SON UN...

DVC 3 2.04 AMBIENTAL CANTAN *MALO*...

DVC 3 3.19-3.41 TODAS LAS MUJERES DESPECHADAS...

Y ES QUE SEGÚN DICEN LO QUE NO SE HACE POR AMOR SE HACE POR DESPECHO...

DVC 1 4.16-4.37 ESTAS SON LAS 12 QUE MANDAN... (LOS HOMBRES SON UNA BASURA)

BTC AMBIENTAL DE LA CANCIÓN

DVC 1 5.50-6.14 ES PARTE DE NUESTRA CULTURA POPULAR... MUY POPULAR...

ES CIERTO... ES POR ESO... QUE AHORA GRITARLE A ALGUIEN BASURA... CANALLA... O QUE TE MUERAS SE ESTÁ CONVIRTIENDO EN PAN DE CADA DÍA... CLARO ESTÁ A TRAVÉS DE CANCIONES Y SOBRE TODO EN UN BUEN NEGOCIO...

BTC AMBIENTAL DE CONCIERTO DE CANTANTE MARISOL, TEMA *CANALLA*...

DVC 1 6.33-7.01 PARECERÍA QUE HAY PAREJAS...

FADE A NEGRO FINAL

AMORES NO CORRESPONDIDOS... DESAMOR... SHOCK SENTIMENTAL... ESTA PODRÍAMOS DECIR ES BASE DE LAS CANCIONES DE DESPECHO... ENTRE LOS AÑOS 30 Y 60 LOS PRINCIPALES GÉNEROS EN AMÉRICA LATINA HAN COMPUESTO ESTA CLASE DE MÚSICA... YA SEA EN VALSES PERUANOS, PASILLOS ECUATORIANOS, TANGOS ARGENTINOS, BOLEROS CUBANOS O RANCHERAS MEXICANAS...

AMBIENTAL DEL VIDEOCLIP DEL GRUPO MEXICANO ÁNGELES DE CHARLY... *OJALÁ QUE TE MUERAS*...

COMO SUPLICA UN VIEJO VALS, ÓDIAME SIN MEDIDA NI CLEMENCIA, PORQUE EL RENCOR HIERE MENOS QUE EL OLVIDO... ¡Y AL QUE LE CAIGA EL GUANTE QUE SE LO CHANTE!

TERMINA CON AMBIENTAL DEL VIDEOCLIP *RATA DE DOS PATAS*

Ejemplo 2. El siguiente texto es otro ángulo del fenómeno de la cumbia. El negocio de aquellos que se dedican a grabar los conciertos, reproducirlos en DVD y luego los venden a los comerciantes de música. Este reportaje duró entre 15 y 18 minutos.

**REPORTAJE: REYES DE LAS FILMACIONES
INFORME: GINA HERNÁNDEZ**

LE SUENAN PERO ¿SABE QUIÉNES SON?...

**PICADITO DE LOS GRUPOS DICHIENDO:
AY C// ANDAHUAYLINO/// SEVAS**

SÍ... HABRÁ ESCUCHADO ESTOS NOMBRES EN LOS CONCIERTOS DE CUMBIA O DE MUSICA ANDINA QUE HA ASISTIDO... O TAL VEZ HA VISTO ALGUNOS DE LOS VIDEOCLIPS DE SUS GRUPOS Y CANTANTES FAVORITOS... PUES EL QUE USTED DISFRUTE EN LA COMODIDAD DE SU CASA DE UN CONCIERTO EN VIVO Y ARME LA PACHANGA CON SUS AMIGOS Y FAMILIARES, SE LO DEBE A LOS REYES DE LAS FILMACIONES...

FADE A NEGRO PRINCIPAL

**DVC 2 JORGE PÉREZ- PRODUCCIONES AYC
37.39-37.44 QUÉ TAL AMIGOS COMO ESTÁN**

JORGE PÉREZ ES UN CHICLAYANO QUE DEDICÓ LA MAYOR PARTE DE SU VIDA A LA REALIZACIÓN DE PROYECTOS ESPECIALES DE IRRIGACIÓN Y ENERGIA ELÉCTRICA... UN POCO COMPLICADO, ¿VERDAD?... SIN EMBARGO SU DESTINO SERÍA OTRO...

**DVC 1 JORGE PÉREZ- PRODUCCIONES AYC
3.14-3.35 ME EQUIVOQUÉ DE CARRERA... RENUNCIAR...**

RENUNCIÓ A SU TRABAJO Y ACÁ EN LIMA POSTULÓ A UNA DISQUERA PARA SER REPRESENTANTE DE VENTAS Y PROMOCIONES... ASÍ INGRESÓ AL MUNDO DE LA MÚSICA...

**DVC 1 JORGE PÉREZ- PRODUCCIONES AYC
4.24-4.46 “YO COMENCÉ SIN NADA, UNA CÁMARA”**

DE ESO HAN PASADO YA 18 AÑOS... CREÓ AYC PRODUCCIONES... LAS INICIALES DEL APELLIDO DE SU MADRE Y EL DE SU ESPOSA...

**DVC 1 JORGE PÉREZ- PRODUCCIONES AYC
7.02-7.14 “EL QUE MÁS COMPRA... 5 MIL, 6 MIL DISCOS”**

ENTRA VIDEOCLIP DEL CONCIERTO DEL GRUPO CARIBEÑOS

DVC 1 JORGE PÉREZ- PRODUCCIONES AYC
9.46-10.00 2 “TENGO LA OPORTUNIDAD DE QUE ES... ESTANIS MOGOLLÓN”

ENTRA VIDEOCLIP DE ESTANIS MOGOLLÓN

(8 IMÁGENES PARA TAPAR PÁRRAFO DE ABAJO)
BTC 6 16.43 APOYO SEÑOR JORGE HABLANDO POR FONDO
BTC 6 17.13 MUESTRA CARNET DE STAFF AYC
BTC 6 17.58 COLOCAN CABLES
BTC 6 20.57 TOMA CON SUS TRABAJADORES Y LAS CÁMARAS

PERO ¿CUÁL ES EL NEGOCIO?... ELLOS ACTÚAN COMO LAS DISQUERAS, PERO EN VEZ DE TENER UN CONTRATO PARA GRABAR UN DISCO, LO TIENEN PARA GRABAR UN CONCIERTO EN LIMA, PROVINCIAS O EL EXTRANJERO. ADEMÁS DE SUS GANANCIAS POR LA COMERCIALIZACIÓN DEL VIDEO, EXISTE LA OBLIGACIÓN DEL GRUPO MUSICAL DE ADQUIRIR UN MÍNIMO DE MIL DISCOS. DE ESTA FORMA LA EMPRESA SE ASEGURA QUE SALGA EL PRODUCTO Y QUE NO SE QUEDE POR EL TEMA DE LA PIRATERÍA.

DVC 1 JORGE PÉREZ- PRODUCCIONES AYC
17.49-18.10: “AHORA ESTAMOS VIENDO UN VIDEO... MI ESPOSA”

ASÍ ES, DOÑA ELIDA ES LA ESTRELLA EN AYC... AUNQUE EN UN PRINCIPIO LA CUMBIA NO IBA CON ELLA... **DVC 1 16.14 APOYOS ESPOSA EDITA**

DVC 1 ELIDA DE PÉREZ-PRODUCCIONES AYC
18.51-19.14 “A USTED NO LE GUSTABA LA CUMBIA... DÁNDOLE”

DVC 1 APOYOS 21.29
AMBIENTAL DE VIDEOCLIP HERMANOS YAIPÉN

DVC 2 37.37 MUESTRA DVD
LA MAYORÍA DE VIDEOCLIPS DE LOS GRUPOS DE CUMBIA QUE ESTÁN DE MODA SON PRODUCIDOS POR AYC... UN ESFUERZO QUE NO SOLO ES RECONOCIDO AQUÍ EN EL PERÚ SINO TAMBIÉN EN EL EXTRANJERO...

DVC 1 JORGE PÉREZ-PRODUCCIONES AYC
36.51-37.10 “ANTES YO TENÍA QUE ROGAR... ME LLAMAN”
DVC 1 22.27 APOYOS DE LOS 3 CHEQUEANDO MATERIAL

DON JORGE HA VISTO SU TRABAJO BURDAMENTE COPIADO, EN CRISTIANO PIRATEADO, A NIVEL NACIONAL...

DVC 1 JORGE PÉREZ-PRODUCCIONES AYC
28.10-28.39 “USTED CUANDO LE VENDIERON... EN EL HUECO... POLICÍA”

((DVC 1 29.00)) ASÍ QUE DECIDIMOS PROBAR EL VIDEO PIRATA QUE EL SEÑOR JORGE ADQUIRIÓ...

DVC 1 29.38 EMPIEZA VIDEO PIRATEADO-PONER UN AMBIENTALITO
DVC 1 JORGE PÉREZ-PRODUCCIONES AYC
31.46-32.16 “TENÍAMOS ESTE MATERIAL...” (LO ABRE)

AMBIENTAL DE VIDEOCLIP HERMANOS YAIPÉN

DVC 2 37.49-38.35 SEÑOR JORGE ACABA DE LLEGAR... LO HEMOS PREPARADO...

**BTC AMBIENTAL DE CONCIERTO DE CARIBEÑOS
SEGUNDO FADE A NEGRO**

DVC 3 34.58 ¡YO SOY EL ANDAHUAYLINO!

ASÍ ES...RÓMULO CACYA ES EL ANDAHUAYLINO... SÍ... NACIÓ EN ESA HERMOSA ZONA DE NUESTRO PAÍS... FUE TRANSPORTISTA HASTA QUE UN CONCIERTO DE MÚSICA FOLCLÓRICA CAMBIARÍA SU VIDA...

**DVC 3 RÓMULO CACYA – PRODUCCIONES EL ANDAHUAYLINO
1.34-1.49 “LLEGUÉ A LIMA Y EMPECÉ... GRABANDO”**

HACE 8 AÑOS EMPEZARÍA UNA ODISEA... NO TENÍA CONTACTOS... NI MUCHO MENOS HABÍA MANEJADO UNA CÁMARA FILMADORA...

**DVC 3 RÓMULO CACYA-PRODUCCIONES EL ANDAHUAYLINO
2.16-2.36 DE AHÍ ME FUI A UN CONCIERTO DE ABENCIA MEZA...**

EL VIDEOCLIP LE GUSTÓ TANTO A ABENCIA... QUE LO LLAMÓ PARA REALIZAR OTRO... AHÍ EMPEZARÍA SU GRAN SUEÑO...

**AMBIENTAL DE VIDEOCLIP ALICIA DELGADO
DVC 3 RÓMULO CACYA-PRODUCCIONES EL ANDAHUAYLINO
13.19-13.43 “A VECES HAY MOMENTOS... ESTE AHÍ”**

IMAGENES PA TAPAR (DVC 3 24.35-24.48 SE RÍE...GOLPEA LA MESA...)
SU CHISPA... SU BUEN HUMOR... HICIERON QUE NUNCA SE DIERA POR VENCIDO... ARDUA TAREA PUES... NO ESTUDIÓ NI CÁMARA NI EDICIÓN... DICE QUE TODO LO APRENDIÓ OBSERVANDO...

**DVC 3 RÓMULO CACYA- PRODUCCIONES EL ANDAHUAYLINO
7.19-7.43 CUÁNTO TIEMPO SE DEMORA... CUSCO**

**AMBIENTAL DVC 3 17.33-18.07 PRODUCCIONES EL ANDAHUAYLINO
DVC 3 18.23-18.38 VEO EL VIDEO DESPUÉS DE TIEMPO... (HASTA QUE LA CAMARA VA A SU ROSTRO)**

AQUÍ EL NEGOCIO ES DIFERENTE... EL 90 POR CIENTO DE LAS PRODUCCIONES SON PARA EL FOLCLOR... HACEN EL VIDEOCLIP, ENTREGAN EL MATERIAL PROMOCIONAL AL ARTISTA Y EL ANDAHUAYLINO TIENE LA LIBERTAD DE REPRODUCIRLOS CUANTAS VECES QUIERA PARA SACARLO A LA VENTA... AUNQUE AQUÍ TAMBIÉN ENTRA A TALLAR LA PIRATERÍA...

**RÓMULO CACYA-PRODUCCIONES EL ANDAHUAYLINO
DVC 3 9.05-9.15 HEMOS HECHO BASTANTE TRABAJO
DVC 3 19.59 APOYOS DE ÉL EDITANDO-PONER UN CACHITO COMO PASE
DVC 3 25.19-25.50 CÓMO LOGRA QUE EL CHICO... DEL VIDEOCLIP**

LOS NUEVOS VALORES LO BUSCAN PARA CONTRATAR SUS SERVICIOS... PUES LA PRODUCTORA ES MUY RECONOCIDA EN ESTE AMBIENTE ARTÍSTICO...

DVC 3 27.49-28.11 CUÁNTOS ARTISTAS NUEVOS...

UNA DE ELLAS ES LA CHELERA DE LAS CHELERAS...

**BCT 6 MARISOL- CANTANTE VERNACULAR
14.32-14.45 MARISOL PORQUE LAS CHELERAS DE LAS CHELERAS....
APOYOS DE ELLA 13.17**

PERO AQUÍ EL NEGOCIO ES FAMILIAR... SUS HIJOS SON LAS ESTRELLAS DE LA EDICIÓN...

BTC 6 APOYOS DE LOS DOS 9.54

**RÓMULO CACYA-PRODUCCIONES EL ANDAHUAYLINO
BTC 6 8.48-9.12 DICEN QUE SON UNOS MONSTRUOS... PROFESIONAL**

AMBIENTAL DE SUS VIDEOS... ¡EL ANDAHUAYLINO!

**IMÁGENES PARA TAPAR:
DVC 3 41.45 ESCUCHA Y DISFRUTA SUS CANCIONES
DVC 3 43.06 BAILA Y MUEVE LOS BRAZOS**

DISFRUTA CADA TRABAJO... Y MÁS AÚN, LA MÚSICA LE HACE RECORDAR A SU TIERRA... ASÍ ES EL ANDAHUAYLINO...

TERCER FADE A NEGRO

**DVC 4 SEGUNDO VÁSQUEZ-PRODUCCIONES SEVAS
5.14-5.17 YO SOY SEGUNDO VÁSQUEZ DE SEVAS PRODUCCIONES CON MUCHO ORGULLO**

ASI ES SEGUNDO VÁSQUEZ, NORTEÑO DE PURA CEPA... HACE 14 AÑOS DECIDIÓ DEJAR DE LADO EL NEGOCIO DE LA VENTA DE ZAPATILLAS Y SANDALIAS... PARA COMPRARSE UNA CÁMARA FILMADORA...

**DVC 4 SEGUNDO VÁSQUEZ-PRODUCCIONES SEVAS
51.26-51.47 “EN EL TIEMPO QUE YO EMPECÉ A GRABAR... YO LE DABA UNA COPIA GRATIS... NO TODOS”**

EMPEZÓ COMO HOBBY... PUES LO QUE GRABABA LO UTILIZABA PARA SU PROPIO USO... ES DECIR EN SUS REUNIONES FAMILIARES SACABA SUS VIDEOS PARA BAILAR...

**DVC 4 51. 57-52.25 SEGUNDO VÁSQUEZ-PRODUCCIONES SEVAS
YO COMENCÉ POR HOBBY... VIDEO**

CUANDO LOS GRUPOS EMPEZARON A VER SU TRABAJO... LLEGARON LOS CONTRATOS, LAS AMANECIDAS Y CONOCIÓ EL TÉRMINO PIRATERÍA...

**SEGUNDO VÁSQUEZ- PRODUCCIONES SEVAS
DVC 4 50.02-50.09 “A VECES HAY UN PROBLEMA... ES IMPOSIBLE”
DVC 4 53.10-53.28 UNO SE MATA EN LA NOCHE... NO GRABÉ...**

AMBIENTAL DE UN CONCIERTO QUE DIGA PRODUCCIONES SEVAS

**DVC 4 SEGUNDO VÁSQUEZ-PRODUCCIONES SEVAS
54.07-54.46 CUÁL HA SIDO LO MÁXIMO QUE HA GRABADO....**

DVC 4 59.29 FOTOS

TAN CONOCIDO ES SEVAS EN EL MUNDO DE LA CUMBIA NORTEÑA, ANDINA Y COSTEÑA... QUE AHORA CELEBRARÁ SU CUMPLEAÑOS NUMERO 48 POR TODO LO ALTO... HASTA MEDIANTE VOLANTES....

DVC 4 1.08.28 IMAGEN CON EL VOLANTE DE SU CUMPLEAÑOS

(SE PUEDE PONER UN POCO DE ÉL CAMINANDO CON UNA MÚSICA DE CUMBIA DE FONDO COMO PASE, PUEDEN SER 5 O 10 SEGUNDOS)

DVC 5 CAMINA

DVC 5 10.22 APOYO

SEGUNDO VÁSQUEZ-PRODUCCIONES SEVAS

DVC 4 2.01-2.09 ESTE ES MI TRABAJO... NO LO OLVIDE

DVC 4 6.55-7.11 CÓMO SE SIENTE USTED... ME LLAMAN

AQUÍ EL NEGOCIO ES DISTINTO, SEVAS SOLO GRABA CONCIERTOS EN VIVO POR CONTRATO... EL MATERIAL SE LO DA AL GRUPO... ADEMÁS DE VENDERLO A OTRAS PRODUCTORAS-DISTRIBUIDORAS... AUNQUE NO HA DEJADO DE LADO SUS FILMACIONES DE QUINCEAÑEROS, 18 AÑOS, MATRIMONIOS, ETC.

COMERCIANTE DE MESA REDONDA

DVC 5 1.33-1.47 ACÁ VENDEMOS TODOS LOS VIDEOS... SEVAS PRODUCCIONES

DIAMANTE ANDINO-CANTANTE VERNACULAR

DVC 5 0.27 -0.47 TENGO LA SUERTE DE CONOCER... TODO BIEN

DVC 5 3.11 ZAPATEA

DVC 5 4.22 ZAPATEAN LOS DOS

AMBIENTAL DE UN CONCIERTO PRODUCIDO POR SEVAS

FADE A NEGRO FINAL

ELLOS SON JORGE, RÓMULO Y SEGUNDO...

SEGUNDO VÁSQUEZ-PRODUCCIONES SEVAS

DVC 4 7.20-7.28 QUÉ TAL ES EL TRABAJO... CUMBIA PERUANA

JORGE PÉREZ-PRODUCCIONES AYC

DVC 1 7.50-7.55 LA COMPETENCIA... HUMILDE

PERUANOS QUE NACIERON PLEBEYOS PERO AHORA SON LOS REYES DE LAS FILMACIONES DE LA CUMBIA Y EL FOLCLOR, ENNOBLECIDOS POR EL TRABAJO DURO, Y QUE SOLO TIENEN UN ENEMIGO: LOS PIRATAS...

Análisis Diario (TvToday) - Informe Diario de Rating de Tv

Minutos: Bloques de Programa/Tandas de Programa

Targets: Hogares Total (U:1,984,882.9/C:446), Hogares AB, Hogares C, Hogares DE

Día: Domingo 11 de mayo de 2008

Hora	CANAL 02				CANAL 04				CANAL 05				CANAL 09				Encendido			
	TOT	A/B	C	D/E	TOT	A/B	C	D/E	TOT	A/B	C	D/E	TOT	A/B	C	D/E	TOT	A/B	C	D/E
07:00	SOMOS EMPRESA-D-MA 2.8 2.3 1.9 3.6				AUTOMUNDO-D-MA 1.8 1.3 0.3 2.9				24 HORAS ED.DOMINICA 4.5 2.0 2.3 6.9				CANTO ANDINO-D-MA 5.1 2.0 5.9 5.9				24.2 17.8 20.5 29.3			
07:30	SOMOS EMPRESA-D-MA 3.0 3.4 2.0 3.4				INUYASHA-D-MA 4.2 0.6 3.0 6.6				24 HORAS ED.DOMINICA 5.1 4.0 3.9 6.4				CANTO ANDINO-D-MA 6.1 2.6 5.8 7.9				30.0 23.2 28.2 34.1			
08:00	SETIMO DIA-D-MA 5.9 6.0 3.0 7.5				DOMINGO AL DIA-D-MA 4.9 3.3 4.7 5.7				24 HORAS ED.DOMINICA 4.4 3.6 3.5 5.3				TOM Y JERRY TALES-D-MA 7.1 2.4 6.8 9.4				34.4 31.0 31.5 37.7			
08:30	SETIMO DIA-D-MA 8.2 9.1 4.8 9.8				DOMINGO AL DIA-D-MA 5.7 4.2 5.8 6.2				24 HORAS ED.DOMINICA 2.9 4.8 2.7 2.1				EL MUNDO DE ELMO-D-MA 6.4 2.1 6.7 8.2				39.0 37.2 38.6 40.1			
09:00	REPORTE SEMANAL-D-MA 11.0 11.7 9.4 11.7				DOMINGO AL DIA-D-MA 5.2 5.1 5.8 4.9				REPORTAJES-DO-MA 5.2 9.5 5.6 3.0				PLAZA SESAMO-D-MA 4.5 1.0 5.9 5.3				41.5 42.3 43.5 39.9			
09:30	REPORTE SEMANAL-D-MA 12.8 14.6 10.8 13.3				DOMINGO AL DIA-D-MA 5.2 6.6 6.0 4.0				REPORTAJES-DO-MA 3.7 5.2 5.2 2.1				SUPERPODEROSAS-D-MA 3.7 1.1 2.2 5.9				42.5 45.7 42.6 41.0			
10:00	REPORTE SEMANAL-D-MA 12.0 16.3 10.4 11.1				LOLA ERASE UNA VEZ-D-MA 5.6 3.6 4.2 7.3				REPORTAJES-DO-MA 4.5 4.9 7.1 2.7				DUCK DODGERS-D-MA 3.4 2.3 2.4 4.6				42.5 47.4 41.3 41.0			
10:30	REPORTE SEMANAL-D-MA 12.7 16.2 13.4 10.6				LOLA ERASE UNA VEZ-D-MA 5.7 3.4 3.1 8.4				REPORTAJES-DO-MA 3.4 2.6 5.0 2.7				LOS PADRINOS MAGICOS-D-MA 3.3 2.1 3.1 4.1				43.9 43.4 44.4 43.8			
11:00	REPORTE SEMANAL-D-MA 11.1 14.4 10.7 9.9				LOLA ERASE UNA VEZ-D-MA 6.4 4.0 5.4 8.0				LOS PORTALES-D-MA 1.2 1.4 1.8 0.8				DE PELICULA-D-MA 3.5 1.9 3.1 4.4				39.8 38.1 41.7 39.5			
11:30	AYER Y HOY-D-MA 6.8 10.4 5.6 6.0				EL CHAVO ANIMADO-D-MA 7.1 4.0 5.4 9.5				CLASICOS D LA D-D-MA 1.6 2.0 1.9 1.2				DE PELICULA-D-MA 3.5 2.3 2.6 4.6				36.0 36.1 36.4 35.6			
12:00	AYER Y HOY-D-MA 5.0 6.8 3.4 5.2				CINESCAPE-D-TA 5.4 5.1 3.3 6.8				BIONATURISTA-D-TA 0.8 1.0 0.5 0.8				RECORD MUND.GUIN-D-T 4.8 3.9 2.6 6.6				35.6 37.4 31.0 37.6			
12:30	AYER Y HOY-D-MA 4.4 6.2 2.0 5.1				CINESCAPE-D-TA 5.3 6.0 3.5 6.1				CLASICOS D LA D-D-TA 2.5 1.4 0.8 4.0				NO ME OLVIDES 4.0 1.9 2.7 5.7				36.1 40.2 26.8 39.8			
13:00	AYER Y HOY-D-MA 3.1 4.4 2.3 3.0				PSYCH-D-TA 5.5 5.7 4.8 5.7				CLASICOS D LA D-D-TA 4.6 1.2 1.3 8.2				NO ME OLVIDES 3.8 2.1 3.1 4.9				35.7 39.7 30.0 37.3			
13:30	ESP.METEORO LA PELICULA-D-TA 2.5 3.5 1.2 2.8				PSYCH-D-TA 4.3 4.0 3.8 4.8				CLASICOS D LA D-D-TA 4.4 1.7 2.4 6.9				NO ME OLVIDES 4.8 2.3 5.2 5.8				33.6 34.3 31.0 34.8			
14:00	TRES POR TRES-D-TA 3.7 3.1 3.2 4.3				LOS OJOS DE ANGELA-D-TA 3.3 2.3 3.2 3.9				STARMANIA-D-TA 2.4 1.3 1.9 3.2				NO ME OLVIDES 5.1 3.1 5.2 6.0				32.6 29.7 33.3 33.5			
14:30	TRES POR TRES-D-TA 4.2 1.9 5.6 4.5				LOS OJOS DE ANGELA-D-TA 3.3 2.4 4.3 3.2				STARMANIA-D-TA 2.9 2.2 2.5 3.4				NO ME OLVIDES 4.3 2.6 3.9 5.3				33.4 27.4 38.8 32.8			
15:00	JUAN AURICH-U.SAN MARTIN 3.0 1.5 4.0 3.2				ESPECIAL DEL CHAVO-D-TA 6.9 1.9 6.6 9.4				STARMANIA-D-TA 1.8 2.6 2.3 1.1				CHUCKY II 5.3 2.3 3.6 7.7				36.6 28.1 41.1 37.8			
15:30	JUAN AURICH-U.SAN MARTIN				ESPECIAL DEL CHAVO-D-TA				STARMANIA-D-TA				CHUCKY II							

16:00	2.9 2.6 2.4 3.2 JUAN AURICH-U.SAN MARTIN	7.8 3.1 6.3 10.9 ESPECIAL DEL CHAVO- D-TA	1.3 1.5 2.2 0.7 PELEADOR 2	5.3 1.0 4.0 8.1 CHUCKY II	38.2 31.4 39.3 40.7
16:30	4.1 5.0 2.8 4.5 JUAN AURICH-U.SAN MARTIN	6.4 1.7 5.8 8.8 LOS ROSTROS DEL 2007-D-TA	1.1 0.3 1.0 1.5 PELEADOR 2	6.7 2.1 3.5 10.8 CHUCKY II	39.2 32.2 39.5 42.2
17:00	5.4 7.0 2.3 6.5 BEETHOVEN	5.4 1.5 7.0 6.2 LOS ROSTROS DEL 2007-D-TA	1.2 0.3 0.4 2.0 PELEADOR 2	6.9 2.3 2.5 11.6 CHUCKY II	40.1 34.9 41.0 41.9
17:30	3.7 3.9 2.1 4.5 BEETHOVEN	6.2 2.1 8.4 6.7 LOS ROSTROS DEL 2007-D-TA	2.3 0.1 2.2 3.4 PELEADOR 2	6.3 1.8 3.8 9.9 AMERICAN PIE 2	41.4 35.5 44.2 42.3
18:00	5.4 4.6 5.6 5.6 BEETHOVEN	6.1 2.5 7.2 7.1 EL PANTERA-D-TA	3.3 0.6 2.9 4.9 MEJOR NATIONAL GEOGRAPHIC-D-TA	6.3 3.4 4.8 8.6 AMERICAN PIE 2	42.6 36.4 44.8 44.0
18:30	6.4 5.7 6.5 6.6 BEETHOVEN	4.8 1.8 3.9 6.6 EL PANTERA-D-TA	3.7 2.1 3.0 4.8 MEJOR NATIONAL GEOGRAPHIC-D-TA	8.9 4.4 7.7 11.7 AMERICAN PIE 2	45.0 39.5 45.8 46.9
19:00	8.1 5.5 8.9 8.9 INDIANA JONES Y EL TEMPLO DE LA PERDICION	4.6 1.6 3.4 6.8 EL SANTO CONVENTO- D-NO	4.5 2.6 4.1 5.5 TELE DEPORTE-DOM.	8.5 6.6 6.6 10.5 AMERICAN PIE 2	47.3 38.5 49.8 49.9
19:30	7.7 5.4 7.6 8.7 INDIANA JONES Y EL TEMPLO DE LA PERDICION	5.9 5.4 6.3 5.8 EL SANTO CONVENTO- D-NO	5.2 5.0 6.3 4.7 TELE DEPORTE-DOM.	8.9 8.6 7.5 9.9 AMERICAN PIE 3	49.2 38.6 50.4 53.2
20:00	7.1 5.4 9.3 6.6 INDIANA JONES Y EL TEMPLO DE LA PERDICION	8.0 9.4 7.0 7.9 CUARTO PODER-D-NO	8.5 7.1 10.2 8.1 PANORAMA	9.4 8.8 8.3 10.2 AMERICAN PIE 3	53.1 44.8 53.1 56.9
20:30	6.2 4.5 5.1 7.7 INDIANA JONES Y EL TEMPLO DE LA PERDICION	13.6 13.5 14.8 13.0 CUARTO PODER-D-NO	9.7 8.8 11.9 8.7 PANORAMA	10.4 8.4 9.1 12.1 AMERICAN PIE 3	57.2 54.0 57.8 58.3
21:00	6.8 4.8 4.8 8.9 INDIANA JONES Y EL TEMPLO DE LA PERDICION	14.9 15.5 18.0 12.8 CUARTO PODER-D-NO	9.4 9.3 14.3 6.5 PANORAMA	12.1 9.6 9.6 14.7 AMERICAN PIE 3	58.1 58.0 58.8 57.6
21:30	7.8 6.3 4.9 10.2 INDIANA JONES Y EL TEMPLO DE LA PERDICION	16.5 17.5 23.4 11.9 CUARTO PODER-D-NO	7.5 10.3 10.4 4.4 PANORAMA	13.4 9.7 13.5 14.9 AMERICAN PIE 3	61.5 65.4 65.6 57.2
22:00	9.7 8.6 7.1 11.8 EL FRANCO TIRADOR-D- NO	17.2 17.9 24.7 12.2 CUARTO PODER-D-NO	8.1 13.4 11.0 3.8 PANORAMA	12.7 10.2 12.7 13.9 DIA D-D-NO	62.5 69.8 68.0 55.8
22:30	11.8 17.2 13.0 8.7 EL FRANCO TIRADOR-D- NO	11.6 9.5 13.8 11.2 FUTBOL EN AMERI-D-NO	8.0 14.6 7.8 5.2 PULSO-D-NO	20.1 17.9 23.8 18.8 DIA D-D-NO	61.6 70.1 67.8 53.9
23:00	14.6 24.7 15.6 9.3 EL FRANCO TIRADOR-D- NO	9.4 9.2 8.4 10.2 FUTBOL EN AMERI-D-NO	3.6 5.4 3.8 2.7 PULSO-D-NO	21.4 16.9 25.3 21.1 DIA D-D-NO	60.8 70.8 64.8 53.9
23:30	12.4 24.6 11.7 7.2 EL FRANCO TIRADOR-D- NO	12.2 12.2 11.9 12.3 FUTBOL EN AMERI-D-NO	2.8 5.0 2.7 1.8 ULTIMATUM	17.4 12.8 20.0 18.0 DIA D-D-NO	55.1 69.4 55.0 48.6
00:00	9.7 18.2 10.5 5.4 EL FRANCO TIRADOR-D- NO	8.5 10.8 6.9 8.4 FUTBOL EN AMERI-D-NO	2.0 2.1 2.3 1.8 ULTIMATUM	14.1 12.1 15.3 14.2 REP.DE PELICULA-D-NO	46.1 60.0 47.1 39.1
	8.0 13.8 10.2 4.0	6.0 6.9 3.0 7.4	1.2 1.2 1.5 1.1	11.1 8.0 11.1 12.5	38.7 48.2 39.8 33.7

Análisis Diario (TvToday) - Informe Diario de Rating de Tv

Minutos: Bloques de Programa/Tandas de Programa

Targets: Hogares Total (U: 1, 984,883.9/C: 453), Hogares AB, Hogares C, Hogares DE Día: Domingo 29 de junio de 2008

Hora	CANAL 02				CANAL 04				CANAL 05				CANAL 09				Encendido			
	TOT	A/B	C	D/E	TOT	A/B	C	D/E	TOT	A/B	C	D/E	TOT	A/B	C	D/E	TOT	A/B	C	D/E
07:00	SOMOS EMPRESA-D-MA				AUTOMUNDO-D-MA				24 HORAS ED.DOMINICA				CANTO ANDINO-D-MA							
	2.8	0.5	0.9	5.0	2.3	1.6	0.6	3.6	3.6	1.3	1.4	6.0	3.1	2.0	6.0	1.8	21.9	16.6	20.8	25.0
07:30	SOMOS EMPRESA-D-MA				INUYASHA-D-MA				24 HORAS ED.DOMINICA				CANTO ANDINO-D-MA							
	3.2	1.6	2.2	4.6	4.0	1.7	1.8	6.5	4.0	2.5	3.0	5.3	4.1	3.2	6.3	3.2	29.4	25.8	26.2	33.0
08:00	SETIMO DIA-D-MA				DOMINGO AL DIA-D-MA				24 HORAS ED.DOMINICA				TOM Y JERRY TALES-D-MA							
	4.1	4.2	2.6	4.9	6.2	4.1	8.1	6.1	4.1	3.5	4.5	4.0	4.9	1.5	5.5	6.1	32.9	28.7	30.9	36.1
08:30	SETIMO DIA-D-MA				DOMINGO AL DIA-D-MA				24 HORAS ED.DOMINICA				EL MUNDO DE ELMO-D-MA							
	5.2	7.8	5.1	4.0	6.5	4.8	6.3	7.4	5.8	4.4	5.9	6.4	5.1	0.9	6.2	6.4	35.9	33.0	35.0	37.8
09:00	REPORTE SEMANAL-D-MA				DOMINGO AL DIA-D-MA				24 HORAS REPORAJES-DO-MA				PLAZA SESAMO-D-MA							
	9.2	13.3	11.4	5.9	7.2	7.5	4.8	8.6	7.0	4.7	7.0	8.0	3.2	0.9	2.9	4.4	39.8	39.8	38.0	40.9
09:30	REPORTE SEMANAL-D-MA				DOMINGO AL DIA-D-MA				REPORAJES-DO-MA				CHICAS SUPERPODEROSAS-D-MA							
	9.1	13.6	9.3	7.0	7.7	4.8	7.7	8.9	7.0	7.9	6.6	6.9	5.2	1.3	6.5	6.2	44.6	48.7	43.4	43.4
10:00	REPORTE SEMANAL-D-MA				AMIGOS MESSI-AMIGOS RONALDINHO				REPORAJES-DO-MA				LOONATICS-D-MA							
	10.1	17.4	9.5	7.2	8.7	6.0	9.4	9.6	6.2	8.5	6.9	4.8	5.8	1.7	6.2	7.5	44.7	54.3	44.2	40.6
10:30	REPORTE SEMANAL-D-MA				AMIGOS MESSI-AMIGOS RONALDINHO				REPORAJES-DO-MA				LOS PADRINOS MAGICOS-D-MA							
	9.8	17.7	10.7	5.7	9.5	7.3	7.3	11.8	5.8	8.3	5.7	4.7	5.0	1.3	4.5	7.0	44.0	55.8	41.7	40.1
11:00	REPORTE SEMANAL-D-MA				AMIGOS MESSI-AMIGOS RONALDINHO				LOS PORTALES-D-MA				DE PELICULA-D-MA							
	10.7	18.8	10.9	6.9	9.2	6.6	7.9	11.2	2.0	2.6	1.6	1.9	4.8	2.8	4.0	6.1	42.5	53.0	42.4	37.9
11:30	AYER Y HOY-D-MA				AMIGOS MESSI-AMIGOS RONALDINHO				CLASICOS D LA D-D-MA				DE PELICULA-D-MA							
	7.4	12.7	9.4	3.7	8.8	6.9	6.9	10.9	2.0	0.6	0.8	3.4	5.0	6.9	3.5	5.1	40.9	49.9	40.1	37.3
12:00	AYER Y HOY-D-MA				CINESCAPE-D-TA				BIONATURISTA-D-TA				RESUMEN EUROCOPIA-D-TA							
	5.6	7.2	8.8	3.0	6.3	6.0	6.3	6.4	2.1	0.1	0.7	3.9	4.6	6.3	4.2	4.0	37.2	43.9	37.6	33.8
12:30	AYER Y HOY-D-MA				CINESCAPE-D-TA				CLASICOS D LA D-D-TA				RESUMEN EUROCOPIA-D-TA							
	5.3	6.8	8.5	2.7	6.0	5.9	7.1	5.4	3.0	0.3	1.3	5.3	6.7	8.8	4.4	7.2	39.4	43.5	41.5	36.3
13:00	AYER Y HOY-D-MA				PSYCH-D-TA				CLASICOS D LA D-D-TA				ALEMANIA-ESPAÑA							
	4.3	4.5	5.7	3.4	5.2	6.0	5.3	4.7	4.1	0.8	3.3	6.1	9.4	13.5	8.4	8.2	45.0	47.0	47.6	42.5
13:30	TRES POR TRES-D-TA				PSYCH-D-TA				CLASICOS D LA D-D-TA				ALEMANIA-ESPAÑA							
	3.1	2.0	3.3	3.5	4.7	4.6	5.0	4.5	4.2	0.1	3.4	6.6	18.0	21.4	17.8	16.6	50.8	52.8	53.2	48.5
14:00	MAREA DE FUEGO				LOS OJOS DE ANGELA-D-TA				STARMANIA-D-TA				ALEMANIA-ESPAÑA							
	4.1	1.3	5.0	4.8	2.9	2.5	4.5	2.1	3.8	1.4	2.5	5.6	26.2	28.5	26.7	24.8	53.8	55.7	59.3	49.6
14:30	MAREA DE FUEGO				LOS OJOS DE ANGELA-D-TA				STARMANIA-D-TA				ALEMANIA-ESPAÑA							

	4.6	1.3	4.8	6.1	3.6	2.2	4.9	3.4	3.0	0.8	1.9	4.7	22.7	24.6	21.6	22.5	53.2	57.5	56.6	49.2
15:00	MAREA DE FUEGO				CRISS ANGEL MINDFREAK-D-TA				STARMANIA-D-TA				ALEMANIA-ESPAÑA							
	3.5	0.7	3.6	4.8	4.2	2.2	5.3	4.3	2.9	1.5	2.6	3.7	28.6	32.6	28.5	26.8	55.9	59.7	61.6	50.7
15:30	MAREA DE FUEGO				CRISS ANGEL MINDFREAK-D-TA				STARMANIA-D-TA				ALEMANIA-ESPAÑA							
	4.4	1.9	3.0	6.3	4.7	2.5	6.9	4.4	2.4	0.6	2.9	2.9	29.4	31.8	31.5	27.0	57.0	59.5	63.8	51.8
16:00	MAREA DE FUEGO				UNA PAPA SIN CATSUP				GUERRA SUCIA				BUCHOS UNA AVENTURA EN MINIATURA							
	4.7	3.1	3.6	6.1	6.8	2.8	8.6	7.4	2.9	1.4	3.4	3.2	12.5	13.3	14.0	11.3	51.5	56.9	55.8	46.4
16:30	MAREA DE FUEGO				UNA PAPA SIN CATSUP				GUERRA SUCIA				BUCHOS UNA AVENTURA EN MINIATURA							
	5.1	4.0	4.3	6.1	6.5	4.5	7.4	6.9	3.3	2.0	3.7	3.7	10.0	7.9	11.7	10.0	51.4	56.9	54.7	46.9
17:00	COCODRILO II EL EXTERMINIO				UNA PAPA SIN CATSUP				GUERRA SUCIA				BUCHOS UNA AVENTURA EN MINIATURA							
	5.1	2.6	4.9	6.3	7.7	5.6	7.2	9.0	4.3	1.9	6.3	4.1	9.9	7.4	11.1	10.3	51.3	56.2	54.3	47.2
17:30	COCODRILO II EL EXTERMINIO				UNA PAPA SIN CATSUP				GUERRA SUCIA				SALON DE BELLEZA							
	5.5	3.5	5.4	6.6	8.6	4.8	7.5	11.1	6.0	3.8	8.3	5.6	8.7	6.8	9.1	9.2	50.5	53.9	53.2	47.4
18:00	COCODRILO II EL EXTERMINIO				EL PANTERA-D-TA				MEJOR NATIONAL GEOGRAPHIC-D-TA				SALON DE BELLEZA							
	6.7	4.6	8.0	6.9	6.2	4.5	6.1	7.1	5.3	3.3	8.7	4.1	9.5	5.5	10.3	10.8	51.3	50.7	60.2	46.2
18:30	COCODRILO II EL EXTERMINIO				EL PANTERA-D-TA				MEJOR NATIONAL GEOGRAPHIC-D-TA				SALON DE BELLEZA							
	7.2	5.8	7.7	7.6	6.3	4.3	5.2	7.9	5.9	2.6	8.8	5.6	10.2	7.3	11.6	10.8	55.5	55.4	62.0	51.6
19:00	PROYECTO-D-TA				EL SANTO CONVENTO- D-NO				TELE DEPORTE- DOM.				SALON DE BELLEZA							
	8.0	5.8	7.6	9.2	7.9	5.0	9.5	8.3	6.9	3.8	6.7	8.4	10.7	6.0	10.9	12.7	58.8	61.1	61.8	56.0
19:30	HOY MORIRAS				EL SANTO CONVENTO- D-NO				TELE DEPORTE- DOM.				SALON DE BELLEZA							
	6.6	5.7	4.9	8.1	10.6	7.6	12.5	10.9	8.3	6.6	7.6	9.5	10.2	7.4	11.7	10.5	59.4	60.5	61.8	57.4
20:00	HOY MORIRAS				CUARTO PODER-D-NO				PANORAMA				LA PANTERA ROSA							
	8.4	5.8	8.6	9.5	13.8	14.4	16.9	11.6	10.8	14.6	9.9	9.6	8.8	7.1	10.7	8.3	62.6	66.0	63.7	60.3
20:30	HOY MORIRAS				CUARTO PODER-D-NO				PANORAMA				LA PANTERA ROSA							
	10.0	8.5	11.9	9.5	13.2	15.3	15.8	10.7	11.9	14.9	11.8	10.7	10.4	8.9	13.9	9.0	65.1	70.9	68.1	60.7
21:00	HOY MORIRAS				CUARTO PODER-D-NO				PANORAMA				LA PANTERA ROSA							
	10.8	9.0	12.8	10.3	12.9	17.6	14.6	9.6	14.2	20.2	12.9	12.3	11.5	7.4	14.7	11.5	65.8	73.2	70.5	59.5
21:30	HOY MORIRAS				CUARTO PODER-D-NO				PANORAMA				LA PANTERA ROSA							
	12.1	11.0	14.8	10.9	15.5	24.0	17.4	10.5	11.8	16.0	13.2	9.0	11.5	7.6	11.8	13.0	66.6	76.8	72.8	58.3
22:00	EL FRANCOTIRADOR- D-NO				CUARTO PODER-D-NO				PANORAMA				DIA D-D-NO							
	11.5	19.6	12.4	7.2	13.4	18.1	14.2	10.7	13.4	20.4	15.5	9.0	14.8	13.1	16.4	14.6	65.4	78.9	71.8	55.3
22:30	EL FRANCOTIRADOR- D-NO				FUTBOL EN AMERI-D-NO				PULSO-D-NO				DIA D-D-NO							
	12.8	24.9	13.9	6.7	9.3	12.7	9.4	7.7	5.3	6.5	5.4	4.8	18.1	14.4	22.7	17.0	61.9	76.7	68.8	50.9
23:00	EL FRANCOTIRADOR- D-NO				FUTBOL EN AMERI-D-NO				PULSO-D-NO				DIA D-D-NO							
	13.3	26.7	13.6	7.0	9.0	11.4	8.9	8.0	3.2	4.3	3.0	2.8	15.8	14.7	23.9	11.3	55.0	71.2	64.7	41.7
23:30	EL FRANCOTIRADOR- D-NO				FUTBOL EN AMERI-D-NO				COLOQUIOS EN EL AULA MAGNA-D-N				DIA D-D-NO							
	12.1	21.9	15.1	5.8	8.0	7.7	10.3	6.8	2.3	2.0	2.7	2.2	12.3	14.3	18.2	7.9	47.8	59.2	63.8	32.9