

# La violencia contra la mujer en los programas de infoentretenimiento peruanos

## Resumen

El artículo se centra en el tema del infoentretenimiento periodístico, mezcla de información y entretenimiento que da prioridad a las emociones. En el Perú, el tema recurrente en la televisión es la violencia contra la mujer, noticia que tiene una gran cobertura mediática; es el caso de una bailarina de cumbia, quien fue golpeada por su pareja, un cantante. Al tener como protagonistas a dos miembros de la farándula peruana, el tema fue ampliamente cubierto por noticieros y programas de espectáculos, sin embargo, a las pocas semanas la noticia se diluyó para dar paso a la historia de otra joven, quien fue asesinada por su enamorado, después de aparecer en un programa de televisión, donde ganó dinero por exponer sus problemas personales.

Finalmente, se explica que en el infoentretenimiento las personas pasan a ser mediáticas, importando más los detalles cruentos, antes que combatir el verdadero problema de fondo. Así, la fórmula televisiva se repite: la imagen está por sobre otras consideraciones.

**Palabras clave:** Infoentretenimiento, televisión peruana, violencia contra la mujer, difusión de emociones, detalles cruentos, importancia de la imagen.

## Violence against women in Peruvian infotainment shows Abstract

The article presents journalistic infotainment which is the combination of information and entertainment that gives priority to emotions. In Peru, the recurrent topic on television is violence against women. This type of news is widely presented on the media as

Claudia Delgado  
Recibido el 7 de noviembre  
de 2014  
Aceptado el 20 de noviembre  
de 2014

the case of a cumbia dancer who was attacked by her partner – a singer. Since the leading roles were two members of the Peruvian showbiz, the matter was widely presented by newscasts and entertainment news programs. However, few weeks later the news was given diminished attention and another story came to fore. In the latter, a young woman was killed by her boyfriend after she participated in a TV show where she had earned money for exposing her personal problems.

Finally, it is explained that in infotainment people become “popular” on the media, where bloody details are more important than finding a solution to the real problem. In these situations the broadcast formula is repeated: the image is above other considerations.

**Keywords:** Infotainment, Peruvian television, violence against women, emotions broadcast, bloody details, importance of the image.

En un mundo globalizado donde la avalancha informativa y la competencia mediática imperan, uno de los principales problemas del periodismo radica en sacrificar la información para privilegiar el entretenimiento. El neologismo *infotainment* (infoentretenimiento) nació a fines de los años ochenta y se convirtió en una perfecta mezcla entre información y entretenimiento en las noticias y programas televisivos de todo el mundo.

Así, muchos casos mostrados en las notas periodísticas, bajo la fachada de “noticia”, pasan a ser examinados por entregas, como si se trataran de telenovelas. Además de presentados como relatos seriales –y no como noticias que requieren determinado análisis- el infoentretenimiento le otorga énfasis a las emociones, informando a las personas de una manera distinta<sup>6</sup> y cargada de sentimientos exacerbados.

Siguiendo al investigador y comunicador hindú, Daya Thussu (2007:8), en el infoentretenimiento televisivo el modo de presentar las notas cobra mayor importancia que el contenido de las mismas. Sin embargo, este fenómeno no es de extrañar. Cuando la industria que maneja los medios de comunicación es vista como un fructífero negocio. Es evidente que tanto la comunicación como información

---

<sup>6</sup> Barringer,1999, es citado por Ford, Aníbal en “La marca de la bestia” (p.97).

y la cultura se han convertido en un sector socioeconómico (Ford, 1999).

“El mercado mediático global está dominado por 9 o 10 corporaciones transnacionales que *rankean* entre las principales firmas del mundo y que concentran 55% de los ingresos (...) Time Warner, Bertelsmann, Viacom, News Corporation, Sony, Havas, Tele-Communications Inc., Seagram (dueña de Universal Studios) (...)”

Estas corporaciones, la mayoría con sedes concentradas en Estados Unidos, son propietarias de grandes editoriales, canales de televisión, producción de diarios, páginas web, música, películas, etc. Dichas empresas, finalmente -y a escala mundial- producen contenidos que se rigen bajo la lógica del infoentretenimiento.

Esta tendencia global al infoentretenimiento logra que “los productos y servicios orientados a la información sean menos importantes que los productos y servicios orientados al entretenimiento (...)”<sup>7</sup>

En este contexto surge un “postperiodismo”, como alude Ford (1999), en el cual los tradicionales valores<sup>8</sup> del oficio periodístico van siendo dejados de lado.

Desde la perspectiva de Mario Vargas Llosa en su ensayo “La civilización del espectáculo”<sup>9</sup> –visión que consideramos apocalíptica y cargada de alabanzas hacia la cultura occidental “perfecta”, algo que la sociedad del espectáculo estaría lejos de alcanzar- el periodismo es cómplice de la creación de una civilización del espectáculo en un mundo donde:

“Las noticias pasan a ser importantes o secundarias (...) no tanto por su significación económica, política, cultural y social, como

<sup>7</sup> Deloitte & Touche consulting group (1997) es citado por Ford (1999)

<sup>8</sup> En nuestra investigación consideramos que la ética periodística termina por difuminarse en pos de generar contenidos que llamen la atención de la audiencia y, por ende, generen más rating.

<sup>9</sup> cfr. Vargas Llosa, Mario. “la civilización del espectáculo”. (Santillana, 2012)

por su carácter novedoso, sorprendente, insólito, escandaloso y espectacular (...) El periodismo de nuestros días, siguiendo el mandato cultural imperante, busca entretener y divertir informando, con el resultado inevitable de fomentar, gracias a esa sutil deformación de sus objetivos tradicionales, una prensa también light, ligera, amena, superficial y entretenida (...)"

### Mujeres, imágenes violentas y televisión en Perú

En las pantallas de la televisión peruana, la lógica del infoentretenimiento toca temas tan variados como delicados. Un tópico importante –y recurrente en la señal abierta del Perú- es la problemática de la violencia contra la mujer.

Este tema es abordado, tanto por los programas de entretenimiento como los noticieros. Todo depende de quienes sean los protagonistas (si es alguien ligado al mundo del espectáculo o una desafortunada mujer “anónima”). Pero lo más importante no varía: las imágenes de la agresión –o las declaraciones de la víctima o sus familiares- sean lo suficientemente fuertes y “explícitas”<sup>10</sup> para ser transmitidas–cual película de acción- en horario estelar.

Según el periodista español, especializado en comunicación audiovisual, Rafael Díaz<sup>11</sup>:

“La violencia como perversión del periodismo audiovisual tiene dos manifestaciones: la fascinación por las imágenes violentas y, como correlato, la suplantación del hecho relevante por el hecho violento.” (2007: 85)

Además, las imágenes que invaden las pantallas de los programas de infoentretenimiento de la televisión peruana muestran los tópicos

<sup>10</sup> Programa “El Dominical” (julio 2013). reportaje: “cuando el alcohol golpea” en: <http://www.youtube.com/watch?v=1vhuyv2l7qo>. la agresión que mencionamos se encuentra en el minuto 9:01 del reportaje.

<sup>11</sup> cfr. Díaz, Rafael. *periodismo en televisión: entre el espectáculo y el testimonio de la realidad*. editorial Bosch, 2007.

arquetipos donde la dicotomía (buenos/malos) lleva al público a seguir la historia como si se tratase de una ficción con entregas diarias.

Los programas de infoentretención pueden aplazar, incluso durante semanas o meses<sup>12</sup>, los temas que tienen mayor acogida por los televidentes reforzando el papel que tiene la televisión como medio de entretenimiento. Por eso, siguiendo a Douglas Kellner (2011):

“(...) la audiencia se entretiene con historias, con narraciones de personajes familiares y reconocibles, tramas argumentales, convenciones (...)”

La identificación de la audiencia con los personajes, y el sentir que se “viven” las historias mostradas en la pantalla, involucran a los televidentes con los temas tocados en los programas de infoentretención. Además, la importancia de las imágenes genera fascinación en el público que experimenta una experiencia visual intensa que, aunque es transitoria, llega a superar a la narración<sup>13</sup>.

Uno de estos casos fue presentado en el programa “El Dominical” (2013) de Panamericana Televisión (Canal 5 de señal abierta).

En el reportaje titulado “Cuando el alcohol golpea”, cuyo tema era el excesivo consumo de alcohol en la provincia de Huancayo, mostró imágenes crudas de agresiones contra una mujer, filmadas por un camarógrafo del canal. Finalmente, y después de varios comentarios como “Indignante, la inmoviliza para golpearla sin asco” (Minuto 9:06) y “Ella se defiende, se cubre el rostro y el despiadado verdugo le asesta un golpe más” (Minuto 9:17). “Este equipo no podía contener su indignación y decidió intervenir” (Minuto 9:24) .

La siguiente escena muestra al reportero conversando con el agresor, diciéndole abusivo y “ella es mujer, a la mujer no se le pega” (Minuto 9:35). La mujer, llorando, asegura que quien le pegaba era su esposo.

<sup>12</sup> Recordemos la enorme atención mediática que recibió el caso del joven *Ciro Castillo*, desaparecido en el Cañón del Colca durante una excursión con su enamorada, *Rosario Ponce*.

<sup>13</sup> Cfr. Douglas, Kellner (2011). *Cultura mediática: Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*.

El sujeto toma un taxi y culmina esa parte del reportaje demostrando como la violencia, registrada con cámaras de visión nocturna y reporteros que intervienen sin ningún apoyo policial, se convierten en un espectáculo –de la vida real- en la televisión de señal abierta.

Tres meses antes, otro caso de agresión contra la mujer tuvo gran cobertura mediática: La joven bailarina de cumbia, llamada Lady Guillén, fue golpeada por su pareja, el cantante Ronny García. Evidentemente, al tener como protagonistas a dos miembros de la farándula peruana, el tema fue ampliamente cubierto por noticieros y programas de espectáculos.

Rápidamente las imágenes de la joven golpeada desfilaron por todos los medios de comunicación. Portadas y titulares televisivos estaban garantizados. La antena televisiva se iba calentando y, los programas de infoentretenimiento nocturnos no dudaron en mostrar los golpes a “todo color”.

En ese entonces, el conductor del programa “La Noche es Mía” (Frecuencia Latina), Carlos Carlín, entrevistó a la bailarina quien, sentada junto a su pareja, Ronny García, afirmó encontrarse perfectamente bien. La joven mujer, evidentemente nerviosa y bajo la mirada incesante de su pareja, no quiso mostrar los golpes camuflados por el maquillaje. Poco importó la insistencia del conductor, ella se negaba, incluso, a enseñar los evidentes moretones en sus brazos.

Mientras tanto, en la mitad de la pantalla se proyectaban imágenes de la entrevistada con la cara sumamente golpeada y repleta de moretones<sup>15</sup> y las cámaras no dejaban de enfocar sus brazos. Una confundida Lady Guillén paseó por todos los programas de infoentretenimiento y de farándula.

Poco después, la bailarina admitió haber sido golpeada por su pareja. El caso no era dejado de lado y las llamativas imágenes de la agresión continuaron difundándose. De esta manera, reafirmamos que:

“(…) la violencia y su representación tienen un atractivo morboso: a la natural repulsión y horror que nos lleva a cerrar los ojos se

<sup>15</sup> Programa “La Noche es Mía” transmitido el 19 de abril del 2012- Frecuencia Latina. En: <http://www.youtube.com/watch?v=8uO8pL7hRMQ>

contrapone una fuerza hipnótica que nos deja paralizados ante esa superación de límites morales, ante esa inanidad de un ser humano reducido a una piltrafa.” (Díaz 2007: 86).

A continuación veremos dos imágenes de la presentación de la bailarina, Lady Guillén, en dos programas de infoentretenimiento.

La primera imagen (1) muestra una entrevista a Lady Guillén, cuando aún no admitía que su pareja la había golpeado. El programa que transmitió esta entrevista –en abril del 2012- fue “La Noche es Mía”, vía Frecuencia Latina (Canal 2) conducido por el actor y comediante, Carlos Carlín.

En la segunda imagen (2), fue transmitida en el programa de infoentretenimiento nocturno, “A las Once”, emitido por América Televisión (Canal 4) y conducido por la periodista Jessica Tapia y la modelo y artista, Astrid Fiedler.

Aquí podemos ver a la bailarina Lady Guillén al lado de su agresor. Era común ver a la joven aparecer ante cámaras con lentes oscuros, visiblemente compungida, pero negando –reiteradamente- ser víctima de agresión.





**Fuente: Youtube**

Exponer a una víctima de agresión ante cámaras de televisión e interminables entrevistas, independientemente de su género o condición de “celebridad”, resulta traumático. Nos preguntamos, entonces, si la sed de rating puede acabar con el respeto que el periodismo debe sentir por la vida y el sufrimiento de las personas.

El actor y conductor del programa de infoentretenimiento peruano de Panamericana Televisión (Canal 5) “Enemigos públicos”<sup>16</sup>, Aldo Miyashiro, comentó en una entrevista<sup>17</sup> sobre la televisión lo siguiente:

“Hay días en que provoca hablar de Cajamarca<sup>18</sup> pero la noticia en todo el Perú no es Cajamarca (...) la gente quiere enfocarse en

<sup>16</sup> El programa se emite a las once de la noche por Panamericana Televisión y forma parte de los tres programas de infoentretenimiento que analizaremos en nuestra investigación.

<sup>17</sup> Entrevista realizada por Luis Carlos Burneo el 27/06/12. Canal de Youtube: xDispenserx. En: <http://www.youtube.com/watch?v=e46SjEn88tQ>

<sup>18</sup> La difícil situación que afronta la provincia de Cajamarca en torno a temas de minería y al uso responsable de los recursos hídricos ha sido tema de debate en Perú, algunas veces con mayor cobertura, durante más de un año.



qué le ha pasado a Lady Guillén (...) Hay que intentar (...) llegar a un punto medio entre lo que la gente demanda o pide y lo que realmente quieres decir.”

En la entrevista, Miyashiro resalta la dificultad de presentar determinados temas en su programa y, además, asegura arrepentirse de algunos de los reportajes que “Enemigos Públicos” ha transmitido. Sin embargo, el conductor intenta incentivar la reflexión del público en temas como el de Lady Guillén, reafirmando la importancia de mostrar –en los reportajes- los hechos tal y como ocurren, para que sea el público quien saque, finalmente, sus propias conclusiones.

Pero, ¿por qué la importancia de un caso como el de Lady Guillén? En nuestra investigación consideramos su caso como un ejemplo emblemático de la repercusión de un problema social que involucra a una persona de la farándula que, finalmente, llega hasta el ámbito político peruano.

Todo esto acontece mientras los reflectores están prendidos en los estudios de televisión y millones de televisores, a nivel nacional, sintonizan cada movimiento y giro de la truculenta historia.

El caso de Lady Guillén incluso motivó la participación de la ministra de la Mujer, Ana Jara<sup>19</sup>, quien le ofreció apoyo y, al mismo tiempo, mencionó su ejemplo como referente a los casos de nivel de violencia a nivel nacional. La ministra se dirigió a la bailarina y, mientras los periodistas la rodeaban, le dijo:

“Tú eres una mujer valiente, lo peor que pueden hacer las mujeres es callarse ante un hecho de violencia. Les ofrezco el apoyo integral a la familia. El Estado peruano les garantiza una protección integral” (RPP Noticias).

Con esto se establece, como afirma Ford (1999), una relación entre periodismo y justicia, algo que no se da en todas las sociedades.

<sup>19</sup> Diario La República (junio 2012) “*Lady Guillén recibe respaldo de ministra de la Mujer*” (En línea): <http://www.larepublica.pe/07-06-2012/lady-guillen-recibe-respaldo-de-ministra-de-la-mujer>

Quizás es por este motivo que, al menos en Perú, no es nada extraño encontrar algunas personas esperando en la puerta de los medios de comunicación (televisivos, impresos o radiales) a algún periodista que tome nota de sus pedidos o denuncias con la –quizás última- esperanza de que sus casos sean publicados en su medio y, finalmente, puedan encontrar una solución.

De acuerdo a Ford, es esta extraña confusión entre periodismo y justicia lo que caracteriza a muchas sociedades actuales.

No obstante, aunque pasen al debate público, muchos de estos casos – así como las soluciones para los mismos- no logran concretarse, pasando a ser meras “llamadas de atención” que terminan por desvanecerse cuando un tema más “importante”, rentable - y que, evidentemente, genera mayor rating- , lo reemplaza en la agenda.

El caso de Lady Guillén no fue la excepción. Luego de un mes del estallido de la noticia, y con la bailarina internada en un centro de rehabilitación, el tema fue –poco a poco- diluyéndose de la agenda de los programas de infoentretenimiento. Fue entonces cuando otra historia de agresión, esta vez con un final fatídico, abarcó los titulares. Esta vez, se trató del caso de Ruth Thalía Sayas, una joven de 19 años, participante en un programa concurso de la televisión peruana llamado “El valor de la verdad”<sup>20</sup>.

El formato, parte de una franquicia internacional comprada por Frecuencia Latina. Se resume en sentar a una persona frente a un conductor –en este caso el periodista Beto Ortíz- a responder preguntas íntimas sobre su vida personal. Conforme las respuestas sean correctas, la persona va escalando “niveles” de dificultad y ganando dinero. La suma máxima, si no contesta con ninguna mentira, son 50 mil nuevos soles. Evidentemente la falsedad o no de una respuesta radican en una prueba realizada con un polígrafo antes de ingresar al set de televisión.

Mientras Ruth Thalía Sayas contestaba las preguntas, en un sillón aparte, sus padres y su pareja, Bryan Romero, escuchaban –asombrados- algunas de las revelaciones. Pero la tragedia ya estaba cerca. Poco después de la emisión del programa, la joven –ganadora del programa- fue asesinada

---

<sup>20</sup> El programa es emitido por Frecuencia Latina (Canal 2 de señal abierta) desde julio del 2012.

por Bryan Romero, quien había sido, realmente, su ex pareja. Actualmente se encuentra, al igual que la ex pareja de Lady Guillén, en la cárcel.

Como ambos casos se dieron, prácticamente, uno tras otro, las cámaras no dudaron en enfocar esta escena: la bailarina Lady Guillén acercándose a la tumba de Ruth Thalía Sayas afirmando que ella también pudo correr su misma suerte. Además, utilizar la imagen de la familia de la joven para luchar contra el feminicidio, tema -en estos casos- cubierto ampliamente por los programas de entretenimiento<sup>21</sup>.

Con estos ejemplos podemos ver cómo, en la televisión peruana, un caso salta rápidamente a la pantalla y es cubierto por otro, sonando -durante algunas semanas- en los medios. Los casos también se pueden mezclar, especialmente en temas afines, como en el caso de la agresión contra la mujer.

Que logren repercusión mediática dependerá, finalmente, de los protagonistas.

Si bien el feminicidio es -lamentablemente- común en Perú, cuando las personas que se ven involucradas son, de una u otra manera, “famosas”, los titulares se multiplican.

Por tratarse de dos desconocidas, las agresiones no hubieran pasado de una pequeña nota en los noticieros y en los diarios o, quizás, formarían parte de los diversos casos que las cámaras de visión nocturna registran como parte de las agresiones en la calle y son emitidos en algún reportaje de señal abierta que pasarán al olvido sin mucho problema ni mayor repercusión.

Las personas famosas pasan a formar parte de una vorágine mediática donde, finalmente, importan más los detalles cruentos de los asesinatos, antes que combatir el verdadero problema de fondo. Nuevamente nos enfrentamos a la fórmula televisiva: la imagen por sobre todas las cosas.

---

<sup>21</sup> Si bien el programa “El valor de la verdad” no es programa de infoentretenimiento, el crítico de televisión peruana, Fernando Vivas, aseguró que el programa provocó un “Televicidio”, puesto que su muerte fue debido a que los medios de comunicación no midieron las consecuencias de exponer verdades tan personales en un programa tan exitoso. En: <http://elcomercio.pe/actualidad/1474026/noticia-asesinato-ruth-thalia-caso-extraordinario-televicidio-asegura-fernando-vivas>

## Referencias

- Díaz, Rafael (2007). *Periodismo en televisión: entre el espectáculo y el testimonio de la realidad* 2007, Barcelona: Editorial Bosch.
- Ford, Aníbal (1999). *La marca de la bestia: identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires: Norma.
- Kellner, Douglas (2011) *Cultura mediática: Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. España: Editorial Akal.
- Thussu Kishan, Daya (2007) *News as entertainment: The rise of global infotainment*. Londres: Sage Publications.
- Vargas Llosa, Mario (2012) *La civilización del espectáculo*. Lima: Santillana.
- Vivas, Fernando (Setiembre de 2012) *Asesinato de Ruth Thalía “es un caso extraordinario de teleicidio”*. Recuperado el 3 de octubre del 2013: <http://elcomercio.pe/actualidad/1474026/noticia-asesinato-ruth-thalia-caso-extraordinario-teleicidio-asegura-fernando-vivas>
- Youtube. (Junio de 2012) *Aldo Miyashiro y la televisión*. Recuperado el 25 de agosto de 2012: <http://www.youtube.com/watch?v=e46SjEn88tQ>
- Youtube. (Abril de 2012) *Programa “La Noche Es Mía” (Frecuencia Latina): “Lady Guillen descarta golpiza 2”*. Recuperado el 13 de junio de 2012: <http://www.youtube.com/watch?v=8uO8pL7hRMQ>
- Youtube. (Julio 2013). *Programa “El Dominical” (Panamericana Televisión). Reportaje: “Cuando el alcohol golpea*. Recuperado 7 de setiembre de 2012: <http://www.youtube.com/watch?v=1vHUYv2L7Qo>

claudelagado89@gmail.com

Escuela de Periodismo

Universidad Antonio Ruiz de Montoya.