

CUARTO APARTE:

- ¿Qué haces si suben tu foto encuerado(a) sin permiso?
<http://www.internautas.org/html/4383.html>
- Museo de la televisión por internet:
<http://www.museum.tv/home.php>
- Reflexiones en animé sobre la tevé (busque "Doll Face"):
<http://www.brightcove.com>

La prensa rosa

TEXTO: ALEJANDRO PÁEZ VARELA

Les contaba no hace mucho sobre el impacto que ha tenido la prensa rosa en línea. Creo que como en ningún otro sector, las noticias de celebridades y espectáculos en red han obligado a una evolución rápida y forzada de los formatos tradicionales (tele, radio, papel). Hoy, si te interesa andar muy gallo giro en el mundo de los chismes, debes recurrir a la web, decía. Si te esperas a que *E!* lo saque en la tele —las noticias no son su fuerte—, o a las versiones mexicanas tipo talkshow de *La Oreja y Ventaneando*, estás frito. Mucho más frito si confías en que *TV Notas* o *TV y Novelas* te den primicias.

Regreso a los ejemplos clásicos del último semestre. El asesinato de Valentín Elizalde se difundió en internet antes que en otro medio.

Lo mismo pasó con la noticia sobre la boda de uno de los RBD, primicia de www.latingossip.com. Más recientemente, *Hola!* anunció que en su edición en papel sacaría fotos de la princesa Letizia de España en bikini. Santas conmociones, Batman: millones de usuarios en todo el mundo iniciaron una búsqueda tan intensa que los medios de internet subieron en unas horas esca-neos de las páginas.

The New York Times publicaba hace un par de domingos el fenómeno de TMZ.com. Hablaba sobre cómo este sitio había cambiado nuestro concepto de periodismo de espectáculos. Bueno, como Topo Gigio: lo dije yo primero. Búsquense en www.alejandropaez.net la nota y verán. Ahora *copelo* (como dijo el chino) con esta lista más amplia:

- <http://www.accesshollywood.com>
- <http://www.celebritybabylon.com>
- <http://celebritypuke.com>
- <http://celebutaint.com>
- <http://www.eonline.com/index.jsp>
- <http://www.egotastic.com>
- <http://www.eonlinelatino.com/home/index.php>
- <http://farandulista.com>
- <http://www.hollywoodtuna.com>
- <http://www.latingossip.com>

- <http://www.mollygood.com>
- <http://www.people.com/people>
- <http://www.peopleenespanol.com/pespanol>
- <http://perezhilton.com>
- <http://www.popoholic.com>
- <http://www.tnz.com>
- <http://www.univision.com/content/channel.jhtml?chid=5>
- <http://www.variety.com>
- <http://x17online.com>
- <http://www.mirror.co.uk>
- <http://www.labotana.com>



<http://www.esmas.com/laoreja>

Recuerdo cuando en los diarios mexicanos “espectáculos” era una página al final de la rentable sección de “sociales”. Luego, poco a poco, las noticias de celebridades fueron ganando espacio y portadas. Así se ha movido este mercado. Lo mismo la tele; vea la nacional, llena de noticieros y talkshows y barras de chismes. Ahora internet ha acelerado esta evolución al mil por ciento.

No sé si el periodismo ha ganado en estos años con el aumento en el interés por el espectáculo. Pero de que estamos

frente a un fenómeno cada vez más intenso, sin duda. Los impresos deberían considerar a un editor de política con tanto peso como el del show. Como en todo, hay un cierto periodismo de vanguardia que nos marca rumbos de excelencia. Lea el tratamiento que le dan a los espectáculos *GQ* o *Vanity Fair* o *Playboy* (no hablo de las versiones deslavadas al español, por supuesto). Qué bárbaros. Mis respetos.

Colofón: ya instalados en la frivolidad, Usted, querido lector, debe pedir un periodismo de espectáculos con rigor. No aburrido, ojo: con rigor. Vea usted las listas de *E!*: carajo, ¡cuánta investigación! Cambie de canal, tire las revistas cuando le lleven puros chismes chafas, corrientes, baratijas.

Eso creo yo. Pero el que manda, siempre, es Usted. •