



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**EL PUBLICITY COMO ESTRATEGIA DE RELACIONES
PÚBLICAS Y SU IMPACTO EN LA NOTORIEDAD DE LOS
PERSONAJES DE LA MINISERIE “MI AMOR EL WACHIMÁN”.
PRIMERA TEMPORADA: OCTUBRE - NOVIEMBRE, 2012.**

PRESENTADA POR:

Bachiller: ARENAZA BRUCKMAN, Tatiana.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA - 2016 - PERÚ

A la persona más importante que dirige mi vida desde arriba: mi padre, definitivamente cada logro es de él. A mi madre, su insistencia cobró frutos, te amo infinitamente. A quienes han estado conmigo todo este tiempo y alguna vez me dijeron: Tatiana, y tu título? Los amigos son la familia que uno escoge, y yo escogí la mejor familia sin duda alguna. Y a Del Barrio Producciones, Michelle me dio la oportunidad de crecer y aprender junto a ellos y aquí sigo. Al elenco de MAEW, siempre dispuesto a realizar las labores de prensa con gran dedicación. Gracias!

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi Alma Mater la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación y a sus docentes de la Universidad Alas Peruanas; por cinco años de formación intelectual y profesional.

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria.	2.
Agradecimiento.	3.
ÍNDICE.	4.
INTRODUCCIÓN.	9.
RESUMEN.	11.
ABSTRACT.	12.
CAPÍTULO I:	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13.
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	
2.1. Problema General.....	15.
2.2. Problemas Específicos.....	16.
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	
3.1. Objetivo General.....	16.
3.2. Objetivos Específicos.....	17.
4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.	
4.1. Hipótesis General.....	17.
4.2. Hipótesis Específicas.....	18.

5.	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.	
5.1.	Variable Independiente.....	18.
5.2.	Variable Dependiente.....	18.
6.	CATEGORÍAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18.
7.	INDICADORES DE LA INVESTIGACIÓN.....	19.
8.	IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.

1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.	
1.1.	Tesis.....	23.
1.2.	Libros.....	27.
1.3.	Internet.....	29.
2.	BASES TEÓRICAS.	
2.1.	El Publicity.	
2.1.1.	Objetivos.....	30.
2.1.2.	Características.....	32.
2.1.3.	Funciones.....	33.
2.1.4.	Tipos.....	34.
2.1.5.	Importancia.....	35.
2.1.6.	Diferencia entre Publicity y Publicidad.....	35.
2.1.7.	Ventajas del Publicity.....	37.
2.2.	Las Estrategias Publicitarias.	
2.2.1.	Elementos.....	38.
2.2.2.	Funciones.....	40.
2.2.3.	Tipos.....	43.

2.3.	Las Relaciones Públicas.	
2.3.1.	Reseña Histórica.....	44.
2.3.2.	Intangibles.....	48.
2.3.3.	Objetivos.....	49.
2.3.4.	Funciones.....	50.
2.4.	La Miniserie Televisiva “Mi Amor el Wachimán”.	
2.4.1.	Historia.....	52.
2.4.2.	Elenco.....	53.
2.4.3.	Temporadas.....	56.
2.4.4.	Temas musicales.....	56.
2.4.5.	Premios y Nominaciones.....	57.
3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.	
3.1.	Actor.....	58.
3.2.	Conferencia de prensa.....	58.
3.3.	Detrás de cámaras.....	59.
3.4.	Entrevista en vivo.....	59.
3.5.	Estrategia publicitaria.....	60.
3.6.	Miniserie “Mi Amor el Wachimán”.....	60.
3.7.	Nota de prensa.....	61.
3.8.	Personajes.....	61.
3.9.	Publicity.....	61.
3.10.	Relaciones Públicas.....	61.
3.11.	Sesión de fotos.....	62.

CAPÍTULO III:

MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.

1.	Tipo y Nivel de Investigación.	
1.1.	Tipo de investigación.....	63.
1.2.	Nivel de investigación.....	63.

2.	Caso de la Investigación: El Publicity en la Miniserie “Mi Amor el Wachimán”.	
2.1.	Fase de Antesala.	
2.1.1.	Notas de prensa.....	64.
2.1.2.	Conferencia de prensa.....	66.
2.1.3.	Manejo del mensaje.....	68.
2.1.4.	Entrevistas en Diarios a los actores.....	68.
2.1.5.	Entrevistas en Páginas Web a los actores.....	69.
2.1.6.	Chats en vivo con los actores.....	70.
2.1.7.	Enlaces en vivo.....	71.
2.1.8.	Entrevista a la productora.....	72.
2.2.	Fase de Inicio y Consolidación.	
2.2.1.	Presentación de los personajes el día del estreno.....	72.
2.2.2.	Presentaciones televisivas en programas de América TV.....	74.
2.2.3.	Entrevistas en Diarios.....	77.
2.2.4.	Entrevistas en Revistas.....	78.
2.2.5.	Firma de autógrafos.....	79.
2.2.6.	Conferencia de prensa.....	80.
2.3.	Fase Final.	
2.3.1.	Sesión de fotos a los personajes.....	81.
2.3.2.	Detrás de cámaras de los actores.....	81.
2.3.3.	Entrevistas a los actores.....	85.
3.	RECOLECCIÓN DE DATOS.	
3.1.	Técnicas de Investigación.....	85.
3.2.	Instrumentos de Investigación.....	86.
4.	ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....	86.
5.	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	89.

CONCLUSIONES.....	90.
RECOMENDACIONES.....	91.
FUENTES DE INFORMACIÓN.	
Fuentes Bibliográficas.....	93.
Fuentes Hemerográficas.....	94.
Fuentes Electrónicas.....	95.
ANEXOS.....	96.

INTRODUCCIÓN

El publicity es un recurso valioso y útil que permite a las empresas, entidades y organismos, disponer de forma gratuita de un medio de difusión de mensajes de carácter corporativo, institucional. Al ser una vía de difusión paralela a la publicidad, por un lado ofrece la ventaja del ahorro frente a ella, pero por otro requiere un tratamiento diferenciado respecto de la publicidad convencional. Es una comunicación de empresa con una diferencia cualitativa fundamental frente a la publicidad.

Entre sus peculiaridades, el publicity, al figurar en la superficie redaccional del medio, gana en credibilidad y en penetración psicológica; es decir, es más fácil persuadir cuando el destinatario no es consciente de nuestra intención. El público, en este sentido, valora de diferente manera una noticia frente a un anuncio (cambio de tipografía y morfología del mensaje). Al estar expresada en forma de texto, ofrece la posibilidad de ser más descriptiva que la publicidad, y dar más detalles acerca del producto o servicio en cuestión.

Los anuncios habitualmente son objeto de un intenso proceso de filtrado (indiferencia) proporcional a la magnitud de la saturación publicitaria. El publicity se ve libre en cierta medida de este filtro, a cambio de variar su forma y tratamiento respecto a la primera.

El publicity es una parte de la técnica de comunicación integral. No tiene como fin la venta en el sentido de la publicidad, sino más bien el de transmitir una imagen de marca o corporativa. Es decir, el crear una actitud hacia la

marca/corporación, más que hacia el producto/servicio. Aunque valorar el peso de este último aspecto resulta controvertido y complicado, por lo subjetivo que puede ser el criterio “crear una actitud favorable”. Conviene apuntar la importancia que está adquiriendo el publicity en el actual mercado: hasta ahora se fabricaba el producto y la publicidad creaba la necesidad. Actualmente, este modelo convive con su simétrico: la fabricación de una necesidad y la creación de un producto a su medida. Es decir, los productos adquieren el valor de servicio. En el marco actual de sobreoferta, la marca como símbolo, es el elemento diferenciador.

En el **Capítulo I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**, tratamos acerca de la descripción del problema, la formulación del problema general y sus problemas específicos, sus objetivos, hipótesis, variables, categorías e indicadores; así como la importancia del presente trabajo.

En el **Capítulo II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**, tratamos acerca de los antecedentes a nivel de tesis, libros y fuentes de internet; también sobre las bases teóricas (donde abordamos temas referentes al publicity, las estrategias publicitarias, las relaciones públicas y hacemos una caracterización de la Miniserie televisiva “Mi Amor el Wachimán”) y consignamos la definición de términos básicos.

En el **Capítulo III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN**, mencionamos el tipo y nivel de investigación y describimos de manera específica el caso del presente estudio, a saber, la Miniserie de televisión “Mi Amor el Wachimán” y cómo hemos ido haciendo el tratamiento del publicity a través de sus tres fases: Antesala, inicio y consolidación y fase final. También se mencionan las técnicas e instrumentos de investigación y el estudio de los datos obtenidos.

Finalmente, se consignan las fuentes de información y los anexos correspondientes.

RESUMEN

La presente investigación se titula **EL PUBLICITY COMO ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS Y SU IMPACTO EN LA NOTORIEDAD DE LOS PERSONAJES DE LA MINISERIE “MI AMOR EL WACHIMÁN”. PRIMERA TEMPORADA: OCTUBRE - NOVIEMBRE, 2012**; tiene por problema general ¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012?; y por objetivo general Analizar en qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012. Ello nos permitió plantear la siguiente hipótesis: La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

A través de esta investigación, sus resultados permitirán: i) Describir y validar teóricamente el publicity como estrategia de relaciones públicas y su impacto en la notoriedad de los personajes de la Miniserie “Mi amor el wachimán” en su primera temporada; ii) Proponer una experiencia de realización de estrategia de relaciones públicas que pueda servir y ser utilizada por otros comunicadores y, de manera específica, por otros relacionistas públicos (publicistas) interesados en el manejo de personajes de Miniseries y Series de televisión; y iii) Demostrar la importancia del rol que juegan las relaciones públicas (publicidad) en la notoriedad, vigencia y éxito de una Miniserie televisiva.

Palabras clave: Publicity. Relaciones públicas. Impacto. Notoriedad. Miniserie “Mi Amor el wachimán”.

ABSTRACT

This research is intitled **THE PUBLICITY AS PUBLIC RELATIONS STRATEGY AND ITS IMPACT ON THE AWARENESS OF THE CHARACTERS OF THE MINI SERIES "MY LOVE THE WACHIMAN". FIRST SEASON: OCTOBER - NOVEMBER, 2012**; general problem is to what extent the reputation of the Miniserie "my love wachiman", in his first season, he would have been impacted by the publicity and public relations strategy from October to November 2012 ?; and general objective: Analyze to what extent the reputation of the Miniserie "my love wachiman", in his first season, he would have been impacted by the publicity and public relations strategy in October-November 2012. This allowed us to raise the following hypothesis: the reputation of the Miniserie "my love wachiman", in his first season would have been shocked by the publicity and public relations strategy from October to November 2012.

Through this research, its results will: i) describe and theoretically validate the publicity and public relations strategy and its impact on the reputation of the characters in the Miniserie "My love wachiman" in his first season; ii) To propose an experience of conducting public relations strategy that can serve and be used by other communicators and, specifically, by other public relations (advertisers) interested in handling characters Miniserie and TV series; and iii) demonstrate the importance of the role played by public relations (publicity) in the visibility, effectiveness and success of a television miniseries.

Keywords: Publicity. Public relations. Impact. Notoriety. Miniserie "My Love the watchman".

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La finalidad de la publicidad es mostrar que se puede satisfacer una necesidad con el producto o servicio que se está vendiendo. La posibilidad de armar una publicidad mediante las Relaciones Públicas, se gesta en el departamento de Marketing de una empresa. O en un área correspondiente, y a veces, en las personas destinadas a este fin, encargados de estudiar al consumidor, el nicho de mercado, etc; para proponer una estrategia que sepa llegar al correspondiente público objetivo del o de los segmentos socio-económicos específicos a quienes va dirigido.

La publicidad es parte inevitable de nuestra vida diaria. No importa donde estemos, la publicidad está con nosotros- educándonos, induciéndonos a comprar nuevos productos y servicios, incitándonos a abandonar malos hábitos, como el consumo de drogas o animándonos a apoyar alguna causa noble o algún candidato político. Es obvio que la publicidad no siempre ha ocupado el lugar que ocupa en la actualidad como un elemento principal de los negocios modernos. La necesidad de hacer publicidad parece ser parte de la naturaleza humana, y esto se ha evidenciado desde los tiempos antiguos.

Así pues, se conoce como Publicidad a aquella técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los

medios de comunicación (televisión, cine, radio, revistas, Internet) con el objetivo de motivar al público hacia una determinada acción de consumo. La publicidad informará al consumidor potencial de un bien o servicio acerca de los beneficios que presenta este y resaltará las diferencias que lo distinguen de otras marcas. Pero también el concepto es utilizado para denominar a la serie de medios que se utilizan a la hora de difundir tanto noticias como eventos y también para designar a la divulgación de un hecho que pasa a ser del conocimiento del público en general, es decir, pasa del desconocimiento a un conocimiento extendido porque son los medios de comunicación masiva que antes mencionamos los que se usan para justamente difundir ese hecho.

Mediante las Relaciones Públicas, el producto se promociona, se vende, y alcanza el objetivo principal de hacer conocida la marca, para que así más personas se interesen en consumirla.

Las Relaciones Públicas, son un conjunto de acciones coordinadas que buscan, a lo largo del tiempo fortalecer vínculos entre el público y la marca – producto (Stakeholder). Además de convencer de manera positiva mediante diversas estrategias, técnicas e instrumentos.

El PR (Public Relationst), es el nexo entre la marca y el medio. Crea un vínculo estratégicamente formado para que el medio se interese en el producto. Mediante estrategias y planes de comunicación, la marca –producto es ofrecida al medio para que este se interese sobremanera y le sea útil en su publicación.

Debemos decir entonces que la publicidad es una de las herramientas más usadas en la actualidad a la hora de querer dar a conocer un hecho puntual y también para promocionar un producto entre sus potenciales consumidores.

La publicidad llega a la audiencia a través de los medios de comunicación, es decir, estos emiten los anuncios en cuestión previo

pago de una contraprestación previamente estipulada en un contrato de compra venta entre la agencia de publicidad y el medio, emitiéndose el anuncio en un horario también previamente fijado por la agencia con el medio y también con el pertinente y previo conocimiento del anunciante. El mencionado contrato se llama de difusión o emisión.

“Mi amor, el wachimán”, es una serie peruana producida por Michelle Alexander para América Televisión, cuya tuvo 3 temporadas. **La primera temporada fue estrenada el 1 de octubre de 2012 y finalizó el 9 de noviembre de 2012.** La segunda temporada se estrenó el 1 de julio de 2013 y finalizó el 11 de octubre de 2013. La tercera y última temporada se estrenó el 22 de setiembre de 2014 y finalizó el 31 de octubre de 2014. Protagonizada por Christian Domínguez y María Grazia Gamarra, co-protagonizada por Nikko Ponce y Camila Zavala, cuenta con las participaciones antagónicas de André Silva, Stephanie Orúe y Yaco Eskenazi. Además cuenta con las actuaciones estelares de Paul Martin, Laly Goyzueta, Norka Ramírez y Pold Gastelo.

En esta investigación, interesa describir cómo la investigadora realizó la estrategia publicitaria y de Relaciones Públicas en el manejo de personajes de la miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada de octubre a noviembre el año 2012.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

2.1. PROBLEMA GENERAL.

¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012?

2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.

2.2.1. ¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada en la **Fase de Antesala** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012?

2.2.2. ¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada en la **Fase de Inicio y Consolidación** de la Miniserie “mi amor el wachimán” en su primera temporada de octubre-noviembre de 2012?

2.2.3. ¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada en la **Fase Final** de la Miniserie “mi amor el wachimán” en su primera temporada de octubre-noviembre de 2012?

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. OBJETIVO GENERAL.

Analizar en qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

3.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS.

3.2.1. Describir en qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada en la **Fase de Antesala** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

3.2.2. Describir en qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada en la **Fase de Inicio y Consolidación** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

3.2.3. Describir en qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada, se habría visto impactada en la **Fase Final** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACION.

4.1. HIPÓTESIS GENERAL.

La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

4.2.1. La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada **en la Fase de Antesala** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012

4.2.2. La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada **en la Fase de Inicio y Consolidación** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

4.2.3. La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada **en la Fase Final** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.

5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.

El impacto en la notoriedad de los personajes.

5.2. VARIABLE DEPENDIENTE.

El publicity como estrategia de relaciones públicas

6. CATEGORÍAS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Fase de antesala.

5.2. Fase de inicio y consolidación.

5.3. Fase final.

7. INDICADORES DE LA INVESTIGACIÓN.

7.1. INDICADORES DE LA CATEGORÍA: FASE DE ANTESALA.

- 7.1.1. Notas de Prensa.
- 7.1.2. Entrevistas en Diarios a los actores.
- 7.1.3. Entrevistas en Páginas Web a los actores.
- 7.1.4. Chats en vivo con los actores.
- 7.1.5. Enlaces en vivo.
- 7.1.6. Entrevistas a la productora.
- 7.1.7. Conferencia de Prensa.

7.2. INDICADORES DE LA : FACE II: INICIO Y CONSOLIDACIÓN.

- 6.2.1 Notas de Prensa.
- 6.2.1. Presentación de los personajes el día del Estreno.
- 6.2.2. Presentaciones televisivas en Programas de América TV.
- 6.2.3. Entrevistas en Diarios.
- 6.2.4. Entrevistas en Revistas.
- 6.2.5. Firma de autógrafos.
- Conferencia de Prensa.

6.3. INDICADORES DE LA CATEGORÍA: FASE FINAL.

- 6.3.1 Notas de Prensa.
- 6.3.1. Sesión de fotos a los personajes.
- 6.3.2. Detrás de cámaras a los actores.
- 6.3.3. Entrevistas a los actores.

8. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.

La publicidad es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción. Es una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al público meta con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto o servicio que una organización ofrece. También se pretende fomentar la venta de los distribuidores manteniendo la clientela y atrayendo a nuevos consumidores.

A través de la investigación, análisis y estudio de numerosas disciplinas; tales como: la psicología, sociología, antropología, estadística, y la economía que son halladas en el estudio de mercado se podrá desarrollar un mensaje adecuado para el público.

La publicidad llega al público a través de los medios de comunicación, dichos medios de comunicación emiten los anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir dichos espacios en un contrato de compra y venta por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en un horario dentro del canal que es previamente fijado por la agencia con el medio, y con el previo conocimiento del anunciante, dicho contrato es denominado contrato de emisión o difusión.

Las agencias de publicidad, centrales de medios, boutique creativas, productoras, etc. son participes muchas veces dentro del desarrollo publicitario, que está elaborada por varios factores; entre los cuales el más importante está el brief, el cual dará las pautas previas para desarrollar dicha pieza publicitaria. Propiamente dicho, el Brief es un documento que especifica todas las características propias del producto o servicio en si, además suele contener un historial de todas las campañas previas que se han realizado hasta la fecha, usualmente

este historial es agregado cuando el anunciante decide cambiar de agencia de publicidad.

Cabe destacar que en ocasiones se confunde el término "publicidad" con el de "propaganda", a este respecto es importante comprender que la propaganda busca la propagación (y persuasión) de ideas políticas, sociales, morales y religiosas sin fines directamente económicamente compensatorios .

Las funciones de las Relaciones Públicas son:

- La organización de eventos (Conferencias de prensa, firmas de autógrafos, almuerzos con fanáticos, meet and greet, etc).
- Relaciones con medios de comunicación (Diarios, revistas, radio, televisión, medios digitales, redes sociales – manejo de redes sociales)

Toda información que se le ofrece al medio, debe tener calidad y valor noticioso y se adapte a las características del medio en cuestión

A través de esta investigación, sus resultados permitirán:

- 8.1. Describir y validar teóricamente el publicity como estrategia de relaciones públicas y su impacto en la notoriedad de los personajes de la Miniserie “Mi amor el wachimán” en su primera temporada.
- 8.2. Proponer una experiencia de realización de estrategia de relaciones públicas que pueda servir y ser utilizada por otros comunicadores y, de manera específica, por otros relacionistas públicos (publicistas) interesados en el manejo de personajes de Miniseries y Series de televisión.

- 8.3. Demostrar la importancia del rol que juegan las relaciones públicas (publicidad) en la notoriedad, vigencia y éxito de una Miniserie televisiva.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1. TESIS.

1.1.1. ALVARADO AVANTO, Risco.

2008. *Estrategia de Marketing de servicios educativos de posicionamiento*. Lima, Perú. 107 hojas. Tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciado en Publicidad. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP). Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Escuela Académico Profesional de Publicidad.

Esta investigación analiza la problemática de una institución educativa privada, con el fin de conocer las estrategias de marketing de servicios educativos utilizadas para obtener un posicionamiento y, a la vez, determinar el mismo, pues sin este análisis, futuras estrategias podrían verse afectadas, lo cual repercutiría directamente en la gestión de esta institución.

Por ende, el principal objetivo de la investigación es determinar si la Estrategia de

Marketing Educativo utilizada para obtener el posicionamiento deseado fue eficaz. Y de este objetivo se desprenden otros: identificar el posicionamiento que se deseaba conseguir, describir la Estrategia de Marketing Educativo utilizada y, finalmente, identificar el posicionamiento actual de la institución. La eficacia de la estrategia utilizada por el colegio en estudio se trató de deducir haciendo un balance entre lo requerido por los directivos de la institución, lo desarrollado estratégicamente y el resultado obtenido.

Los resultados del análisis de la investigación indicaron que el colegio en estudio se encuentra posicionado con una metodología de enseñanza innovadora, y diferente a la educación tradicional. Asimismo, los padres de familia reconocen que esta pedagogía es capaz de hacer que los niños desarrollen una mayor creatividad, responsabilidad, independencia y seguridad en sí mismos. Las estrategias de marketing de servicios educativos utilizadas por el colegio en estudio fueron: Estrategia competitiva de Diferenciación y una Estrategia de Posicionamiento basado en atributos y beneficios.

Finalmente, se concluyó que la Estrategia de Marketing de Servicios Educativos para Posicionamiento planteada por los directivos del colegio en estudio sí fue eficaz, ya que la meta principal, que era posicionar al colegio en estudio en base a su metodología de enseñanza, la cual ayuda a los alumnos a obtener aptitudes como; creatividad, seguridad en sí mismos, responsabilidad, autoestima e independencia; sí se logró.

1.1.2. RAMOS SALAS, Paula Victoria.

2012. *El neuromarketing como recurso para el diseño de estrategias de posicionamiento de imagen de marca en el Perú*. Lima, Perú. 134 hojas. Tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Publicidad. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP). Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Escuela Académico Profesional de Publicidad.

Esta investigación plantea una propuesta teórica que permite contextualizar al lector en los términos que se emplean a lo largo del estudio. Estos están vinculados a «comunicación y publicidad», pero centraremos la atención en su relevancia que tienen con el desarrollo mundial y su actual repercusión en la estrategia de posicionamiento de imagen de marca. Asimismo, se plantea el concepto de «neurociencias» como modo de contextualizar el significado mismo de lo que abarca el neuromarketing. De esta manera, se hace hincapié en el interés surgido a partir de la década de los noventa por el conocimiento del cerebro y su aporte a distintas disciplinas. En este sentido, se expone su definición y orígenes, el enfoque de su estudio, sus principales características y las herramientas involucradas en su aplicación. Como cierre del capítulo se plantea la noción de «neuromarketing» en la que esbozamos sus características principales, sus orígenes como perspectiva de investigación a nivel mundial, la tecnología de las neurociencias de las que hace uso, su vinculación con el posicionamiento, los ejemplos más relevantes en los que sus estudios se hayan

visto aplicados, al igual que sus principales exponentes a nivel mundial y los aportes que da al marketing tradicional.

Como segundo punto de este trabajo, se presenta un capítulo metodológico. En él se expone el significado de aplicar una herramienta de campo, la cual, de acuerdo al objetivo de esta investigación, responde a un método cualitativo plasmado en entrevistas a profundidad con especialistas de marketing en el Perú. La relevancia de aplicar una herramienta de este tipo se debe, en parte, al plan metodológico que supone este tema de tesis, que tiene como objetivo principal de estudio determinar los elementos que posibilitan los estudios de neuromarketing en el mercado local. Al ser este un primer paso en la elaboración de la investigación, la atención se centrará en uno de sus objetivos específicos, que es entender las propiedades del posicionamiento de imagen de marca de empresas en el Perú actual y su relación con el desarrollo mundial. Esto permitirá plantear la viabilidad del neuromarketing en el país. Sobre el particular se plantea una hipótesis específica: las propiedades del posicionamiento de imagen de marca de empresas en el Perú están envueltas en un contexto de desarrollo de la economía mundial que favorece al país y permite la viabilidad de aplicar en territorio peruano una estrategia basada en los estudios del neuromarketing.

1.2. LIBROS.

1.2.1. GARCÍA UCEDA, Mariola.

2012. ***Las claves de la Publicidad***. Madrid, España. 462 pp. ESIC. Octava edición.

El presente libro presenta el mundo de la publicidad, señalando algunos tópicos de su historia, sus características y tipos de publicidad. También aborda tópicos referentes a la publicidad como producto tangible e intangible, la publicidad en función de los anunciantes, de los destinatarios o público-objetivo, en función a la argumentación del mensaje o del alcance de la campaña o de los medios utilizados. También hace un breve estudio del emisor, del mensaje que se quiere transmitir y del receptor.

Finaliza el libro, caracterizando los factores claves del Briefing y de la planeación estratégica que debe tener toda campaña publicitaria para salir airoso de aquello para la cual se creó.

1.2.2. PELLICER JORDÁ, Mayté.

2013 ***Ética y estrategias publicitarias: Por una publicidad ética y veraz***. México, D.F., México. 180 pp. LAP LAMBERT PUBLISHINGS. Edic.

Este interesante libro nos menciona que la publicidad es una de las profesiones más cuestionadas desde el punto de vista ético, a pesar de ser una de las más reguladas en este sentido. Con el

objetivo de analizar de manera adecuada este asunto y de refutar o demostrar, en su caso, las críticas recibidas, procedemos a adentrarnos en la ética publicitaria. Analizaremos sus principios y fundamentos, su aplicación teórica y práctica y otras cuestiones relacionadas con este tema de estudio. De esta investigación extraeremos unas conclusiones que pueden ser de mucha utilidad no solo para la profesión, sino también para la sociedad en general.

1.2.3. SORIANO, Claudio L.

2013. ***Cómo evaluar su publicidad.*** Madrid, España. 145 pp. EDICIONES DÍAZ DE SANTOS. 3° Edición.

Este libro nos presenta el marco conceptual, los componentes y tipos de comunicación, haciendo énfasis en la comunicación y el marketing y la comunicación publicitaria. También brinda énfasis en las funciones de la publicidad y en los factores clave a evaluar como el anunciante, el mensaje, la planificación adecuada y su realización en las campañas publicitarias así como el rol del estratega o persona o grupo de personas que conforman el equipo de publicistas que tienen a su cargo la creación, el desarrollo, la aplicación y la evaluación de tales campañas de las cuales dependerá el éxito o no del producto sea éste una marca o un personaje.

1.3. INTERNET.

1.3.1. **TODO MARKETING.** 2014. (05 pantallas). Disponible en: <http://www.todomktblog.com/2013/06/estrategias-publi.html>. Consultado en Julio, 18, 2016.

Esta web site, consigna un artículo virtual muy interesante sobre las **estrategias comparativas** (que tratan de mostrar ventajas de la marca frente a las competencias), las **estrategias financieras** (las cuales se basan en una política de presencia en la mente de los destinatarios, es decir, expresan su notoriedad en el mercado mediante porcentajes de audiencia), las **estrategias promocionales** (que se destacan a través de promociones constantes y son bastante agresivas) y las **estrategias de empuje** (que se utilizan para motivar los puntos de venta de la empresa, forzando la venta)

1.3.2. **LA CULTURA DEL MARKETING.** 2014. (04 pantallas). Disponible en: <http://laculturadelmarketing.com/como-hacer-una-campana-de-publicidad-primer-paso/>. Consultado en Julio 29, 2016.

Todo persona que trabaja en **marketing**, todo empresario y emprendedor, debe enfrentarse, por norma general, a la pregunta, ¿cómo voy a promocionar y difundir mi marca?, pregunta cuya respuesta entra de lleno en el marketing tradicional o de toda la vida: la **PUBLICIDAD**.

Quién no ha escuchado alguna vez que no hace falta “saber” para hacer eventos, realizar una campaña de e-mailing o “hacer publicidad” que eso es marketing para “tontos”. Pues bien, aquí empieza unos de los muchos

problemas que a día de hoy tienen empresas y organizaciones, e incluso agencias de publicidad, que más que “estrategas, consultores, asesores y profesionales de marketing”, son intermediarios en la compra de espacios y/o personal no cualificado.

2. BASES TEÓRICAS.

En la presente investigación, se desarrollarán los siguientes tópicos.

2.1. EL PUBLICITY.

2.1.1. Objetivos.

Conseguir que **hablen de nosotros sin pagar**, además de un sueño para muchas marcas, también se traduce en un concepto: **publicity**. Se trata de un recurso que permite a las empresas que se hable de ellas obteniendo **un espacio gratuito en los medios de comunicación**. Eso sí, es gratis aunque indirectamente puede no serlo, pues al estar basado en las relaciones públicas **hay que invertir en la agencia** que gestione estas relaciones con los medios o en una acción o campaña creativa que provoque que hablen de ti. Es evidente que hay ventajas: **el coste es bajo o muy bajo, y genera una mayor credibilidad con respecto a otros formatos**. Pero también conlleva **riesgos**: por lo general hay poco control sobre el mensaje, pues puede estar sujeto a la opinión de quien escribe, y nos sometemos a la voluntad del medio, sobre si esa información es interesante o no para hacerse eco.

Javier Regueira, experto en Branded Content, considera que

*“...el publicity de toda la vida era un juego muy sencillo. Consiste en **paquetizar nuestra información de marca** (un lanzamiento, una promoción, una colaboración con un celebrity, un redaccional sobre nuestras raíces...) y enviarla a los medios, haciéndolo lo más atractivo posible de modo que estos accediesen a **publicarlo sin coste** como parte de su contenido editorial. El publicity se integra dentro del contenido de la revista o periódico con total normalidad, es decir, no se advierte a los lectores que la fuente de la cual procede la noticia o artículo, es una marca” (REGUEIRA 2010: 122)*

Ahora que ya tenemos claro que no tiene nada que ver con publicidad, también conviene advertir que **no debemos confundir el publicity con el Branded Content**. Estamos ante este segundo caso si lo que cuenta la marca es de utilidad para la audiencia, es decir, si estamos ante un **contenido tan útil o entretenido** para un lector como la sección de Deportes, Local o de Sucesos de ese mismo periódico. Como el contenido procede de una marca, podemos llamarle “contenido de marca” (o “Branded Content”). Sin embargo, si la marca se limita a contarnos **una novedad, una oferta o una noticia suya**, que es importante para el fabricante pero no lo es tanto para nosotros, de modo que no llegaríamos a pagar por conocerla, entonces hablamos de publicity, de una simple reseña de marca. Y de la que se hacen eco gratis, **sin intermediación económica**.

Es una herramienta paralela a la publicidad y que trabaja de forma conjunta con las acciones de relaciones públicas. Su objetivo final no es la venta, de ahí una de las principales diferencias con la publicidad, sino que transmite imagen de marca.

Los objetivos del Publicity, son:

- a) crear un clima favorable hacia la empresa.
- b) Generar recordación.
- c) Influenciar las decisiones de los reguladores o legisladores.
- d) Interpretar positivamente y promocionar los resultados de estudios o encuestas.
- e) Resolver controversias o disputas en las comunidades.
- f) Desarrollar programas de reclutamientos, reposicionamiento o reingeniería.
- g) Apoyar elecciones o referéndum.
- h) Desea transmitir una imagen de marca o corporativa.
- i) crear una actitud hacia la marca/corporación, más que hacia el producto/servicio.

2.1.2. Características.

El Publicity, tiene las siguientes características:

- a) Es impersonal dado que no está emitida por ningún anunciante en concreto.
- b) Se dice que puede llegar a entenderse como subliminal.
- c) No pagadas por el anunciante.

- d) Su coste es reducido.
- e) Por tanto, no permite el control total sobre el mensaje, dado que depende su publicación del medio en cuestión.
- f) El Publicity no tiene que indicar al público que es publicidad, ni que es interesada.
- g) El Publicity se limita a los medios (la prensa en particular), o si se quiere, se establece un acuerdo entre las Relaciones Públicas y los medios. En terminología de la profesión: ***“Tengo una noticia que puede hacer vender su periódico; le he prestado un servicio que usted tiene normalmente que pagarme publicando gratuitamente esta noticia que atrae la atención sobre mi empresa”.***

2.1.3. Funciones.

- a) Función informativa.

La función informativa es el proceso de recepción y transmisión de información, donde la información se concibe no sólo como ideas, conceptos conocimientos, sino que incluye también los intereses, estados de ánimo, sentimientos actitudes, que se manifiestan en las personas. Se refiere a un intercambio de información, es decir, que en el proceso de comunicación no sólo se transmite y recibe información, sino que cada sujeto es fuente transmisora y receptor-destinatario al mismo tiempo, es un proceso de interrelación.

b) Función reforzadora.

El Publicity tiene una función reforzadora en la medida que mediante su exposición en diferentes medios de comunicación, recuerda y recuerda a los sujetos del público objetivo el producto o la marca que se quiere que recuerde y que siempre esté en la mente de ese target. Es decir, se quiere que la marca o producto sea vigente.

c) Función motivadora

El interés de la función motivadora se centra en el destinatario, buscando afectar de alguna manera su voluntad para incrementar las posibilidades de un determinado tipo de respuesta. La motivación consiste, en definitiva, en actuar sobre un grupo delimitado, con el fin de sensibilizarle en torno a un tema. No puede enseñarse a nadie que no esté dispuesto a aprender.

2.1.4. Tipos.

Destacan tres tipos fundamentales de Publicity:

a) Comunicados o notas de prensa.

b) Conferencias de prensa. Al informar sobre un hecho que es noticia (una compra de empresa) se aprovecha para difundir los resultados del ejercicio.

c) Generación de noticias. Representa la forma más clara de Publicity. Es una acertada estrategia comercial

generar una noticia, que atrae a los medios, que sea de interés para introducir un producto o la apertura de una nueva oficina en una determinada localidad.

2.1.5. Importancia.

El Publicity es un recurso que permite a las empresas obtener un espacio gratuito en los medios de comunicación a través de una noticia para persuadir al público posicionando sus servicios, la publicidad es meramente anuncios pagados.

En pocas palabras el Publicity es publicidad gratuita que entre sus peculiaridades, al ser presentada la empresa dentro de una noticia, gana en credibilidad y en penetración psicológica es más fácil persuadir cuando los clientes potenciales no están consientes de nuestra intención como es el caso de la Publicidad, cuyo formato la delata.

El público psicológicamente sabe diferenciar entre una noticia y un anuncio, pues la tipografía y morfología del mensaje son muy distintas, mientras la Publicidad vende un producto, el Publicity vende un concepto.

El Publicity no pretende vender ningún producto, sino más bien, vender las bondades.

2.1.6. Diferencia entre Publicity y Publicidad.

El Publicity forma parte de una de las herramientas del Marketing encaminadas a generar un incremento de la

demanda, en definitiva, un incremento de las ventas, de los productos y servicios de la empresa.

Las herramientas del Marketing Mix (las históricas 4P de McCarthy) son: Producto, precio, promoción y distribución (Product, Price, Promotion y Place). Dentro de la variable Comunicación (en inglés Promotion) se incluye el “Publicity”.

No debe traducirse Promotion por Publicidad, ya que el término Promotion, como herramienta del Marketing Mix tiene un concepto muy amplio, es todo lo relacionado con la Comunicación entre la entidad y su entorno, y, consecuentemente, mayor que el concepto de Publicidad tradicional (el término “Advertising”).

Promotion es el conjunto de actividades que trata de comunicar los beneficios que reporta un producto o servicio, persuadiendo al mercado para que lo compre. Algunos de sus medios tradicionales han sido: la venta personal, la publicidad, las Relaciones Públicas y la promoción de ventas.

Publicity es lo que la gente dice acerca de uno mismo o de su empresa. Advertising es lo que uno mismo dice acerca de sí mismo o de sus productos.

En años pasados, y contrariamente a la publicidad, el Publicity no se preocupaba del feed-back (recogida de efectos producidos, para su análisis). En la actualidad, las exigencias del mercado obligan a llevar un seguimiento de cada acción. En todo caso, los análisis de los efectos de la Publicidad, propiamente dicha, son más exhaustivos. No nos olvidemos que la Publicidad está realizada,

normalmente, por una agencia externa, y el Publicity puede ser promovida por la propia organización.

Publicity es la puesta de acción de algunos procedimientos que tienen como fin el obtener que un producto, una firma o una persona sea citada en los contenidos (texto que elabora el departamento conocido como “la Redacción”) de los medios, además de lo que se obtenga con la publicidad clásica pagada.

Por otro lado, la conocida como publicidad tradicional se dirige, prácticamente siempre, a un público determinado, esto es, a un “target group”. El público objetivo se define como el “conjunto de individuos que generalmente comparten unas características demográficas, económicas o sociales y que la empresa convierte en destinatarios de un producto en particular y hacia los cuales dirige su estrategia comercial, en este caso, las campañas publicitarias”.

2.1.7. Ventajas del Publicity

- a) Bajo coste: Lo cual es facilitado por la posibilidad de utilizar medios como blogs o redes sociales, por ejemplo. Además de que cuanto más atractiva (hacia el lector) sea la información transmitida, mejor será el posicionamiento que se podrá lograr en el resto de medios de comunicación.

- b) Alta credibilidad: aportada por el hecho de tener una consideración similar a la de una noticia periodística.

- c) Elevada penetración psicológica: La finalidad no es vender, sino transmitir una imagen corporativa; es decir, crear una actitud positiva hacia dicha marca que persuada a las personas, al lograrlo es cuando nuestro público objetivo no solo serán clientes, sino que se identificarán con la empresa.

2.2. LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS.

2.2.1 Elementos.

- a) Estrategia.

Una estrategia publicitaria proporciona una dirección amplia y general para la campaña publicitaria. Si el objetivo publicitario es aumentar la conciencia de los consumidores de New York por una marca de alimentos local en un 25 por ciento, por ejemplo, la estrategia describirá cómo la publicidad puede cumplir con ese objetivo. La recomendación estratégica podría ser construir conciencia de marca a través de altos niveles de exposición, posicionar la marca como un producto de alta calidad y motivar a los comerciantes a abastecer el producto.

- b) Revisión.

El equipo del cliente y el de la agencia publicitaria revisan el documento de estrategia para asegurarse de que puede cumplir con los objetivos publicitarios. El equipo de la agencia puede entonces desarrollar un plan publicitario detallado para poner la estrategia en práctica. Crear publicidad simplemente por que sí, sin

estrategia, es poco probable que otorgue el mejor rendimiento en el gasto publicitario. De acuerdo con la agencia publicitaria Adcracker, el informe publicitario es como un mapa que ayuda al equipo a llegar rápidamente a una solución adecuada.

c) Plan.

El plan publicitario describe cómo poner la estrategia en práctica. Para generar conciencia de marca, por ejemplo, el plan podría incluir una recomendación para una serie de anuncios en los periódicos locales, en estaciones de radio locales y en sitios para carteles. Para posicionar la marca, el plan podría proponer un enfoque creativo que sugiera alta calidad y una asociación con el estilo de vida de New York. El plan también podría incluir recomendaciones para lograr distribución a través de publicidad hacia comerciantes y una campaña de promoción de ventas para motivar a los consumidores a probar los productos.

d) Medios.

El plan publicitario establece los medios para la campaña, con detalles de la audiencia objetivo, el número de anuncios y sus costo. Describe el tamaño de los anuncios impresos y el tiempo de emisión de los comerciales de radio. Esta parte del plan también indica qué tan frecuentemente aparecerán los anuncios y el período en el que se llevará a cabo la campaña completa.

e) Creativos.

Las propuestas creativas en el plan publicitario describen los mensajes importantes que cada anuncio transmitirá y las técnicas utilizadas para llamar la atención y comunicar el mensaje claramente. El plan describirá cualquier mecanismo de respuesta, tales como un cupón de respuesta o dirección de página web, para que el anunciante pueda hacer los arreglos para administrar la respuesta.

f) Presupuesto.

El plan debe de incluir un presupuesto detallado, estableciendo todos los costos para la campaña e indicando cuándo se harán los gastos. La campaña se diseña para cumplir objetivos cuantificables, así que el plan debería indicar cómo medirá la agencia la campaña.

2.2.2 Funciones.

Tres son las funciones fundamentales:

a) Función informativa.

Sabemos que su fin es dar a conocer un producto y para ello recurre no sólo a la imagen, sino también al texto y/o la palabra.

b) Función persuasiva.

No sólo necesita dar a conocer, informar, necesita persuadir, convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos

c) Función económica.

Como empresa necesita obtener beneficio, necesita ser rentable, ¿cómo?: creando nuevas necesidades, creando nuevos consumidores. La publicidad es uno de los grandes motores de la economía porque nuestra sociedad es, en gran medida, una sociedad de bienes de consumo y las empresas necesitan dar a conocer esos productos por lo que no reparan en emplear tremendas inversiones en publicidad (que, en definitiva, acaba pagando el consumidor a través del incremento del valor del producto)

Pero además, la publicidad busca cumplir en nuestra sociedad una serie de funciones:

d) Función financiadora.

Es la publicidad uno de los principales medios de financiación para todos los medios de comunicación. Esta dependencia de la publicidad condiciona en numerosas ocasiones a los propios medios: la televisión es el caso más significativo pero no podemos dejar de lado a la prensa -se maquetan los textos una vez que se distribuye la publicidad del día- o la radio.

e) Función sustitutiva.

La publicidad no presenta sino una representación manipulada de la realidad (Un anuncio de tabaco, por ejemplo, jamás va a presentar la realidad de las consecuencias que puede producir su consumo, buscará plantear otro tipo de asociaciones -placer, conquista, aventura...-, al hecho de fumar)

f) Función estereotipadora.

Se tiende a unificar gustos, hábitos de comportamiento y de vida. Las investigaciones sobre la incidencia de la publicidad en grupos sociales concretos demuestra que no sólo influye en la elección de lo que se compra sino en la interiorización de ideas y pautas de conducta. Es evidente, que además de promocionar productos, la publicidad nos ofrece modelos de vida y referentes culturales.

g) Función desproblematizadora.

El mundo que nos muestra la publicidad rara vez deja de ser un mundo fascinador, sin problemas ni tensiones. Nos ofrece el lado “bello” de la vida al que accederemos gracias al consumo.

E incluso podríamos hablar de una función creativa: Los anuncios publicitarios se han convertido en una vertiente más de la creación artística, especialmente en televisión, donde varios directores de cine han desarrollado una labor creativa muy importante. No obstante, no debemos

dejarnos atrapar por el “continente”, vanguardista en numerosas ocasiones, pero escondiendo, casi siempre, un ideario absolutamente conservador.

2.2.3 Tipos.

a) Estrategias comparativas.

Tratan de mostrar ventajas de la marca frente a la competencia.

b) Estrategias financieras.

Las cuales se basan en una política de presencia en la mente de los destinatarios, es decir, expresa su notoriedad en el mercado mediante porcentajes de audiencia.

c) Estrategias promocionales.

Se destacan a través de promociones y son bastantes agresivos.

d) Estrategias de empuje.

Se utilizan para motivar los puntos de venta de la empresa. Se trata de forzar la venta.

e) Estrategias de tracción.

Se utilizan para estimular al consumidor final a través de una mejor aceptación de la marca.

f) Estrategias de imitación.

Consisten en imitar lo que el líder o la mayoría de los consumidores hace.

2.3. LAS RELACIONES PÚBLICAS.

2.3.1. Reseña Histórica.

Puede decirse que las relaciones públicas se remontan a la antigüedad, pues ya en las sociedades tribales eran utilizadas en cierto modo para promover el respeto a la autoridad del jefe.

En la Antigua Grecia se fomentaba la discusión pública en el ágora y se persuadía al público haciendo uso del teatro. Los romanos introdujeron dos vocablos propios de la profesión: la Res pública ('cosa pública') y la Vox Populi ('voz del pueblo'). Tras la caída del Imperio Romano y siguió una época de oscurantismo durante la Edad Media donde el desarrollo de las relaciones públicas fue casi nulo, pues no se permitía el libre debate de ideas.

Sin embargo, el Renacimiento trajo consigo la libertad de expresión y el libre intercambio de ideas que dieron gran impulso a la profesión, la cual creció sin cesar.

Sin duda, el país que más favoreció el crecimiento de las relaciones públicas desde esta época hasta la Segunda Guerra Mundial fue Estados Unidos. Se distinguen las siguientes etapas en esta época:

1600-1800: periodo marcado por las luchas por la independencia. Las relaciones públicas sirvieron tanto a los fines de los colonos, quienes buscaban fomentar su independencia a través de diversos medios (entre ellos la prensa, el teatro, folletos), como a Gran Bretaña, que intentaba controlar a las colonias.

1800-1865: este período se caracteriza por la creciente importancia que adquiere la opinión pública. Se debatían diversos temas: la esclavitud, el sufragio femenino, el laicismo, etcétera, y la incipiente prensa de masas era el vehículo de todas esas ideas.

1865-1900: esta época estuvo marcada por una depresión económica que afectó terriblemente la imagen de los industriales. No se tenía conciencia de la importancia de contar con el favor del público y se hacía un uso indiscriminado de las «falsas noticias» redactadas por los agentes de prensa.

1900-1919: surge la figura de Ivy Lee como padre práctico de las relaciones públicas. Lee contribuyó sobremanera al crecimiento de la profesión, puesto que inició una política de puertas abiertas destinada a informar al público. Humanizó la profesión y dio cuenta de la importancia de hacer concordar la información pública con la privada. En 1917, Wilson como presidente electo de los Estados Unidos de América crea el Comité de Información Pública

(también denominado Comité Creel), destinado a lograr que los ciudadanos estadounidenses apoyaran la entrada del país en la Primera Guerra Mundial, en lo que fue una clara utilización de las relaciones públicas con fines políticos. Cabe destacar que Wilson había llegado a la Casa Blanca bajo un programa político basado en la no intervención militar, lo que puso las cosas bastante difíciles a la Comisión Creel (conocida también como el Comité de los 12 sabios).

1919-1929: en este período surge destaca la figura de Edward Bernays como padre teórico de la profesión. Escribió varios libros delimitando las funciones y alcances de la misma y dedicó muchos esfuerzos a hacer relaciones públicas de las relaciones públicas, es decir, a mejorar la imagen de la profesión. El trabajo de Bernays destacó por la importancia que otorgó a la necesidad de escuchar al público y trabajar en función de sus necesidades.

1929-1941: las RR. PP. cobran gran importancia, ya que tras la Gran Depresión se hace sumamente necesario reivindicar a las empresas y explicar su contribución al sistema económico.

En Europa las relaciones públicas no crecen con la misma intensidad que en Estados Unidos debido a la presencia de gobiernos totalitarios que impidieron el desarrollo de la disciplina.

Posteriores hitos:

Justo en 1946, con la caída de estos regímenes totalitarios europeos, surgen las asociaciones nacionales que agrupan a los profesionales de las relaciones públicas. La primera de ellas se creó en los Países Bajos.

En 1948 Gran Bretaña crea el Instituto de Relaciones Públicas.

En los años 1950 surgieron asociaciones en Grecia, Bélgica, Suiza, Italia y España, entre otros países.

En 1955 se funda la Asociación Internacional de Relaciones Públicas (IPRA).

En los años 1960 las asociaciones se agrupan en una organización, la Confederación Europea de Relaciones Públicas (CERP).

En 1960 se crea la FIARP (Federación Interamericana de Relaciones Públicas), reconocida por la OEA. Se convierte posteriormente en CONFIARP

En 1963 se crea en Colombia lo que hoy se llama CECORP Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.

En 2001 Natalia Martini crea el Primer Portal de Relaciones Públicas RRPP: [net www.rrppnet.net](http://www.rrppnet.net)

2.3.2. Intangibles.

Las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles:

- a) Identidad: Es el ser de la organización, aquello que la caracteriza y diferencia del resto. Sobre esta identidad trabajan las relaciones públicas, básicamente gestionando otros dos intangibles: la cultura organizacional y la filosofía.
- b) Filosofía: Plantea el objetivo global de la organización y el modo de llegar a él. Establece una misión (el beneficio que la organización proporciona a su público), valores (por los cuales se rige la organización) y visión (adonde quiere llegar, que debe ser un objetivo difícil de alcanzar pero no utópico).
- c) Cultura: Se da por el proceder o modo de actuar de la organización en su conjunto. Tiene que ver con los valores que se fomenten y el modo de orientar la actuación de la organización.
- d) Imagen: Es aquella representación que la organización desea construir en los stakeholders con los cuales la organización se relaciona o construye vínculos comunicativos.
- e) Reputación: Es aquella representación mental que se hace el público sobre una organización a través de las experiencias (directas o indirectas) que hayan tenido con la misma y de la forma como la organización se comunica con sus stakeholders.

2.3.3. Objetivos.

- a) Crear una marca corporativa.
- b) Dar forma o redefinir una reputación corporativa.
- c) Posicionar o reposicionar una empresa o una marca.
- d) Cambiar una marca a un mercado nuevo o global.
- e) Lanzar un producto o marca nueva.
- f) Difundir noticias sobre una marca, empresa u organización.
- g) Brindar información sobre una marca o producto.
- h) Cambiar actitudes, opiniones o comportamientos de los stakeholders (audiencia con interés, económico o no, en la empresa).
- i) Crear relaciones de marca más fuertes con los stakeholders claves, como empleados, accionistas y la comunidad financiera, gobierno, miembros de asociaciones y los medios.
- j) Crear altos niveles de satisfacción del cliente.
- k) Crear emoción en el mercado.
- l) Fomentar rumores.
- m) Involucrar a las personas con la marca, empresa u organización a través de eventos y otras actividades participativas.

- n) Asociar marcas y empresas con buenas causas.
- o) Defender el nombre de la marca, empresa, u organización.

2.3.4. Funciones.

Toda actividad de relaciones pensada en la Comunicación Estratégica basada en Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación (IPCE) y dentro de sus finalidades está la gestión de la identidad corporativa, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

- a) Gestión de las comunicaciones internas: es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- b) Gestión de las comunicaciones externas: toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.
- c) Funciones humanísticas: resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.

- d) Análisis y comprensión de la opinión pública: Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario persuadir (no manipular) a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.

- e) Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas: el trabajo de todo relaciones públicas debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

También es importante el intercambio con otras áreas dentro de la comunicación como pueden ser la publicidad o el marketing. Si bien estas últimas tienen fines netamente comerciales, debe existir una coherencia entre los mensajes emitidos por unas y por otras para así colaborar a alcanzar los fines institucionales.

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La organización de eventos.

- El lobbying.

- Planes de responsabilidad social.

- Relaciones con los medios de comunicación
Diarios: permite a la organización acceder al público general.

Revistas: permite acceder a públicos más y mejor segmentados.

Radio: permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.

Televisión: otorga gran notoriedad a la institución.

Internet: se puede trabajar sobre el sitio web institucional o con la versión en línea de diversos medios

Cabe recordar que para poder enviar cualquier información a los diversos medios es indispensable que ésta cuente con valor de noticia y se adapte a las características del medio en cuestión.

2.4. LA MINISERIE TELEVISIVA “MI AMOR EL WACHIMÁN”.

2.4.1. Historia.

Tras el terremoto ocurrido en la ciudad de Pisco, Ica, Salvador Gutiérrez Huanca y su familia se mudan a la capital de Lima. Tras no poder encontrar trabajo, Salvador conoce a Daniel, más conocido como "Duque", quien le recomienda el empleo de guardia de seguridad (guachimán). Daniel labora como vigilante pero en realidad es un delincuente sin escrúpulos y de hábitos de mal vivir, ya que con el tiempo este se convertiría en el villano principal de la historia. Al poco tiempo en el que labora como seguridad, Salvador conoce a Catalina Yrigoyen Castro, a quien la salva de un intento de violación. Catalina es una chica de familia adinerada y muy rebelde, al

comienzo no soportaba a Salvador ya que su padre lo contrato como su guardaespaldas personal. Sin embargo, con el tiempo ella y Salvador se enamoran, provocando que los padres de Catalina prohíban e inicien una oposición ante esta relación sentimental, debido a que Salvador no pertenece a la misma condición sociocultural de Catalina. Por otro lado, Duque, quien odia a la pareja, les hará la vida imposible. Sin embargo, Salvador y Catalina lucharán por su amor.

2.4.2. Elenco.

- Christian Domínguez ... Salvador "Chacho" Gutiérrez Huanca.
- María Grazia Gamarra ... Catalina "Catita" Yrigoyen Castro de Gutierrez.
- Nikko Ponce ... Tristán Calvo Vergaray / Carlos Andrés de la Valle Orbegozo.
- Camila Zavala ... Jimena del Solar Noriega de Calvo.
- André Silva ... Daniel Córdova Jimenez "El Duque".
- Stephanie Orúe ... Eva Paredes / Nora.
- Yaco Eskenazi ... Aurelio GargurevichNuñez.
- Karla Medina ... Mabel Córdova Jimenez.
- Evelyn Azabache ... Belen Gutiérrez Huanca de Guerrero.
- Emanuel Soriano ... Apolinario Guerrero Falla.
- Miguel Medina ... Alcides Gutiérrez.
- Norka Ramírez ... Pilar Huanca Vda. de Gutiérrez.
- Paul Martin ... Agustín Yrigoyen Navarro.
- Laly Goyzueta ... Irma Castro de Yrigoyen / de López.
- Carlos Vértiz ... Horacio Gargurevich.
- Daniela Sarfati ... Monica Graña Vda. de Gargurevich.
- Silvia Bardales ... Nirvana Vergaray Vda. de Calvo.
- Miguel Ángel Álvarez ... Francisco "Paco" García González.

- Dayiro Castañeda ... Federico "Frijolito".
- José Luis Ruiz ... Rubén Córdova.
- Martín Velásquez ... Hugo Galindo Ríos "El Machete".
- Lizeth Campano ... Iris Galindo Ríos.
- Nadia Calmet ... Sandra.
- Bruno Espejo ... Israel Calvo Vergaray.
- Pablo Saldarriaga ... Kevin Arnold.
- Irene Eyzaguirre ... Comandante Rosario Leiva.
- Humberto Cavero ... Don Lucho.
- Belén Estévez ... Paloma Tirado.
- Nico Ames ... Toribio De la Guerra.
- Luis Rosadio Flores ... Luigi Quesada Chauca.
- Fiorella Flores ... María Inés.
- Jely Reategui ... Amelia.
- Alfredo Lévano ... Francisco García.
- Diego Seminario Bravo ... Pepe.
- Attilia Boschetti ... Marieta de la Valle.
- Mijail Garvich ... Prof. Humberto Amaya.
- Mario Ballón ... Juan Diego García Miró.
- Josetty Hurtado ... Perla Cordero Calvo de Pizarro.
- Anahí de Cárdenas ... Fabiola Goytizolo Mazzedo.
- Kukuli Morante ... Analía.
- Lucía Caravedo ... Jackelyne "Yayita" Noriega.
- Leslie Guillen ... Tibusay Puma Cahuide.
- Juan Carlos Rey de Castro ... Gustavo de la Piedra Sevilla.
- Alberick García ... Zacarías López Chávez "Don Zacarías".
- Renato Vegazo ... Olaf "El Comanche".
- Cindy Díaz ... Soraya.
- Luis Baca ... Warner Perales Charún.
- Teddy Guzmán ... Roberta.
- Hertha Cárdenas ... Sor Dina.
- Renato Bonifaz ... Reinaldo.
- Andrea Barbier ... Diana.
- Diana Lajara ... Tatiana "Tati".

- Ingrid Altamirano ... Nadia.
- Pold Gastello ... Romeo "Memo" Carhuayo Hinojosa.
- Antonio Pavón ... Felipe Alejandro Bertolotto.
- Haydeé Cáceres ... Sor Teodora de Los Arcángeles.
- Korina Rivadeneira ... Yolanda.
- Andrea Luna ... Camelia.
- Nicolás Galindo ... Vicente.
- Diego Lombardi ... Roberto Kimper III.
- Ruben Martorell ... Edilberto.
- Irma Maury ... Delicia Tirado De la Guerra.
- Carlos Reynafarje ... Guillermo "Guille" Pizarro.
- Rodrigo Sánchez Patiño ... Marco de la Piedra Sevilla.
- Katerina D'Onofrio ... Angélica Castillo Morán.
- Érika Villalobos ... Dra. Rebeca Químper.
- Joaquín de Orbegoso ... Baltazar "Babur" De la Guerra.
- Carolina Cano ... Noelle Lutenberg.
- Gabriel Anselmi ... Wilfredo Vasquez.
- Carla Arriola ... Mireya.
- Roberto Ruiz ... Alférez Arévalo.
- Eduardo Pastrana ... Luis Miguel.
- Katia Salazar ... Yuri.
- Paco Varela ... Milton / Leónidas / Toribio.
- Liliana Boza ... Raquel.
- Homero Cristalli ... Renato García Miró.
- Elsa Olivero ... Carmen Jimenez Vda. de Córdova.
- D'AngeloPerez ... Daniel "Danielito" Córdova.

2.4.3. Temporadas.

Temporada	Episodios	Rango de episodios	Emisión original	
			Inicio	Final
1	30	1 – 30	1 de octubre de 2012	9 de noviembre de 2012
2	75	31 - 105	1 de julio de 2013	11 de octubre de 2013
3	30	106 - 135	22 de septiembre de 2014	31 de octubre de 2014

2.4.4. Temas musicales.

- "Madrugadas enteras" - Christian Domínguez.
- "Mi estrella" - Christian Domínguez y María Grazia Gamarra.
- "Amarnos con el alma" - María Grazia Gamarra.
- "Cómo quisiera" - Nikko Ponce.
- "Te pagare con amor" - Nikko Ponce.
- "Estar Enamorada" - Camila Zavala.
- "Nada sin ti" - Nikko Ponce.
- "Yo te hare recordar" - Christian Domínguez.
- "Lo que yo Haría" - Emanuel Soriano Y Josity Hurtado.
- "Nadie Puede Con El Amor" - Wendy Sulca.
- "El Rap del Duque" - Andre Silva.

2.4.5. Premios y Nominaciones.

Año	Categoría	Nominados	Resultado
2012	Mejor producción local	<i>Mi amor, el wachimán</i>	Nominado
	Mejor actriz de TV	María Grazia Gamarra	Ganadora
	Mejor actor de TV	Christian Domínguez	Ganador
2013	Mejor producción local	<i>Mi amor, el wachimán 2</i>	Nominado
	Mejor actriz de TV	María Grazia Gamarra	Nominada
	Mejor actor de TV	Christian Domínguez	Nominado
2014	Mejor producción local	<i>Mi amor, el wachimán 3</i>	Nominado
	Mejor actriz de TV	María Grazia Gamarra	Nominada
	Mejor actor de TV	Christian Domínguez	Nominado

3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.

En el desarrollo de la presente investigación, interesa precisar el significado conceptual de los siguientes términos.

3.1. ACTOR.

Se denomina actor o actriz a la persona que interpreta una acción, ya sea mediante improvisación o basándose en textos (obra de un autor o creados a través de improvisaciones individuales y colectivas). Construye su trabajo usando la voz, la mímica y otros recursos corporales y emocionales con el fin de transmitir al espectador el conjunto de ideas y acciones propuestas. Puede asimismo usar recursos técnicos u objetos como manipular títeres, o interpretar sobre la imagen o la voz de los demás. Combinando su ocupación con el director, el resto de profesionales y apoyado en estímulos visuales o sonoros, actúa en lugares donde se representan espectáculos públicos a través de las representaciones.

3.2. CONFERENCIA DE PRENSA.

Una rueda de prensa o conferencia de prensa es un acto informativo convocado por un organismo o entidad al que están invitados los medios de comunicación para que informen de lo que allí suceda. La mayoría de las ruedas de prensa están convocadas por instituciones, partidos políticos, sindicatos y grupos empresariales, que a su vez son los que tienen mayor poder de convocatoria. También pueden convocarla todos aquellos grupos o movimientos sociales que deseen dar a conocer a la opinión pública algún asunto. Se sirven de este método asimismo las entidades organizativas y promotoras de

distintas actividades para hacer llegar sus programas a la ciudadanía y los famosos (futbolistas, cantantes, actores).

Los medios de comunicación no acuden indiscriminadamente a todas las convocatorias sino que seleccionan las que consideran más interesantes o importantes.

Los temas que se tratan en las ruedas de prensa son muy variados y dependen de los intereses de los organizadores. Cuando el periodista acude a la rueda de prensa sabe de antemano los temas que se tratarán y en muchas ocasiones se les entrega por escrito un pequeño resumen con el contenido del acto.

3.3. DETRÁS DE CÁMARAS.

Es el área en la parte trasera de un teatro o del rodaje de una película, los espacios ocultos al público y relacionados con el desarrollo del espectáculo. Backstage, en expresiones tradicionales como entre bambalinas y tras bambalinas. Como referencia, tanto física como ideológica, a los espacios y aspectos del show que no ven los espectadores.

3.4. ENTREVISTA EN VIVO.

Es una técnica que consiste en la conversación entre dos o más personas., en la cual hay entrevistador y entrevistado. dentro del proceso de comunicación social es el proceso más utilizado. la entrevista cumple con la función de obtener información de individuos y de facilitar información.

3.5. ESTRATEGIA PUBLICITARIA.

La estrategia publicitaria se define como el conjunto de decisiones que toma la empresa o ente que quiere vender un producto o servicio concreto y que engloban desde la definición de unos objetivos, a quien va destinada (público objetivo), la fijación de un presupuesto

3.6. MINISERIE “MI AMOR EL WACHIMÁN”.

Mi amor, el wachimán es una serie peruana producida por Michelle Alexander para América Televisión, cuya tuvo 3 temporadas. La primera temporada fue estrenada el 1 de octubre de 2012 y finalizó el 9 de noviembre de 2012. La segunda temporada se estrenó el 1 de julio de 2013 y finalizó el 11 de octubre de 2013. La tercera y última temporada se estrenó el 22 de setiembre de 2014 y finalizó el 31 de octubre de 2014.

Protagonizada por Christian Domínguez y María Grazia Gamarra, co-protagonizada por Nikko Ponce y Camila Zavala, cuenta con las participaciones antagónicas de André Silva, Stephanie Orúe y Yaco Eskenazi. Además cuenta con las actuaciones estelares de Paul Martin, LalyGoyzueta y Norka Ramírez.

Cabe destacar que según la RAE la escritura correcta es "guachimán", a diferencia del título de la serie.

3.7. NOTA DE PRENSA.

Es un texto periodístico escrito mediante el cual se da a conocer a los medios de comunicación un mensaje para que lo divulguen. La nota de prensa puede ser de tres tipos: informativa, de opinión y de convocatoria.

3.8. PERSONAJES.

Es el que actúa en las mayores acciones de una historia. El protagonista es el personaje principal mientras que el personaje conocido como antagonista, es quien representa la oposición al protagonista, igual que los antagonistas, puede haber más de un protagonista en una historia.

3.9. PUBLICITY.

Es la información divulgada por una empresa, entidad u organismo público o privado, con el fin de crear un clima favorable hacia el/la mismo/a, y que es difundida total o parcialmente por un medio de comunicación.

3.10. RELACIONES PÚBLICAS.

Actividad profesional que se ocupa de promover o prestigiar la imagen pública de una empresa o de una persona mediante el trato personal con diferentes personas o entidades. Persona que se dedica a esta actividad o profesión.

3.11. SESIÓN DE FOTOS.

Una sesión fotográfica, referido normalmente a la industria de la moda, aunque sin ser exclusivo de ella, es la situación en que un modelo posa para el fotógrafo en un estudio, realizándose múltiples fotografías de entre las que se eligen las mejores. No siempre se realiza a una persona, sino que el objeto de la sesión puede ser algo que se desea promocionar, por ejemplo en una revista, mostrando sus características con fines comerciales.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigación es de tipo básica.

1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigaciones es de nivel descriptivo.

2. CASO DE LA INVESTIGACIÓN: EL PUBLICITY EN LA MINISERIE “MI AMOR EL WACHIMÁN”. PRIMERA TEMPORADA.

El Caso de la presente investigación está constituido por el Publicity como Estrategia de relaciones públicas y su impacto en la notoriedad de los personajes de la Miniserie “Mi amor el Wachimán” en su primera temporada.

2.1. FASE DE ANTESALA.

2.1.1. Notas de Prensa.

Se realizó la primera nota de prensa para anunciar el estreno y la fecha de lanzamiento de la miniserie Mi Amor el Wachimán. En la nota se dieron a conocer a los dos protagonistas principales (Christian Domínguez y María Grazia Gamarra Y Yaco Esquenazi, así como a los coprotagonistas principales como Laly Goyzueta, Paul Martín, Nikko Ponce y Silvia Bardales.

Se contó también en la nota que la miniserie se emitiría a las nueve de la noche por las pantallas de América Televisión y se sumaron las declaraciones de la productora que se mostraba ansiosa con el estreno.

Se contaba en la nota que la historia arrancaba con la escena del terremoto en Pisco, ya que el protagonista, Salvador (Christian Domínguez) era nacido en Pisco, quien luego va a Lima con toda su familia, con la idea de que su novia murió y consigue trabajo de wachimán.

Otra de las cosas que se anunció en la nota de prensa fue el primer protagónico de María Grazia Gamarra, así como el de Yaco Esquenazi.

Esta nota fue enviada el 25 de Setiembre del 2012.

Todas las notas de prensa debían pasar siempre revisión por parte de la productora, Michelle Alexander, unos dos a tres días antes de ser enviadas a la prensa.

Una vez enviada la nota a la base de datos que la agencia posee, se llamaba a los editores y redactores de diarios que estén trabajando ese día, y se les pedía que por favor consideraran la nota en el impreso para el día siguiente, y en la web del día actual en que se mandaba.

Esto muchas veces no se cumplía por los temas de coyuntura. Algunas veces ocurría algo en el ambiente del espectáculo que podía opacar o hacer que el espacio que en un inicio nos proporcionarían, se redujera considerablemente, pero esto se compensaba con alguna entrevista o sesión de fotos en exclusiva a los actores o productora.

Con esta nota se buscó dar a conocer la fecha de estreno a la prensa. Los medios sabían meses antes que se venía grabando la miniserie, pero no tenían conocimiento de la fecha de estreno.

El seguimiento que les hice fue al día siguiente enviada la nota. Revisaba diarios impresos temprano, y *googleaba* en internet las noticias subidas a las webs nacionales. **(Ver ANEXO 2).**

Se realizó la segunda nota de prensa, que era la que se repartiría en la conferencia de prensa. En ella se contaba un poco más de la historia que se desarrollaría en la miniserie.

Se desarrolló en base al esfuerzo y reconocimiento a los wachimanes del país, contando un poco más sobre la historia de Salvador (Christian Domínguez), quien llegó a Lima y en su afán de cubrir sus gastos de estudios y los de

su familia, asume el trabajo de wachimán, un oficio que le traerá muchos retos y sobre todo lo hará conocer el amor de Catalina (María Grazia Gamarra).

En esta nota se dieron a conocer los nuevos rostros de la televisión peruana como Camila Zavala, Nikko Ponce y André Silva, quienes serían respaldados por las actuaciones de Norka Ramírez, Laly Goyzueta y Daniela Sarfaty.

Esta nota se entregó de manera impresa durante la conferencia de prensa a los periodistas que acudieron. La conferencia se llevó a cabo en la Discoteca Céntrica, que sirvió de escenario para que los Hermanos Yaipén, orquesta a la que pertenecía Christian Domínguez, presenten la canción “Mi Estrella”, canción que pertenecía a la miniserie y es interpretada por Christian Domínguez a dúo con María Grazia Gamarra.

El objetivo de esta segunda nota fue dar a conocer los nombres de los actores que actuaban en la miniserie, y una breve reseña de cada uno.

El seguimiento fue al día siguiente de las notas de prensa, revisando diarios impresos, los programas que rebotaron la conferencia de prensa de América Televisión, y las webs que rebotaron la nota. **(Ver ANEXO 3)**.

2.1.2. Conferencia de Prensa.

La conferencia de prensa se realizó el 27 de Setiembre del 2012 en la Discoteca Céntrica. Contó con la presencia de todos los actores del elenco:

- María Grazia Gamarra
- Christian Domínguez
- Yaco Esquenazi
- André Silva
- Lali Goyzueta
- Paul Martín
- Nikko Ponce
- Camila Zavala
- Norka Ramirez
- Karla Medina
- Silvia Bardales
- Evelyn Azabache
- Miguel Álvarez
- Daniela Sarfaty
- Lizeth Campano
- Martín Velásquez
- Dayiro Castañeda
- Humberto Cavero

Y de la productora Michelle Alexander.

La conferencia se desarrolló con la presentación de parte de la productora, de los Hermanos Yaipén y de los dos protagonistas de la miniserie cantando la canción “Mi Estrella”. Luego se procedió a presentar a los actores uno por uno. Y finalmente Christian Domínguez interpretó la canción Mi amor el Wachimán, canción más movida e introductoria de la miniserie, con la que el elenco bailó.

Luego, se pasó a las entrevistas a los actores, cada grupo de prensa se dividió para entrevistar a cada actor, para luego armar grupos según los protagonistas (María Grazia, Yaco y Christian), (Christian y María Grazia), (Yaco

y María Grazia), (Camila Zavala y Nikko Ponce), (Laly Goyzueta y Paul Martín), así como cada actor solo para que la prensa tenga de archivo diversas fotos de los actores.

Entrevistas con la productora también se realizaron, tanto con diarios como con el noticiero de América Televisión, y América Espectáculos. América Espectáculos edición mediodía tuvo un enlace en vivo con los actores y la productora. **(Ver ANEXO N° 04).**

2.1.3. Manejo del mensaje.

El mensaje que se quiso manejar en la fase de antesala fue, en la primera nota de prensa la confirmación de Christian Domínguez como protagonista de la miniserie junto a María Grazia Gamarra.

En la segunda nota de prensa se manejó a los demás personajes y la fecha de estreno real, ya que en la anterior solo se mencionó que sería en Octubre.

En la segunda nota de prensa se describían brevemente a los personajes principales.

2.1.4. Entrevistas en Diarios a los actores.

Se realizó como primera entrevista a María Grazia, Christian Domínguez y Yaco Esquenazi una entrevista para el diario El Comercio. Salió una portada principal casi medio mes antes del estreno. Fue portada en Luces, una

página completa. Es así como de dio inicio a las demás entrevistas.

Luego de la conferencia de prensa, los actores tuvieron que armar agenda para los demás diarios. Desde El Comercio, hasta Extra y Ajá para cada personaje. Las entrevistas se realizaron durante las semanas siguientes al estreno y posteriores a las firmas de autógrafos, para comentar la cantidad de gente que había asistido a cada una. En cada entrevista los actores mencionaban lo que venía más adelante, firmas, presentaciones, o mencionaban lo que vendría en el capítulo más importante de la semana en la que se realizaba la entrevista. **(Ver ANEXO N° 05).**

2.1.5. Entrevistas en Páginas Web a los actores.

Los actores eran invitados a las diferentes plataformas webs nacionales.

Perú.com entrevistó en la primera semana a María Grazia Gamarra, el fin de semana del estreno a Christian Domínguez , la siguiente semana a Camila Zavala y Nikko Ponce, la tercera semana a André Silva, y la cuarta semana a Laly Goyzueta.

Comercio Web entrevistó la primera semana a María Grazia Gamarra y la segunda semana a André Silva y Christian Domínguez.

Terra entrevistó a Chirstian Domínguez, Nikko Ponce y André Silva, los wachimanos en la tercera semana.

La web de América Televisión entrevistó a los 3 wachimanes también la primera semana. Luego realizó un video chat en vivo con Camila Zavala y Nikko Ponce.

Yaco Esquenazi realizó una sesión de fotos sexy para Perú.com

Nikko Ponce también realizó una sesión de fotos para la web de la revista Wapa. **(Ver ANEXO N° 06).**

2.1.6. Chats en vivo con los actores.

Se realizaron dos chats en vivo durante la primera temporada, el primero fue para la web de América Televisión: Camila Zavala y Nikko Ponce, la tercera semana de estreno. Y el segundo chat fue para Perú.com, María Grazia Gamarra, durante la semana final de la primera temporada.

En cada chat, el público podía preguntarles a los actores lo que ellos quisieran, incluso mandar saludos y proponer un final para la miniserie. Nikko Ponce y Camila Zavala estuvieron cerca de 1 hora compartiendo con el público. El chat se anunció a través de las redes sociales del canal, de la productora, además en cada programa que asistían mencionaban que estarían en el chat ese día a una hora determinada. Además se promocionó con un cintillo al final de cada capítulo de la miniserie.

Para el chat de María Grazia en Perú.com se promocionó mediante su misma página, y en prensa, en los programas a los que iba. Además cada actor movía sus

redes sociales anunciando los eventos y próximas actividades que tendrían relacionadas con la miniserie.

2.1.7. Enlaces en vivo.

Los enlaces se realizaron únicamente en la conferencia de prensa, en la que se hizo para América Noticias, el reportero Bruno Bernal realizó el enlace en vivo, en el que los actores fueron presentados y conversó con los tres protagonistas, Christian Domínguez, María Grazia Gamarra y Yaco Esquenazi, y con la productora Michelle Alexander.

El siguiente enlace en vivo se realizó el día del primer capítulo, en el que los actores se reunieron en el Chifa Royal para observar reunidos el primer capítulo de la miniserie. El mismo reportero realizó las entrevistas y conversó al final con la productora Michelle Alexander.

El tercer enlace en vivo para América Noticias fue el día del capítulo final, los actores también se reunieron para verlo en el Chifa Royal. Capítulo en el que El Duque le dispara a Salvador y Catalina se interpone, el disparo le cae, y todos la creen muerta. El final de la primera temporada es abierto puesto que la productora ya sabía que tenía que grabar una segunda temporada debido al éxito alcanzado.

El enlace se realizó para América Noticias edición noche, con Mávila Huertas, y la entrevista fue a Michelle Alexander, Christian Domínguez, María Grazia Gamarra, y André Silva, ejecutor del disparo a Salvador.

André se convirtió en el malo más querido de la televisión (**Ver ANEXO N° 08**).

2.1.8. Entrevista a la productora.

Se realizó una entrevista a la productora Michelle Alexander para verificar los resultados del trabajo de relaciones públicas durante el lanzamiento de la Miniserie televisiva “Mi Amor el Wachimán” (**Ver Anexo N° 09**).

2.2. FASE DE INICIO Y CONSOLIDACIÓN.

2.2.1. Presentación de los personajes el día del Estreno.

Se realizaron entrevistas uno por uno con cada personaje de la miniserie, tanto en diarios como en los programas de televisión el día de la conferencia de prensa.

Los actores se reunieron para ver el estreno juntos y se realizó un enlace en vivo con la edición nocturna del noticiero.



2.2.2. Presentaciones televisivas en Programas de América TV.

Se presentaron a los actores en los diversos programas de América Televisión (El canal, como propietario del producto, no permite que los actores pisen otros canales, así como tampoco permite a los canales asistir a su conferencia de prensa, ya que esta se realiza en las instalaciones del mismo canal, casi siempre, y cuando se realizan fuera, no se permite el ingreso de la cámara de ningún otro canal. Muchas veces esperan a los actores fuera, pero es trabajo de la jefa de prensa (PR), conversar con ellos y explicarles que los actores no podrán conversar con ellos por orden expresa del canal).

El primer programa que lanzó un reportaje de las grabaciones fue Cuarto Poder, y al día siguiente lo rebotó Domingo al Día. En este programa se entrevistaron a la mayoría de los actores, pero no se develó mucho material de la miniserie.

El día de la conferencia de prensa, se hizo un enlace en vivo con América Noticias edición mediodía.

El día del estreno, por la mañana, fueron a América Espectáculos Christian Domínguez y María Grazia Gamarra a cantar la canción Mi Estrella.

Durante la semana de estreno, los dos protagonistas principales fueron a Estás en Todas, Al Aire, América Espectáculos (Nikko Ponce y Camila Zavala) y A las Once (Programa que ya no está al aire). El primer fin de semana de estreno, se presentó el elenco en el Programa de La

Chola Chabuca (Christian, María Grazia, Nikko Ponce, Camila Zavala, EL Duque y Lali Goyzueta).

Durante la semana siguiente, los actores realizaron una nota para el programa Domingo al Día, se llevaron a los tres wachimanes (Christian Domínguez, Nikko Ponce y André Silva), a caminar por Jirón de la Unión, y es ahí donde se midió la sintonía del público y se decidió realizar la primera firma de autógrafos el tercer fin de semana de estreno en el Centro Comercial Megaplaza.

Durante las siguientes semanas se mandaron notas de prensa de lo que sucedía en los capítulos de viernes o en los principales capítulos.

Se empezaron a explotar a los personajes que tenían mayor participación a medida que iban apareciendo.

Durante la primera semana la canción principal tuvo gran acogida en el público, y alcanzó el millón de visitas en youtube, así que se mandó también una nota de prensa comentando lo de la canción.

Entre la tercera semana se realizó la primera firma de autógrafos, convocando a más de 3 mil personas en el Megaplaza. La firma se realizó el 20 de Octubre y fue un éxito total. A la firma asistieron María Grazia Gamarra, Christian Domínguez, André Silva y Laly Goyzueta.

Otros personajes utilizados para la prensa fueron Daniela Sarfaty (La mamá del personaje de Dayiro), la pareja conformada por Evelyn Azabache y Martín Velásquez, ellos se fugaron en la miniserie para estar juntos y ella quedó embarazada, se vendió a la prensa

como la relación tormentosa de estos dos rostros nuevos de la televisión.

La pareja conformada por Nikko Ponce y Camila Zavala funcionó muy bien en la prensa, los querían, ya que son muy mediáticos y siempre eran divertidos en las entrevistas, se realizaron chats en vivo con ellos y se les llevó juntos a varios programas del canal.

En cuanto a revistas María Grazia tuvo varias portadas sola, apareció en Pandora, Cosas, y Ellos y Ellas.

La cuarta semana de estreno, se formó la pareja conformada por Belén (Evelyn Azabache) y Machete (Martín Velásquez), ellos asistieron a diferentes programas de televisión como América Espectáculos, Al Aire, A las Once, Estás en Todas y El Reventón de la Chola Chabuca.

Uno de los programas que más sintonía tenía cuando asistían a Estás en Todas, programa conducido por Sheyla Rojas y Jaime “Choca” Mandros. Cuando los personajes de MAEW iban, el rating del programa era alto.

El gran show fue un programa importante.

Se prepararon dos musicales para presentarse en el set de El Gran Show.

Al inicio de la temporada fue María Grazia, Yaco Esquenazi y Christian Domínguez. En esa oportunidad el único que cantó la canción introductoria de la miniserie llamada “Mi amor el Wachimán” fue Christian Domínguez.

La siguiente oportunidad de asistir al programa fue al finalizar la miniserie.

Fue todo el elenco y mientras María Grazia y Christian Domínguez cantaban la canción a dúo “Mi Estrella”, detrás de ellos bailaban Laly Goyzueta, Paul Martín, Nikko Ponce, Camila Zavala, André Silva y Norka Ramírez **(Ver ANEXO N° 10)**.

2.2.3. Entrevistas en Diarios.

En esta segunda fase, se continuó con entrevistas a los actores en los Diarios El Comercio, Trome, Perú 21, La República, El Popular, Extra, Expreso, Ajá, Correo, Ojo, La Industria de Trujillo, La Razón, El Chino, Diario Uno y El Men. **(Ver ANEXO N° 11)**.

2.2.4. Entrevistas en Revistas.

En cuanto a revistas María Grazia tuvo varias portadas sola, apareció en Pandora, Cosas, y Ellos y Ellas.

Las revistas en las que salió la pareja protagónica fueron:

- Gisela, quien nos dio una portada y 7 páginas internas. Se les realizó una sesión de fotos en los estudios de Editorial Gival, una producción que demoró cerca de 4 horas entre maquillaje, peinado y fotografías.

María Grazia salió sola en:

- Del Fin: Revista que sale los fines de semana en Trujillo. Salió en la portada con una foto proporcionada al medio, y dentro una entrevista de dos hojas en una central.

- Cosas: Revista mensual. Cosas la catalogó como la actriz del año. La revista le dio portada, e internamente fueron 6 páginas completas de fotografías. La sesión se realizó en el Club Regatas.

- Pandora: Revista quincenal en la que apareció en portada. Internamente apareció en 4 páginas.

- Ellos y Ellas: se le realizó una sesión de fotos en el estudio de Caretas. La sesión demoró cerca de 5 horas con varias mudas de ropa, peinado y maquillaje. Apareció en portada con 4 páginas interiores.

Christian Domínguez apareció solo en:

- Revista Talentos: salió en portada y 3 páginas dentro.

- Revista Magaly: Se le realizó una sesión de fotos en su casa, y apareció en portada y en dos páginas interiores.

Nikko Ponce apareció solo en:

- Revista Magaly: Le dieron una portada, se realizó una sesión de fotos en el restaurante Bakery. Le dieron 4 páginas interiores.

Camila Zavala apareció en 3 páginas interiores en Cosas.

Laly Goyzueta apareció en portada en Ellos y Ellas, y 3 páginas interiores.

André Silva apareció en la revista Magaly Tv, también en portada y dos páginas interiores **(Ver ANEXO N° 12)**.

2.2.5. Firma de autógrafos.

Entre la tercera semana se realizó la primera firma de autógrafos, convocando a más de 3 mil personas en el Megaplaza. La firma se realizó el 20 de Octubre y fue un éxito total. A la firma asistieron María Grazia Gamarra, Christian Domínguez, André Silva y Laly Goyzueta.

Las fotos fueron enviadas a la prensa nacional.
(Ver Anexo N° 13).

2.3. FASE FINAL.

2.3.1. Sesión de fotos a los personajes.

Cuando se sabe que la Miniserie se va a realizar, el canal contrató a Zul Estudio para la realización de las fotos oficiales del elenco. La investigadora cubría las fotos de las presentaciones del elenco en diversas actividades como conferencia de prensa, firma de autógrafos y en el capítulo final (**Ver ANEXO N° 14**).

2.3.2. Detrás de cámaras a los actores.

El capítulo final de la primera temporada, estaba previsto para ser cerrado ya que la miniserie solo constaba de una temporada, pero el canal, al ver el éxito de la miniserie, dos semanas antes del final, le pidió a la productora, Michelle Alexander, realizar una segunda parte, por lo que se tuvo que grabar un final abierto.

El final inicial era de la boda de los protagonistas (Catalina y Salvador). El antagonista, El Duque estaría preso para siempre.

El final que decidieron cambiar fue que El Duque saldría de la cárcel con la ayuda de Machete, cuñado de Salvador que se vuelve maleante y drogadicto, y les da el alcance a los protagonistas justo antes de que se vayan hacia la iglesia, y sin piedad le dispara a Salvador, pero Catalina se interpone en el balazo y le cae a ella en el abdomen.

El final es trágico.

La agencia de prensa, al enterarse que grabarían el final dos días antes del final, en las instalaciones de la casa productora, se decide realizar una sesión de fotos del detrás de cámaras, que serían enviadas a la prensa el día del final para que se convierta en portadas de los principales diarios de Lima.

Fue así como la prensa lo tomó, como la tragedia que rondó el final nacional de MI amor el Wachimán.

(Ver Anexo N° 15).



Los actores manifestaron su profesionalismo, en todo momento, repitiendo muchas veces las tomas. El capítulo final demoró aproximadamente cuatro horas, atendiendo a cada detalle para que la producción continuase con el alto nivel de este tipo de producciones.



En la vista, apreciamos la página central del Diario Extra, que cubrió las escenas del Capítulo final de la Miniserie "Mi Amor el Wachimán" en su primera temporada.



Desenlace. Fue grabado hace algunos días. Historia se cambió debido a éxito de teleaudiencia.

DISPARAN A NOVIA Y FINAL DEJA EN SUSPENSO SI VIVE

¿Wachimán se queda viudo?

Segunda temporada de serie se verá el próximo año. Ahí se sabrá desenlace

algomás ?
 Christian participó en el lanzamiento del programa "Llachay", cuyo objetivo es restituir los derechos de los niños y adolescentes.

➔ Un final sangriento tuvo el último capítulo de la primera temporada de la sintonizada miniserie "Mi amor, el wachimán". En momentos que Catalina (María Grazia Gamarra), blanca y radiante vestida de novia, y Sebastián (Christian Domínguez), muy elegante con su smoking, se disponían a jurarse amor eterno ante un altar, ocurre una tragedia. El wachimán malo apodado "El Duque" (André Silva) se apareció ante los novios sediento de ven...

Sebastián, gritándole que por su culpa pasó años en la cárcel. Catalina le pide que no le haga daño. Pero "El Duque" decidido a todo dispara contra Sebastián, sin imaginar que Catalina cubriría al amor de su vida con su cuerpo. La bala atravesó su abdomen bañando en sangre su vestido de novia y cayó al suelo moribunda ante los gritos desgarradores de Sebastián. Este fue el nuevo final de la miniserie que la productora Michelle Alexander tuvo que grabar la semana pasada.

para dejar en expectativa a los seguidores de la miniserie y que esperen con ansias el inicio de la segunda temporada, el próximo año. Por otro lado, Christian Domínguez aclaró que por lealtad a Michelle Alexander no asistirá a "Magaly TeVé" este lunes, día que transmitirá un especial sobre su trabajo. "No es que tenga exclusividad con 'mi mamá Michelle', sino que yo no podría estar el lunes porque es el debut de su segunda miniserie; por un tema de lealtad y de respeto, no estaré con Magaly, pero les estoy agradecido por haberme convocado a grabar 'Un día con Christian Domínguez'. Yo tengo contrato solo con 'Combate' que me prohíbe ir a 'Esto es guerra', ni con Hermandad nos Yaipén puedo ir".

2.3.3. Entrevistas a los actores.

Al final de la temporada, los actores principales María Grazia Gamarra y Christian Domínguez fueron nominados a los premios Luces. André Silva fue nominado como actor revelación y la miniserie Mi amor el Wachimán fue nominada como miniserie del año.

El único premio que ganaron fue a miniserie del año. Los premios se entregaron en enero del 2013 en el Hotel Marrison, en el cual hubo un cóctel y sesión de fotos para la premiación.

El éxito de la miniserie fue tan grande que acabada la primera temporada, empresarios de provincia quería llevar a los actores a firmas de autógrafos.

Se realizaron diversas firmas para el verano, y se coordinó para que cuando saliera la segunda temporada, presenten un musical en diversas provincias del país. **(Ver ANEXO N° 16).**

3. RECOLECCIÓN DE DATOS.

3.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

En la presente investigación se utilizarán las siguientes técnicas de investigación:

- a) Observación.
- b) Encuesta.
- c) Estadística.

3.2. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

En la presente investigación, en correspondencia con las Técnicas de Investigación, se utilizaron los siguientes Instrumentos de Investigación:

- a) Guía de observación.
- b) Guía de Entrevista.
- c) Cuadros de Rating de audiencia.

4. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.

Los resultados obtenidos, producto de la aplicación de la entrevista a los actores y a la productora de la Miniserie se transcribieron y posteriormente la investigadora formuló algunas conclusiones parciales; y los resultados obtenidos producto de los rating se muestran a continuación.

RANKING	PROGRAMA	CANAL	GÉNERO	RAT% Hogares
1	MI AMOR EL WUACHIMAN	Canal 04	Miniseries	31.4
2	AL FONDO HAY SITIO	Canal 04	Comedias	30.6
3	AMERICA NOTICIAS	Canal 04	Noticieros	19.5
4	MAGALY TE VE	Canal 09	Magazine	15.8
5	ESTO ES GUERRA	Canal 04	Concurso	15.1

Tendencias: Lima - Cambiar

#PreguntasParaMessi

#JaiFollowParty

#JulioConJDe

#MiAmorElWachiman2

#MAEW2

Lima

Perú

Rusia

Twitter

Tendencias: Perú - Cambiar

#JulioConJDe

#JaiFollowParty

#PreguntasParaMessi

#YaSeGraduóPero

#SiempreTúNicoleyAlexis

Lima

Perú Posible

Duelo de Gigantes

Rusia

#MAEW2

5. PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Mediante la cobertura demostrada por los comunicadores (periodistas, entrevistadores, fotógrafos, camarógrafos, relacionistas públicos; etc), antes, durante y al final de la primera temporada de la Miniserie “Mi Amor El Wachimán”, **se demuestra mediante las evidencias en todo este proceso y en rotundo éxito obtenido por la Miniserie, que el conjunto de acciones de Publicity realizadas por la investigadora y su Empresa *Check In Comunicaciones*, quien tuvo a su cargo por contrato a exclusividad el manejo de las relaciones públicas para tal fin.**

Por tanto, las hipótesis específicas que mencionan: i) La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada **en la Fase de Antesala** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012; **ii)** La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada **en la Fase de Inicio y Consolidación** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012; y **iii)** La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada **en la Fase Final** por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012; **quedan probadas toda vez que en las tres (03) fases, se cumplieron sus respectivos indicadores; y mediante las pruebas anexadas al final de este trabajo de investigación, se demuestra que la Miniserie se ha visto impactada de manera positiva por el publicity realizado como estrategia de relaciones públicas.**

CONCLUSIONES

PRIMERA.

La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se vio impactada en la Fase de Antesala por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

SEGUNDA.

La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se vio impactada en la Fase de Inicio y Consolidación por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

TERCERA.

La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se vio impactada en la Fase Final por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.

RECOMENDACIONES

PRIMERA.

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de nuestra Universidad Alas Peruanas, incluya en su nuevo Plan Curricular, la asignatura de Publicity como una disciplina de las Ciencias de la Comunicación considerando que existe un significativo campo laboral: En Áreas de producción, publicidad, empresas; etc.

SEGUNDA.

Todo comunicador para poder desempeñarse de la mejor manera como PR debería haber realizado un trabajo en medios de comunicación para, de esta manera, entender el contenido de cada uno y poder ofrecerles la mejor idea que convenga.

TERCERA.

Se deben incentivar este tipo de investigaciones en base a las propias experiencias de sus egresados.

CUARTA.

Se deben incentivar este tipo de investigaciones casuísticas cualitativas, pues si bien no trabajan con numerosas cantidades de sujetos u objetos de investigación, se enriquecen al trabajar con casos o unidades de análisis específicas.

**FUENTES
DE
INFORMACIÓN**

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.

ALVARADO AVANTO, Risco.

2008. ***Estrategia de Marketing de servicios educativos de posicionamiento***. Lima, Perú. 107 hojas. Tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciado en Publicidad. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP). Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Escuela Académico Profesional de Publicidad.

GARCÍA UCEDA, Mariola.

2012. ***Las claves de la Publicidad***. Madrid, España. 462 pp. ESIC. Octava edición.

PELLICER JORDÁ, Mayté.

2013 ***Ética y estrategias publicitarias: Por una publicidad ética y veraz***. México, D.F., México. 180 pp. LAP LAMBERT PUBLISHINGS. Edic.

RAMOS SALAS, Paula Victoria.

2012. ***El neuromarketing como recurso para el diseño de estrategias de posicionamiento de imagen de marca en el Perú***. Lima, Perú. 134 hojas. Tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Publicidad. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP). Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Escuela Académico Profesional de Publicidad.

SORIANO, Claudio L.

2009 ***Cómo evaluar su publicidad***. Madrid, España. 145 pp. EDICIONES DÍAZ DE SANTOS. 3° Edición.

SORIANO, Claudio L.

2010 *El mundo del publicity*. Madrid, España. 122 pp. EDICIONES DÍAZ DE SANTOS. 1º Edición.

FUENTES ELECTRÓNICAS.

LA CULTURA DEL MARKETING. 2014. (04 pantallas). Disponible en: <http://laculturadelmarketing.com/como-hacer-una-campana-de-publicidad-primer-paso/>. Consultado en Julio 29, 2016.

PUBLICITY EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

<https://www.launchmetrics.com/es/recursos/blog/publicity-en-comunicacion>

Consultado en Setiembre, 29, 2016.

ANEXOS

ANEXO N° 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

EL PUBLICITY COMO ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS Y SU IMPACTO EN LA NOTORIEDAD DE LOS PERSONAJES DE LA MINISERIE “MI AMOR EL WACHIMÁN”. PRIMERA TEMPORADA: OCTUBRE - NOVIEMBRE, 2012.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012?	Analizar, en que medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.	La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012	EL IMPACTO EN LA NOTORIEDAD DE LOS PERSONAJES				
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE DEPENDIENTE		- Notas de Prensa. - Manejo del mensaje - Entrevistas en Diarios a los actores. - Entrevistas en Páginas Web a los actores. - Chats en vivo con los actores. - Enlaces en vivo. - Entrevistas a la productora.	OBSERVACIÓN ENTREVISTA ESTADÍSTICA	GUÍA DE OBSERVACION GUÍA DE ENTREVISTA CUADROS ESTADÍSTICOS DE RATING
¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase de Antesala por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012?	Describir en que medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase de Antesala por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.	La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase de Antesala por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012	EL PUBLICITY COMO ESTRATEGIA DE				
¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase de Inicio y Consolidación por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012?	Describir en qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase de Inicio y Consolidación por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.	La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase de Inicio y Consolidación por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012	RELACIONES PÚBLICAS	EN LA FASE DE INICIO Y CONSOLIDACIÓN	- Presentación de los personajes el día del Estreno. - Presentaciones televisivas en Programas de América TV. - Entrevistas en Diarios. - Entrevistas en Revistas. - Firma de autógrafos. - Conferencia de Prensa.		
¿En qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase Final por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012?	Describir en qué medida la notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase Final por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.	La notoriedad de la Miniserie “mi amor el wachimán”, en su primera temporada se habría visto impactada en la Fase Final por el publicity como estrategia de relaciones públicas de octubre-noviembre de 2012.		EN LA FASE FINAL	- Sesión de fotos a los personajes. - Detrás de cámaras a los actores. - Entrevistas a los actores.		

ANEXO N° 02

NOTA DE PRENSA

Miniserie será un homenaje a los vigilantes

“MI AMOR EL WACHIMAN” SE ESTRENA EN OCTUBRE

Christian Domínguez, María Grazia Gamarra y Yaco Esquenazi, protagonizan “Mi amor el Wachiman”, miniserie de Del Barrio Producciones, que se estrena el 1 de octubre por América Televisión.

Luego del éxito alcanzado por Del barrio Producciones con el documental “Amazonas, la Ruta Indomable”, y siguiendo con las miniseries que la caracterizan, Michelle Alexander estrena en octubre la miniserie “Mi amor el Wachiman”, como un homenaje a todos los vigilantes del Perú.

La historia de la miniserie recordará escenas del terremoto en Pisco en el 2007, donde comienza la historia con la llegada a la capital de Salvador, personaje de Christian Domínguez, quien luchará por sacar adelante a su familia trabajando como vigilante.

La actriz María Grazia Gamarra, tendrá su primer protagónico, y encarnará a una joven estudiante de economía, pero que en el fondo quiere estudiar baile y actuación, que en el camino de enamorará de un vigilante y llegará a retar a su madre y no le importará enfrentarse a quien sea con tal de permanecer al hombre que ama.

Quien también tendrá su primer personaje protagónico en la miniserie, será el actor Yaco Esquenazi, quien interpreta a Aurelio, ex enamorado de Catalina y se encargará de hacerle la vida imposible a Salvador.

“No puedo esperar a que se estrene la miniserie, estoy ansioso, creo que he aprendido mucho trabajando en Del Barrio, el ritmo de grabaciones es muy fuerte, son muy estrictos, pero es muy intenso, me encantaría más adelante seguir haciendo miniseries y posiblemente cine” comentó emocionado el actor Yaco Esquenazi.

“Mi amor el Wachiman” se estrenará por América Televisión el 1 de octubre en el horario estelar de las 9 de la noche y contará con figuras importantes como LalyGoyzueta, Paul Martín, Nikko Ponce, Silvia Bardales entre otros.

Dirección y producción general: Michelle Alexander

Historia y guión: Víctor Falcón

Canal y horario: América Televisión a las 9 p.m.

ANEXO N° 03

NOTA DE PRENSA

“MI AMOR EL WACHIMAN” SE ESTRENA EL 1 DE OCTUBRE

Christian Domínguez, María Grazia Gamarra y Yaco Esquenazi en nuevo proyecto de "Del Barrio Producciones" y América Televisión

Un joven golpeado por la vida deja todo para sacar adelante a su familia, enfrentando los desafíos de una sociedad que se empeña en mantener las diferencias de las clases sociales. Christian Dominguez y María Grazia Gamarra, son los protagonistas de "Mi amor el Wachiman", la miniserie que promete cautivar a los televidentes desde el 1 de octubre a las nueve de la noche por América Televisión.

La miniserie inicia con escenas del terremoto de Pisco, donde Salvador (Christian Dominguez) tendrá que enfrentar la tragedia con la pérdida de algunos integrantes de su familia. Sin embargo, conducido por sus ganas de resurgir emprende un viaje a Lima dispuesto a cumplir sus sueños y sacar adelante a su madre.

En su afán de cubrir los gastos de sus estudios y los de su familia, Salvador, se decide a asumir el trabajo de wachiman, un oficio que le traerá muchos retos y sobre todo lo hará conocer el verdadero amor en Catalina, personaje interpretado por la joven actriz María Grazia Gamarra.

María Grazia, tendrá su primer protagónico en esta miniserie y encarnará a una joven estudiante de economía que trata de cumplir sus sueños a pesar de la vida impuesta por sus adinerados padres. Catalina no sólo enfrentará las imposiciones de sus progenitores que encarnarán LaliGoyzueta y Paul Martín, sino que también pondrá en vilo a su familia cuando confiese su amor por Salvador, el agente de seguridad de su vecindario, pero sin importarle más que su amor, llegará a enfrentarse a quien sea con tal de permanecer con el hombre que ama.

"Mi amor el Wachiman" presenta a los nuevos rostros de la televisión peruana en papeles principales, como es el caso de Yaco Esquenazi, Nico Ponce, Camila Zavala y Andrés Silva, quienes serán respaldados por la participación de actores consolidados como NorkaRamirez, Silvia Bardales, Daniela Sarfaty, entre otros.

"Mi amor el Wachiman" desde el 1 de octubre a las 9pm por América Televisión

Dirección y producción general: Michelle Alexander

Historia y guión: Víctor Falcón

CON EL RUEGO DE SU DIFUSIÓN

Lead

contacto@lead.pe

ANEXO N° 04

CONFERENCIA DE PRENSA EN LA DISCOTECA CÉNTRICA



ENTREVISTA EN DIARIOS A LOS ACTORES

26 | Ocio y Cultura

La República
Calle 13 No. 1177 - Bogotá, D.C.

DEBUT. La joven actriz incursionará en la pantalla chica e intentará hacerse un nombre para dejar de ser "la hija de 'Chibolín'".

Renato Arango

Joseffy Hurtado viajó hace cinco años a Miami para ganarse su propio nombre y dejar de ser únicamente la hija de Andrés Burtado 'Chibolín'.

Allá tuvo éxito, fundó la agencia de telenovelas Peruvian Beaut, y trató al menos ganar el premio de estudio de actuación por seis meses en el New York Film Academy. Ahora, con la seguridad y la madurez que afirma haber adquirido, incursionará en la actuación, debutando en el papel de Perla 'la wachimana' en la segunda parte de Mi amor, el miércoles, cuyas grabaciones comienzan pronto.

¿Cómo se dio su ingreso a Miami, al wachimán?

Yo viajé a Michelle Alexander y fuí la hija que haría su estudio. Me asignaron un mentor que vive en mi casa y yo que estaba en el perfil de Perla.

¿Cómo describirías a Perla?

Perla es la que va a poner el orden y la que va a demostrarle lo que es ser un wachimán. Se trata de una muchacha que es una persona de la calle, sabe mucho de la vida personal, juega al fútbol.

¿La adorabas?

No le tiene miedo a nadie de la familia. Está relacionada con uno de los personajes, se familiarizó con ellos.

¿Había pensado alguna vez en actuar?

Si, le atraía ir a la casa de mi papá y en la mañana todos estábamos y me llamó la atención. Yo pienso que siempre se dice que son personas felices que los hombres, van al gimnasio, van a la fiesta y lo van a disfrutar en posición todo el tiempo.

¿Y cómo ves la actuación de Christian Domínguez luego de todos estos años?

Es un chico que siempre pensaba que se había estado en el mundo del cine, se involucra y se está haciendo para hacer cosas.

¿Llegaste a ver la primera parte de Mi amor, el wachimán?

Me vino bien las entrevistas de Michelle Alexander para poder aprender el idioma que habla y el tema de las cosas que se van a hacer. Y mi mamá me enseñó a hablar inglés y portugués en un momento.

¿Tras salir de New York Film Academy, la primera opción era trabajar en televisión?

Yo quería ir a estudiar actuación para pantalla porque el actor se gana la fama siempre cuando el mundo para él y me pasó lo mismo porque yo siempre me iba a trabajar y me iba a estudiar, me iba a estudiar y me iba a estudiar.



Joseffy Hurtado

Una 'wachimana' de armas tomar

para trabajar y no ver la hija de papá. Yo me involucré y cuando me encontré puedo poner mis propias reglas.

"No me incomoda que me conozcan como la hija de 'Chibolín', porque si soy así, tiene que ser de crianza y se lo agradezco".

¿Tu padre te ha acompañado en estos meses para que vas a dar en la actuación?

Él me ha dicho que lo que haga le haga bien, que sea la mejor y que le ponga conciencia.

¿Además de Aníbal Hoy en la ficción en la comedia?

Al final, me va a pagar porque hago personajes de teatro y ellos van a ser los actores de la ficción... personajes de teatro de proyectos. Ojalá que me vaya a dar.

¿No quieres que te llamen la hija de 'Chibolín'?

Claro que no se va a ver como a una persona que no tiene reglas y hoy ya me voy a ir.

ANEXO N° 06

ENTREVISTA EN PÁGINAS WEB A LOS ACTORES



ANEXO N° 07

CHATS EN VIVO CON LOS ACTORES



ANEXO N° 08

ENLACES EN VIVO CON LOS ACTORES



ANEXO N° 09.

ENTREVISTA MICHELLE ALEXANDER RESULTADOS DEL TRABAJO DE RELACIONES PÚBLICAS DURANTE EL LANZAMIENTO DE MI AMOR EL WACHIMÁN.

¿Creíste desde un inicio que Mi amor el Wachimán se convertiría en un gran éxito?

- La verdad siempre tomo las cosas con mucha tranquilidad. Es cierto que se convirtió en un gran éxito, al punto que se tuvieron que hacer tres temporadas, pero mucho tuvo que ver la historia, los personajes, que engancharon al público desde un inicio. Todos son personajes reconocidos y muy queridos por el público, se los metieron al bolsillo desde que empezó la historia.

¿Cómo influyó el trabajo de Relaciones Públicas en la difusión de la serie?

- El trabajo del PR es básico, es importantísimo que se tenga un orden de lo que se quiere hacer, desde cómo se van a presentar a los personajes, hasta cómo se van a despedir, las fechas de salida de cada uno tanto en diarios como televisión. Además ellos mismos en cada actividad que realicen deben tener presente que pertenecen a una producción que está al aire, y los van a reconocer por ese personaje en ese momento. El trabajo de la prensa es básico. Hay que ir presentando a los personajes uno por uno, e ir armando las historias para la prensa de acuerdo al avance de la miniserie. Por ejemplo si esta semana se concreta el amor de los coprotagonistas, pues se les tiene que sacar en algún diario en portada, o llevarlos a los programas del canal para que comenten sobre su historia, sus besos, sus canciones si las hubiera, etc. Es explotar el producto que se tiene en pantalla en ese momento, y para eso la agencia de Relaciones Públicas es importantísima ya que es ella quien coordina, ofrece al artista, los lleva y les vende la historia de esa semana según vaya dándose.

¿De cuánto fue el rating en el primer capítulo? ¿Crees que influyó el trabajo de las Relaciones Públicas en eso?

- El primer capítulo, en el que se observaron las escenas del terremoto ocurrido en Pisco en el año 2007 fue el capítulo que disparó la historia de amor y superación en la miniserie. Es a partir de ahí que la gente se engancha y se empieza a identificar con los personajes. Este capítulo hizo alrededor de 32 puntos en su horario en el rating general.

Creo que el trabajo previo en el tema de prensa, fue vital. Fue muy importante promocionar la historia del primer capítulo, ya que se vieron escenas muy fuertes, y pudimos ver y sentir lo que vivieron las personas en esa parte de nuestro país. Del Barrio Producciones trató con mucho respeto esa historia, y aunque sabemos que las escenas de ficción nunca podrán compararse con realidad y lo que sintieron las personas que estuvieron allí, quisimos reflejar algo de los momentos extremos y difíciles que tuvieron que vivir, incluso muchos de los actores figurantes habían vivido esta experiencia y fueron ellos mismos quienes nos ayudaron a recrear algunas tomas.

Esto se le comentó a la prensa, además quien escribió la historia y dirigió esas escenas también fue entrevistado y pudo contar la emoción que se sintió en ese momento.

La prensa reaccionó muy bien, tanto por los personajes, quienes por ejemplo en el caso de Yaco Esquenazi, era nuevo en la actuación y fue bien recibido, como por Christian Domínguez y María Grazia Gamarra, que se ganaron el cariño del público al toque y la prensa los persiguió durante toda la emisión de la miniserie.

Además fuimos tendencia en redes sociales, algo que tampoco se hubiera logrado si el trabajo de la prensa ni hubiera sido constante.

¿Cómo calificarías el trabajo de Relaciones Públicas durante la primera temporada de Mi Amor el Wachimán?

- Muy bueno. Fue un gran aporte, desde el inicio que empecé a trabajar con Check In Comunicaciones hubo gran química, y se sabía exactamente lo que se buscaba. Es un trabajo constante y en conjunto que se hace mediante van apareciendo los actores y las historias, se proporciona el material y la agencia de encarga de armas fechas, y coordinar absolutamente todo con la parte periodística. La elaboración de notas de prensa, desde el anuncio de la miniserie, la nota luego del estreno, la nota del rating, todo tiene siempre un por qué, y es el de estar siempre en los medios durante toda la temporada.

Se organizaron también dos firmas de autógrafos que fueron un éxito, en una fueron los malos de la serie (LalyGoyzueta, André Silva, Karla Medina y María Grazia Gamarra), y en la otra fueron los protagonistas (María Grazia, Christian Domínguez, Nikko Ponce, Camila Zavala y André Silva). Se reunieron miles de fanáticos y esto tuvo que ser anunciado también en prensa, así que se realizó la cobertura de ambas firmas, que fueron un éxito total. Obviamente antes de cada firma, se anunciaban en medios, tanto en diarios, televisión cuando iban los actores, y radio para que la gente vaya, y luego se daba a conocer el éxito que había resultado y lo abarrotado de gente que habían estado los malls.

ANEXO N° 10.

PRESENTACIONES TELEVISIVAS EN PROGRAMAS DE AMÉRICA TV.



ANEXO N° 11.

ENTREVISTA EN DIARIOS

28 FIESCA

Actores hicieron musical y se quedaron en ropas íntimas

HIJA DE 'CHIBOLÍN' ASEGURA QUE SE INSPIRÓ EN NATALIA MÁLAGA PARA HACER SU PAPEL EN TELENOVELA 'MI AMOR EL GUACHIMÁN 2'

Josetty,
la guachimana

Se te ve más suelta en 'El gran show'...
Sí, voy a paso lento, pero segura, es una experiencia linda.

¿Cómo tomas los comentarios sobre tu peso?
No me molestan para nada. Si yo fuese bailarina o cantante, definitivamente sí me

afectarían, pero mis curvas (caderas) no las puedo esconder, es mi contextura. En verdad, no me afectan en lo más mínimo. Mi carrera es de actriz y no tengo problemas con ello.

¿Qué te parece el comentario de Joshua, quien dijo que la producción de

'El gran show' se presta para armar romances?
No sé mucho de ese tema, pero respeto la opinión que tienen. Asimismo, los 'guachimanes' de la telenovela hicieron un musical donde se quedaron solo en ropas íntimas. (B. Pashanasi) ●

ANEXO N° 12.

ENTREVISTA EN DIARIOS

GRUPO PENSA

DE LA A A LA Z TAYLOR LAUTNER MASCOTAS UN ERIZO EN CASA

ÁBRELA Y SORPRÉNDETE

Pandora

N° 42 • NOVIEMBRE 2012

MODA
EL NEÓN:
ATREVETE A
USARLO EN
EL VERANO

BELLEZA
PESTAÑAS
EN 3D: LO
ÚLTIMO PARA
TUS OJOS

**LOS COLORES
'IN' PARA
LABIOS
IMPACTANTES**

**CUERPO &
MENTE**
'EL EX', TODAS
TENEMOS
UNO

ESPECTÁCULOS
MIA MONT, LA
CANTANTE POP
PERUANA FAVORITA
DE MTV Y HTV

NIKKO Y CAMILA

CONOCE A LA OTRA PAREJA
FAVORITA DE 'MI AMOR, EL
WACHIMÁN'

DESCUBRE SI
'LA REINIS' CRITICÓ
TU LOOK

Deliciosas
Recetas coleccionables

ANEXO N° 13.

FIRMA DE AUTÓGRAFOS



ANEXO N° 14.

CONFERENCIA DE PRENSA



ANEXO N° 15.

SESIÓN DE FOTOS DE LOS PERSONAJES



ANEXO N° 16.

DETRÁS DE CÁMARAS A LOS ACTORES



ANEXO N° 17.

ENTREVISTA A LOS ACTORES



ANEXO N° 18.

DIARIOS

Diario Ajá
Nota ¼ Página
Valor: \$ 2500

“No me aprovecho de Sully”

YACO ESQUENAZI ASEGURA QUE YA NO PASA NADA CON ‘GATITA’

5 meses
ya de ser el reality de América TV.

Y Esquenazi debutará en la televisión nacional el miércoles.

el italiano
Sin paltas con la ‘Urraca’

El actor y modelo italiano debutará en la televisión nacional el miércoles con el reality show ‘Urraca’.

Yaco Esquenazi
Después de haber estado con su esposa, Andrea, con quien tiene un largo tiempo de romance, él bien ambos están separados desde que empezaron los rumores con la ex de Franco Gallo, hay una posibilidad de reconciliación.

Andrea y yo tenemos
una relación de amistad, que siempre guardo en un momento con él, pero no quiero decir que la haya dejado de querer. Al final ella le incurre un pago los rumores que me separaron a Sully, pero siempre separados, pero hay algo que me pasa fuerte, que me voy a ir a vivir a Chile. Todo lo que pasa y sucede en el show es real, a veces las cosas se van un poco más allá.

Sully ya dijo que ella
está que yo me aprovecho del programa para poder hacerla, ella y yo siempre caminamos, ella no me aprovecho de él se queda a cargo, también dentro de nosotros. Será que el día de sus campañas debería ser, yo sé que le dije al programa, pero que se dice”, repite.

“No me aprovecho que me
entren con ella, se van a ir juntos, pero que quede claro que no me aprovecho de ella de modo que, en ese caso, ella también se aprovecha de mí de algún modo”, concluye.

el italiano
Sin paltas con la ‘Urraca’

El actor y modelo italiano debutará en la televisión nacional el miércoles con el reality show ‘Urraca’.

el italiano
Sin paltas con la ‘Urraca’

El actor y modelo italiano debutará en la televisión nacional el miércoles con el reality show ‘Urraca’.

"Como mi cebiche de mercado"

Lo sacaban de ahí, me dicen que me voy a ir, me dicen que me voy a ir, me dicen que me voy a ir... La actriz Laly Goyzueta, protagonista de la novela "Mi amor, el Wachiman", se muestra en un momento de su vida cotidiana. Ella, que no tiene nada de actriz, se muestra en un momento de su vida cotidiana. Ella, que no tiene nada de actriz, se muestra en un momento de su vida cotidiana.

¿Te has convertido a alguna especie política?
 Nunca. Me gustan los animales, pero no los tengo como mascotas. Lo que me molesta es que la gente sea solo de piernas, que le arropen y sea más un perro que un ser humano.

¿Qué le pasa a los políticos?
 Es una pregunta muy interesante. Yo creo que la política es un juego de niños. Yo creo que la política es un juego de niños. Yo creo que la política es un juego de niños.

¿Qué opinas de los políticos?
 Yo creo que la política es un juego de niños. Yo creo que la política es un juego de niños. Yo creo que la política es un juego de niños.

¿Qué opinas de los políticos?
 Yo creo que la política es un juego de niños. Yo creo que la política es un juego de niños. Yo creo que la política es un juego de niños.

Laly Goyzueta dice que no tiene nada de pituca como su personaje en "Mi amor, el Wachiman" y nunca le gustó que le digan piernona.

¿Te proponen 100 mil dólares, aceptas?
 No creo. Hace la fama no hace la felicidad. Si me ofrecen un millón de dólares para colaborar, no acepto.

¿Quieres un marido o piensas seguir sola?
 Depende del día, a veces me gustaría tener un marido, pero no sé si es lo que quiero.

¿Quieres un marido o piensas seguir sola?
 Depende del día, a veces me gustaría tener un marido, pero no sé si es lo que quiero.

¿Quieres un marido o piensas seguir sola?
 Depende del día, a veces me gustaría tener un marido, pero no sé si es lo que quiero.

el data
 Estrategia productiva

en cifras
 28.7



Diario El Comercio
Nota ¼ Página
Valor: \$ 5500

Este lunes llegará a la TV "Mi amor el wachimán"



Aperitivo Con el estreno programado para Mi Amor, Carolina Goyeneche y Christian Domínguez se unen al elenco.

Michelle Alexander presentó ayer a la prensa su reciente producción "Mi amor el wachimán", miniserie que se verá por América TV. La ficción, escrita por María Lorenza Garmata (Camila) y Christian Domínguez (Sebastián), contará la historia de amor entre ambos personajes, quienes deberán afrontar sus proyectos al ser ella una estudiante de diseño y él un agente de seguridad.

La trama dará inicio a las 20.30 horas por el canal de producción cuando en la TV el estreno de Fines del 2007. "Esta es una miniserie de la que se está haciendo mucho ruido", explicó. En el elenco también figurarán Rod Martín, Lily Goyeneche, Soledad, Juan José Pizarro, María Zamboni, entre otros.

"Beto Ortiz es un héroe"

Michelle Alexander aclaró que si no es amiga de Beto Ortiz y por ello prefirió no darle consejos. "No sé cuáles son sus intereses ni mi opinión", dijo la productora cuando hizo de lugar al periodista que se presentaba. Asimismo, aseguró que también hará un espacio como "El valor de la verdad" porque también es la realidad de muchos.

Diario El Comercio
Nota Llamada en Portada
Valor: \$ 9500



Diario El Comercio
Nota 1/8 Página en central de espectáculos
Valor: \$ 4000



MINISERIE

La tragedia marcará el capítulo final de miniserie "Mi amor, el wachimán"

El infortunio comenzará hoy, cuando Salvador (Christian Domínguez) vea, antes de la boda, a Catalina (María Grazia Gamarra) vestida de novia. Con ello se desencadenarán una serie de eventos dramáticos, en los que estará involucrado el Duque (André Silva). No descartan una segunda entrega.

PRIMERA FILA 360°

JACOBO ESKENAZI, ANTAGONISTA DE NUEVA MINISERIE: *MI AMOR EL WACHIMÁN*

“Sí tengo calle, juego fútbol y tomo combi”

Rechaza apelativo de “pituco” y confiesa amor por Sully Saenz

DEBUTO

El protagonista de la nueva miniserie *MI AMOR EL WACHIMÁN* es el actor Jacobo Eskenazi. En esta entrevista, el actor habla sobre su personaje, su vida personal y su carrera.

¿Tiene características del verdadero Jacobo?
Sí, me gusta jugar fútbol y tomar combi. También me gusta jugar al fútbol y tomar combi. Me gusta jugar al fútbol y tomar combi. Me gusta jugar al fútbol y tomar combi.

Entonces, eres un chico con calle, que tiene amigos...
Sí, me gusta jugar fútbol y tomar combi. También me gusta jugar al fútbol y tomar combi. Me gusta jugar al fútbol y tomar combi.

¿Es verdad que la relación con Sully Saenz en esta miniserie fue amorosa?
Sí, me gusta jugar fútbol y tomar combi. También me gusta jugar al fútbol y tomar combi. Me gusta jugar al fútbol y tomar combi.

¿Cómo es tu personaje?
Es un chico con calle, que tiene amigos. Me gusta jugar fútbol y tomar combi.

¿También te agrada en la nueva miniserie de Michelé Alexander?
Sí, me gusta jugar fútbol y tomar combi. También me gusta jugar al fútbol y tomar combi. Me gusta jugar al fútbol y tomar combi.

¿Triángulo amoroso?
Sí, me gusta jugar fútbol y tomar combi. También me gusta jugar al fútbol y tomar combi. Me gusta jugar al fútbol y tomar combi.



Diario Correo
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 3000



Diario Correo
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 3000



Diario El Chino
1/8 Página
Valor: \$ 1500



"Beto es un gran periodista"

La productora de televisión Michelle Alexander prefirió no unirse al carpelotón que le han hecho a Beto Ortiz por la muerte de la joven Ruth Thelma Gayez, primera participante de "El valor de la verdad", pero asegura que tiene un buen candidato. "No a hacer de Beto, ya respetó mucho a las producciones nacionales. No lo he visto el formato, lo he visto por momentos en los noticieros, Beto Ortiz es una persona inteligente, es un gran periodista, tuvo la oportunidad de trabajar con él y obtuve cosas muy positivas, él sabe hacer televisión, las decisiones que tome el carpel o él ya no soy quién para criticar eso".

De otro lado, se muestra contenta por el pedido de octubre América Televisión involucra la ministra "El amor se eschena", además viene alistando una nueva producción, "El Vaticano". "El Vaticano es una producción muy ambiciosa y con recursos vende también que se transmite en el extranjero, en Colombia y México", dijo Michelle.

Diario Expreso
1/2 Página
Valor: \$ 4500

EXPRESO LIMA, DOMINGO 11 DE NOVIEMBRE DE 2012 **ESPECTACULOS 27**

→ LA FILMACIÓN DEL FIN DE LA MINISERIE MÁS EXITOSA DEL AÑO

El cerebro detrás de la exitosa miniserie "Mi amor el wachimán", Michelle Alexander, no dudó en grabar un final completamente diferente en un solo día, al confirmar que tendrá secuela el próximo año.

"Sinceramente no me gustan las telenovelas ni las segundas partes, pero cuando quedó confirmado que "Mi amor el wachimán" tendría una saga, casi ni dormí, llamé al guionista y nos dedicamos a elaborar un nuevo final. Fue de gran ayuda que los actores hayan conservado el mismo look y más fortalecidos en sus personajes porque ya se habían visto en pantalla, habían saboreado la reacción del público y lo filmamos en un solo día. Quedó muy bueno", sostuvo Michelle Alexander.

"Ya estamos pensando en todo lo que se verá en la nueva entrega, donde habrá nuevos personajes, otros se quedarán y algunos desaparecerán, pero así es el mundo de la ficción", reveló Alexander, quien también confirmó que espera mantenerse entre los cinco programas más vistos de la televisión con su nueva producción "La reina de las carretillas".



El "hasta luego" de "Mi amor el wachimán"

Diario Extra
1/8 Página
Valor: \$ 2500

Sin paltas con Vania



El ministro de Economía, Juan José Rodríguez Cordero, se reunió con el ministro del Medio Ambiente, Carlos Blaha, y que se acordó la creación de un comité de trabajo para la elaboración de un plan de acción que permita la gestión de los recursos naturales del país.

El ministro Rodríguez Cordero dijo que el plan de acción debe tener en cuenta la conservación de los recursos naturales del país, así como la promoción de la actividad económica.

Diario Extra
1/8 Página
Valor: \$ 2500

Vuelve con "Vaticano"

La productora Michelle Alexander retomará su proyecto de producir la transmisión satelital "Vaticano", y asegura que el costo de la misma se reducirá al próximo año. El acuerdo se firmó con Archdiocese para sus transmisiones. Los costos "se irán al gobierno", luego de la venta de los derechos y la de televisión, dijo Alexander, quien comentó que tiene más los derechos de televisión desde hace 1999.



Diario Extra
1/8 Página
Valor: \$ 2500



Diario Extra
1/4 Página
Valor: \$ 3500



HUNDIO A LA "URRACA"

"GUACHIMAN" CHRISTIAN SE TUMBO EN RATING INCLUSO A "AL FONDO HAY SITIO"

Proprietario de "La Furraca", el otro "El amor es un juego", entrevistado por Christian Domínguez, que le da un rating en el programa de Maggie Medina que lo minora de un punto. A continuación se le da un rating de 100, ante el hecho de haberse unido a la lista de los que se han unido a la política. Luego, se le da un rating de 100, ya que no es posible que un hombre de su edad se haya unido a la política. Este rating se da sobre todo a la hora de haberse unido a la política por su oportunidad de hacerlo.

En el primer capítulo de la temporada se observaron cambios en el rating de los partidos en el año 2007, hecho que da origen a la historia de este y se publica en la revista de "El Barro" en el mes de noviembre. El segundo uno de los más conocidos por los lectores de la revista, capítulo fue el actor Christian Domínguez, quien no pudo contener las lágrimas ante la dramática historia del candidato. Fue todo un momento de la vida de este candidato, ya que los muchos que se unieron a la política, se unieron a la política y cantaron.

Diario Extra
1 Página central
Valor: \$ 7000

Trágico final



ULTIMO CAPITULO DE "MI AMOR EL WACHIMAN" TERMINO CON DISPARO A "CATALINA" POR DEFENDER A "SALVADOR"

Tal como ya lo había anunciado la productora Michelle Alexander, la serie "Mi amor el wachimán" tuvo un inesperado final que dejó atónitos a los espectadores. Esta vez no hubo final feliz, pues "Catalina" (María Gracia Gamarra) recibió un disparo por parte de "El Duque" (Andrés Silva), minutos antes de contraer matrimonio con "Salvador" (Christian Domínguez).

Todo comenzó cuando "Salvador" fue en busca de su amor para ver su vestido de novia, previo a su boda. Sin embargo, la felicidad de la pareja terminó cuando vieron aparecer al "Duque", quien se había escapado de la cárcel, y los amenazó con un arma de matarlas.

No obstante, cuando el "Duque" le disparó a "Salvador" como venganza, se interpuso "Catalina" quien recibió el disparo para salvar a su amado. Finalmente, el asesino huyó del lugar, mientras "Catalina" cayó desmayada en el suelo y en los brazos de "Salvador" que no dejaba de llorar.

En este final, quedó incierto si "Catalina" logra sobrevivir del disparo, aunque esto recién se podrá saber el próximo año cuando se grabe la segunda temporada de la comentada miniserie.



Diario Extra
1/2 Página
Valor: \$ 4000

Adelantan "Mi amor el wachimán 2"

PUBLICAN FOTOGRAFIAS DEL RETORNO DE EXITOSA MINISERIE



"Mi amor el wachimán 2" anuncia su llegada con unas fotografías difundidas de la serie. En las imágenes se observa a los protagonistas llegando al hospital luego del disparo del "Duque", que hirió Catalina. La miniserie de Michelle Alexander se muestra marcada por la tragedia, pues se inicia con la agonía de "Catalina" (María Grazia Gamarra) y el sufrimiento de "Salvador" (Christian Domínguez).



Por su parte, Domínguez dijo estar entusiasmado por el retorno del espacio de América Televisión. "La gente se va a sorprender bastante porque la serie está mucho más elaborada. Será como una novela y tendrá más capítulos. Después de la serie, se vienen muchas cosas más interesantes. ¿Si tengo más propuestas de actuación? Sí, pero más adelante hablaré de ellas. Tengo que analizar algunas cosas", sostuvo.

Diario El Comercio
 Nota 1/3 Página en Central de Espectáculos
 Valor: \$ 7000

TV

DAN QUE HABLAR

Estrella de la serie "Two and a Half Men" se divorcia

Michelle Lysicky, quien en la serie protagonizó a la rubia Fran, fue el objeto de atención de la revista "Celebrity" y "Playboy", entre otros. Su primer esposo fue el productor de la comedia de Los Angeles, argentino de origen ruso y ruso de nacimiento, L. La pareja se divorció.

El amor de Hollywood

Diplo y Shakira se casaron. "Tomb Raider" se estrenó en el cine. El estreno de "The Ex"



Michelle Alexander espera seguir liderando el rating



El equipo de producción y el elenco de "Shannon's Wedding" se reunieron para celebrar el primer capítulo de la serie de América TV. En la comodidad de un conector de la casa de Linza, Michelle Alexander expresó su satisfacción por el éxito de la nueva apuesta. "El día de mañana es un día muy importante para mí. Yo sé que voy a hacer historia, así que voy a darme ese honor. Siempre nos lo hubiéramos deseado, así que voy a darme ese honor. Siempre nos lo hubiéramos deseado, así que voy a darme ese honor."

estará en los próximos días en "Home Improvement".

Hablan los protagonistas
 Christian Domínguez y la actriz de la serie de la comedia "Two and a Half Men" se casaron. El actor salvadoreño se casó con la actriz de la serie de la comedia "Two and a Half Men" se casó con la actriz de la serie de la comedia "Two and a Half Men".

El equipo de producción y el elenco de "Shannon's Wedding" se reunieron para celebrar el primer capítulo de la serie de América TV. En la comodidad de un conector de la casa de Linza, Michelle Alexander expresó su satisfacción por el éxito de la nueva apuesta. "El día de mañana es un día muy importante para mí. Yo sé que voy a hacer historia, así que voy a darme ese honor. Siempre nos lo hubiéramos deseado, así que voy a darme ese honor."

El equipo de producción y el elenco de "Shannon's Wedding" se reunieron para celebrar el primer capítulo de la serie de América TV. En la comodidad de un conector de la casa de Linza, Michelle Alexander expresó su satisfacción por el éxito de la nueva apuesta. "El día de mañana es un día muy importante para mí. Yo sé que voy a hacer historia, así que voy a darme ese honor. Siempre nos lo hubiéramos deseado, así que voy a darme ese honor."

Diario La Primera
Nota 1/2 Página
Valor: \$ 4500

"CATALINA" recibió un balazo en final de "Mi amor, el wachimán". Se confirmó segunda parte de la serie.



Final con drama y sangre

Para quienes siguieron la teleserie de Michelle Alexander, "Mi amor, el wachimán", la última semana fue más que importante, pues los conflictos y algunos secretos se desvelaron en el último capítulo en el que Catalina (María Grazia Gamarra) quedó gravemente herida al tratar de evitar que el "Duque" (André Silva) mate a Salvador (Christian Domínguez), su novio.

El Duque era aquel wachimán que prefirió pasarse al lado de la delincuencia. En una oportunidad, cuando trató de secuestrar a Catalina, Salvador le pidió que no le haga daño, y luego de unos forcejeos lo sometió. El Duque Bega el día de la boda a reclamarle a Salvador que por su culpa pasó algunos años en prisión, y le dispara. Sin embargo, Catalina se interpone y recibe el tiro que le provocó una herida mortal.

Ese hecho y muchos más ocurrieron en el capítulo treinta de la serie, que ya confirmó segunda parte. Tras el éxito obtenido por la mencionada producción nacional, América Televisión y Del Barrio Producciones han decidido continuar la historia con una temporada más.

"Todavía no hay una fecha para el inicio de grabación, pero ya es oficial, tendremos una segunda parte. Estamos felices. La serie la habíamos terminado de grabar en el verano, pero ayer nos reunimos para hacer el que será el nuevo desenlace", explicó María Grazia Gamarra.

"El final ha sido de terror, tan impactante que la gente no se va a querer perder la segunda parte", concluyó, contando que ya se ha grabado un final alternativo para esta primera temporada.

Diario Ojo
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 3000

EN MENSAJE DEL 4

Cumbiambero Domínguez es vigilante

Contra el Herreraje y María Guzmán, por ejemplo de la serie de "Mujeres al volante" que también tiene a bordo de la barca "Mujeres", cuando de un día de la noche se despierta al día siguiente. El autor, ocupado por Walter Gálvez, recuerda, en un primer momento, el momento en que se despierta. "Es un día de los días, me despierto de una manera que me recuerda a la noche, en un momento en que me despierto y al día siguiente me despierto. María Guzmán, una de las personas que me recuerda a la noche, me recuerda a la noche, en un momento en que me despierto y al día siguiente me despierto. María Guzmán, una de las personas que me recuerda a la noche, me recuerda a la noche, en un momento en que me despierto y al día siguiente me despierto."



Romance. Así que robó.

En "La noche del día", la novela de la serie de "Mujeres al volante" que también tiene a bordo de la barca "Mujeres", cuando de un día de la noche se despierta al día siguiente. El autor, ocupado por Walter Gálvez, recuerda, en un primer momento, el momento en que se despierta. "Es un día de los días, me despierto de una manera que me recuerda a la noche, en un momento en que me despierto y al día siguiente me despierto. María Guzmán, una de las personas que me recuerda a la noche, me recuerda a la noche, en un momento en que me despierto y al día siguiente me despierto."

Diario Ojo
Nota 1/3 Página
Valor: \$ 5000

CHRIS DAN DOMÍNGUEZ AFERMA QUE SU LABOR EN LA DRÓJESIA HERMANOS YAPEN ES SU PRIORIDAD

Dice no a más ofertas de televisión

★ Chris Dan Domínguez, protagonista de la nueva telenovela "El amor, el matrimonio... y más", que dejó por un tiempo su vida de actor a pesar de que tiene varias propuestas. Su prioridad, dice, es la familia y el trabajo en la agencia de hermanos Yáñez, en la que tiene una función especial de producción.

"Que el amor, el matrimonio y más" es la octava telenovela que el actor protagoniza en su carrera. En la actualidad, el actor también tiene varias ofertas de televisión, pero él prefiere seguir en su trabajo actual.



En esta foto, Chris Dan Domínguez, una mujer y otro hombre posan juntos en un evento. Chris Dan Domínguez está a la izquierda, con una camisa amarilla y corbata oscura. La mujer está en el centro, con un vestido rojo. El hombre está a la derecha, con una camisa azul y una chaqueta oscura.

El actor también tiene varias ofertas de televisión, pero él prefiere seguir en su trabajo actual.

El actor también tiene varias ofertas de televisión, pero él prefiere seguir en su trabajo actual.

Diario Ojo
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 3000



Recibe apoyo de los “wachimanes” para salir de sentencia

≡ Los actores de *Mi amor el Wachimán*, Nikko Ponce y Christian Domínguez, firmarán autógrafos hoy por la tarde en el Mall Aventura Plaza de Bellavista para apoyar al wachimán “El Duque”, quien se encuentra sentenciado en el programa que conduce la rubia Gisela. Con Silva estará Nazareth, su “soñadora” y pareja de baile. ≡

Diario Perú 21
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 4000



» Adrían Christian y María Oros.

NO ABANDONARÁ SU VINCULO

No temen competir con Magaly TeVe

Desde este lunes, la sexta 64' ante el ascenso de América TV, competirá a las 9 por con el programa de la 'Uroca' "Mira con respeto a la competencia, a veces se gana, a veces se pierde. Pero siempre se lucha, el Canal 4 siempre ha luchado", dijo la presentadora Wilhelmina Alexander

Diario Perú 21
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 4000



TRES. COM.

CHRISTIAN DOMÍNGUEZ

"No se trata de pedir un favor o una ayuda, sino de pedir un pago y un agradecimiento."

¿Cómo ves el estreno de la serie *El amor al viento*? ¿No creer que te empujaron en personajes 'fortachones' para montar la campaña?

«Estoy contento. Tengo dos o tres semanas con poca ropa. ¡Buenísimo! Me encantaba. No es fácil adaptarse a un nuevo cuerpo, pero me gusta más que cuando era delgado y así me gusta más papá. Si me llaman de nuevo de novelas y así quieren encasillarme, por mí, encasillado».

¿Qué te parece que esta producción de Michelle Alexander también cumplió directrices con Magaly Medina?

«La verdad es que esta no es la primera vez que me toca competir con Magaly Medina. También me gustó el tema del rating, pero me encantaría saber que estamos bien. En fin, lo primero es saber que es una buena serie. En otro, el tema de ganar».

¿Tienes otra propuesta para actuar? ¿Cómo hacer para repetirte entre Los Hermanos Yáñez y los protagonistas de *Yo soy*?

«Yo no me voy a preocupar con temas de actuación por así decirlo, porque en la actuación y en la vida en Los Hermanos Yáñez se muy fuerte. Ahora me voy a dar un descanso en la actuación. Pero, mientras más protagonistas, mejor, y si me repiten la actuación».

Diario Perú 21
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 4000



Diario Perú 21
 Nota 1 Página central
 Valor: \$ 11000

ENTREVISTA. 21

GONZALO RIVERO
 grivero@peru21.com

DANIELA SARFATY. ACTRIZ.

"NO SOY UNA MALA ACTRIZ, PERO UNA NUNCA DEJA DE APRENDER", NOS DICE DANIELA SARFATY, QUIEN ACTÚA EN ¿QUÉ TORTURA? (TEATRO LARCO) Y MI AMOR EL WACHIMÁN.

¿Cómo recuerda Rubeluz?

Ha sido la mejor etapa de mi vida. Hacíamos muchas giras fuera del país, y así fue la primera vez que salí del país con un premio en la mano y a Jorge Irujo y una pareja con gente que no conocía y con la que tuve que aprender a convivir. Daniela siempre un gran apoyo. Me acompañó a Arica durante un periodo. Me acompañó a Arica durante un periodo. Me acompañó a Arica durante un periodo.

Rubeluz tuvo mucho éxito. ¿Sentiste el peso de la fama?

No me acordaría de lo que pasaba. Me acordaría de los programas que me acompañaron. Siempre me acompañaron. Siempre me acompañaron.

Para la televisión le gustó poco lo que vivió en ella...

No, nunca me acordaría. Nunca me acordaría. Nunca me acordaría.



“ Soy muy tranquila, pero si me molesto puedo ser terrible ”

AUTOPICHA

¿Tengo de estos libros? No, no tengo de estos libros. No, no tengo de estos libros.

¿Me gustan los programas? Me gustan los programas. Me gustan los programas.

¿Alguna vez se le ha ocurrido? Sí, me ha ocurrido. Sí, me ha ocurrido.

¿Cómo se siente en el gran show? Me siento muy bien. Me siento muy bien.

¿Llevó un taller de claun con Wendy Ramos. Fue una de las mejores experiencias que he tenido: cambió mi visión de la vida? Sí, fue una gran experiencia. Sí, fue una gran experiencia.

¿Nunca la vida ha estado en caos? Sí, la vida ha estado en caos. Sí, la vida ha estado en caos.

¿Oscar y tú pervivieron de amigos distantes...? Sí, somos amigos distantes. Sí, somos amigos distantes.

¿Hay un libro de teatro, pero nada de teatro de ficción. ¿Este trabajo hay para los actores? Sí, hay mucho trabajo. Sí, hay mucho trabajo.

¿Y tú estás en la lista...? Sí, estoy en la lista. Sí, estoy en la lista.

Diario El Popular
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 5000



CHRISTIAN CELA A SU NOVA
Nada con los besos

Christian Dominguez juega un papel decisivo en los besos que se da en un momento nada trivial con los participantes de Cumbias.

El día libre de los besos, aunque no es de los más...

con eso; pero, vale que sea un día "especial", también el momento. De otro lado, afirma que sabe porque papá, en la noche, a tener el momento, por ser el 4. de agosto y para a María Marín.

Diario El Popular
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 5000



Diario El Popular
Nota 1/3 Página
Valor: \$ 8000

el popular



TEMO CHIVARÁ A SULLY CON UNA RUBIA

Yaco: "No soy mujeriego"

Yaco Sgambato, condecorado de la Dirección General de la Policía, vive una desafortunada historia de amor y se lamenta por el rechazo que experimenta en su vida personal.

En una ocasión, tuvo una cita con un estudiante de filosofía y una mujer que se llama María Clara Carreras (Catalina). "No es mi primera experiencia en la vida, he tenido muchas relaciones. Al final soy un hombre que busca una mujer que quiera estar conmigo", declaró.

Aclaró que era un chico normal y a diferencia de su personaje en la ficción, nunca maltrata.

"Habría sido una buena historia durante cinco años, pero no creo que me vaya a dar un buen final", comentó Yaco que por el momento prefiere la vida de la ficción "Catalina".

El actor el miércoles está en un momento de la vida que él llama "Catalina".

Diario El Popular
Nota 1/3 Página
Valor: \$ 8000

ACTRIZ EN SERIE MI AMOR, EL VIVO BIEN!

María será la nueva pesadilla de Magaly

Una joven actriz de teatro se prepara para la nueva temporada de la serie Mi Amor, El Vivo Bien!

Magaly Goycoolea, la protagonista de la serie Mi Amor, El Vivo Bien!, se prepara para la nueva temporada de la serie. La actriz de teatro se prepara para la nueva temporada de la serie. La actriz de teatro se prepara para la nueva temporada de la serie.



Según la historia, "Catalina", una de las protagonistas, se encuentra en un momento de su vida que le hace cuestionar la realidad.

Christian la derritió

Después de los sucesos de la serie y el hecho de que ella se haya separado de él, Christian se "derritió" y la historia se desarrolla de inmediato. Ella se va porque catalina...

Diario El Popular
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 5000



Diario La República
 Nota 1 Página
 Valor: \$ 17000

Ocio y Cultura

La República | 33

“No persigo la fama”

DEBUT. La actriz Camilla Zavala hace un alto en el teatro, el día que ya ha dirigido una obra infantil para incorporarse en la televisión como la alocada Ximena en la serie “Mi amor, el wachimán”.



En una segunda etapa de trabajo después de la carrera de Artes Escénicas de la PUCP y de sus labores de actuación en Los Andes e incluso los días de una obra infantil de teatro, un día en el mundo real, pero no con la crítica que se le hace, el wachimán que Camilla Zavala hace en teatro en la penúltima etapa de su formación de la alocada Ximena, del amigo de Carlos Chirif, Carlos Zambrano y pareja de Yvanna Ochoa Pineda.

“Me viene grande a la vida porque antes nunca me había sentido a ingresos o momentos de un espacio de público por tener a perder mi libertad y que así me hacían presiones, pero cuando me llamó Michelle Alvarado me dio confianza, pudo referenciar en teatro y televisión buenas cosas que al casting que me han conocido que me hicieron un momento, entonces digo: ‘Díganme por algo, me lancé a la televisión’, entonces se dice: ‘¿Díganme en qué momento es una buena acción que al teatro, entonces’.

“Soy como Ximena pero en menor porcentaje, ella es alocada, fresca, conchuda, llena de energía y yo tengo eso pero en un 30%”, agrega.

Para ser la protagonista de la producción la hizo ingresar a la pantalla chica, dice: “Ella es el personaje que se le presentaba”, “Soy como Ximena pero en menor porcentaje”, “Ella es alocada, fresca, conchuda, llena de energía y yo tengo eso pero en un 30%”, agrega.

Para ser la protagonista de la producción la hizo ingresar a la pantalla chica, dice: “Ella es el personaje que se le presentaba”, “Soy como Ximena pero en menor porcentaje”, “Ella es alocada, fresca, conchuda, llena de energía y yo tengo eso pero en un 30%”, agrega.

Para ser la protagonista de la producción la hizo ingresar a la pantalla chica, dice: “Ella es el personaje que se le presentaba”, “Soy como Ximena pero en menor porcentaje”, “Ella es alocada, fresca, conchuda, llena de energía y yo tengo eso pero en un 30%”, agrega.

Diario La República
 Nota 1/4 Página
 Valor: \$ 6000

RAPIDEST

MICHELLE ALEXANDER
 "Siempre miro a la competencia con respeto"



«Me gusta estar tan nivelada como es el "Miami at workday"»
 «El espacio de la televisión premium parece estar creciendo pero, como dice el dicho, "no hay que irse"»
 «Para esta primavera voy a estar trabajando "A la hora hay vida"»
 «Cuando la televisión de cable se desvirtúa como ha estado pasando por años parece que se está volviendo a un estado de normalidad»
 «Los espacios de cable premium están creciendo pero, como dice el dicho, "no hay que irse"»
 «Para esta primavera voy a estar trabajando "A la hora hay vida"»
 «Cuando la televisión de cable se desvirtúa como ha estado pasando por años parece que se está volviendo a un estado de normalidad»

«La popularidad de Chetzyel Borrero en "Comate" ayuda a nivelar el nivel de la industria»
 «Hay un nivel de normalidad en los canales de cable premium, "Comate" tiene los mejores canales de cable premium y eso es importante. A nivel de la industria "A la hora hay vida" por ser un canal de cable premium que está de

«La televisión de cable premium está volviendo a un estado de normalidad»
 «El espacio de la televisión premium parece estar creciendo pero, como dice el dicho, "no hay que irse"»
 «Para esta primavera voy a estar trabajando "A la hora hay vida"»
 «Cuando la televisión de cable se desvirtúa como ha estado pasando por años parece que se está volviendo a un estado de normalidad»

«Las producciones nacionales han tenido más éxito que los reality»
 «Hay un nivel de normalidad en los canales de cable premium, "Comate" tiene los mejores canales de cable premium y eso es importante. A nivel de la industria "A la hora hay vida" por ser un canal de cable premium que está de

Diario La República
Nota 1/8 Página
Valor: \$ 4000



En nuevo filme de los hermanos Vega

La actriz Bonda Ramirez, quien interpretará a Fide en "Mi amor, el wañonán", anunció que trabajará en la próxima producción de los hermanos Vega. Por otro lado, contó que va a hacer de 200 actores que pasan por el taller de Michelle Alexander, en el cual se proficaron. "Eso ayudará que ya están trabajando en las producciones y se van a hacer", dijo.

Evalúan realizar Mi amor, el wachimán 2

SECURLA. Debido a la gran acogida de la serie, la productora Michelle Alexander no descarta segunda parte. Además, agradece palabras de Estrín Aguirre.

Este la tercera temporada que viene protagonizada la serie "Mi amor, el wachimán" entre el público, que incluso ha logrado el primer de primer lugar de difusión a la serie. Al fondo hay algo en algunas fechas de producción. Michelle Alexander agradece palabras de Estrín Aguirre.

"Hacen una segunda parte de la serie en el decorado. Fue increíble la recepción que le hizo, con más en evaluación", señaló Alexander quien se dio a la tarea de la dimensión de la producción que cubren los 30 minutos de video. "Es un tema que me tiene a todo el equipo de producción y a los actores, muy conscientes pero sobre todo muy agradecidos con el público", expresó la productora.

"Si ocupamos el primer

CLAVES

• La trama se centra en un mundo oculto con un rating de 30 minutos, obra que ha sabido mantener y hasta soportar en otros capítulos.

• Las protagonistas giran en el universo del tema llamado Extremis, que es el que caracteriza a la producción de América TV.

"Si ocupamos o no el primer lugar en el ranking de programas más vistos, para mí ese es un tema anecdótico"
Michelle Alexander



PROTAGONISTAS: MICHÉ (Foto: D. D. / S. 2011)

lugar en el ranking de programas más vistos y en primer lugar algo simplemente anecdótico. Sin embargo, yo sé que los países de desarrollo, como los Estados Unidos, a veces tienen y eso es un tema más anecdótico", agregó.

"El primer tema de la serie de 30 minutos, el wachimán, es el que caracteriza a la producción de la grabación de un

proyecto realmente "la serie de los wachimán", lo cual es un mundo oculto de ficción en el mundo de los 30 minutos.

Dijo además que este tipo de series, también es difícil, que será protagonista que "Michelle Alexander y Diego Lombardi" en la historia de una joven madre que sale de la prisión.

Diario La República
 Nota 1/4 Página
 Valor: \$ 6000

RAPITEST

MICHELLE ALEXANDER

"Aún evaluamos secuela de El Wachimán"



—¿Cómo juzgas la alta demanda que mantiene TV a la vez el wachimán y que se disputa el primer lugar en el ranking con Al fondo hay sitio?

—Al fondo hay sitio tiene un lugar especial en la sociedad y sé que en este mundo a veces se va a caer y a caer no se va.

—¿Es la oferta que preparas la segunda parte de la telenovela protagonizada por Christian Castañeda?

—Aunque en otros momentos en la vida se han producido, en este momento se va a hacer y el tema porque nos ha gustado mucho el primer parte, que la segunda tendrá que ser mejor.

—¿Será protagonista de la trama necesariamente?

—Es una de las cosas que estamos pensando en hacer y la idea es que sea el protagonista de la trama.

—¿Tienes algún convenio con las secuelas?

—Sí, tenemos un convenio con la TV a la vez y con el fondo hay sitio y con el wachimán y con el fondo hay sitio. También tenemos un convenio con la TV a la vez y con el fondo hay sitio y con el wachimán y con el fondo hay sitio.

—Si se llegara a definir la secuela de El wachimán, ¿Para cuándo estaría al aire?

—No sé, pero el convenio que tenemos con la TV a la vez y con el fondo hay sitio y con el wachimán y con el fondo hay sitio.

Diario La República
Nota 1 Página
Valor: \$ 12000



Diario Trome
Nota 1/2 Página
Valor: \$ 10000

DOMÍNGUEZ SE EMOCIONÓ POR ESTRENO Y NO TEME COMPETIR CON MAGALY AFIRMA QUE EL BUEN FÍSICO ES INDISPENSABLE PARA GANARTE UN PAPEL.

Christian

saca pecho por el guachimán

El protagonista de la ambientación del guachimán Christian Domínguez aseguró que el buen físico es importante, pero se enfocará en su papel en estos tiempos. "Todo depende de estar bien físicamente. Puedes ganar un papel en la televisión o en el cine en un tiempo, de ahí depende la fama de los Hermanos Vespé (quien se encuentra en un momento de su producción que tendrá solo 30 capítulos). Sebo es un jefe con Magaly Medda, veñan que no tiene el botero de las 9

de arriba por que "yo sé cómo cuando se difundió la serie 'Vector' de allá.

SERIE SOBRE 'VATICANO'

De otro lado, la productora Michelle Alexander confirmó que el próximo año se grabará la serie de sobre la vida del insurreccionalista Demetrio Cárdenas Frías en el país, sobre 'Vaticano'.

"Es una serie muy ambiciosa, un éxito de la serie es el tiempo de la serie el tiempo que se graba con un presupuesto de producción y se graba los capítulos de la serie. Yo sé cómo cuando se difundió la serie 'Vector' de allá, que salvador del Solar sea el protagonista, además de la serie (El Lobo)

Productora Michelle Alexander alista miniserie sobre narcos 'Vaticano'

Diario Trome
Nota 1/4 Página
Valor: \$ 6000



Diario Trome
Nota 2 Páginas centrales
Valor: \$ 12000



Diario Trome
Nota 2 Páginas centrales
Valor: \$ 12000



ANEXO N° 19.

REVISTAS

Revista Cosas - Portada
Valor: \$ 30000



Revista Cosas
Nota 10 Paginas Internas
Valor por página completa: \$ 10000
Total: \$ 100000



Revista Del Fin
Portada
Valor: \$ 5000



Revista Del Fin
2 Páginas centrales
Valor: \$ 5000

8 **MARÍA** 174 SEGUROS 100 LA JEFES

DATOS María Grazia Gamarra **Larraín nació en Lima el 8 de noviembre de 1980. Trabajó en María Pía y Timoteo: América Xds y La Alcatraz.**

9 **GRAZIA** 100 LA JEFES 174 SEGUROS

Princesa valiente

Protagonista de **Mi amor, el wachimán**, María Grazia Gamarra revela qué sintió temer al protagonizar la popular serie de televisión. Además, indica que toma con serenidad la fama que está alcanzando y su nueva faceta en la pantalla chica.

Hacerse actriz es un camino de mucho humilde por ser una mujer. María Grazia Gamarra, actriz que desde los 11 años se muestra interesada en las cámaras y películas, se ha convertido a sus pocos 23 años en una de las actrices más bellas del Perú. Le acabó que vino con ella a 'GABARÉ', en 'Mi amor, el wachimán', indica haber sentido que era un desafío para la actriz de la deportista Michelle Alexander. Además, resalta que tiene un trabajo a la par de la fama y notoriedad que está alcanzando en los últimos meses. 'Al hacer de las grabaciones, estábamos en México. Sería mucho trabajo y presión al asumir un papel protagonista. Era algo nuevo para mí. Finalmente, tuve el apoyo de todos los compañeros del elenco. Hubo un apoyo que me ayudó a comprender con la historia de la serie. La fama y popularidad la llevo con mucha serenidad y calma. Soy una persona que tiene los pies bien plantados sobre la tierra. Si en algún momento se me sube

“Mi novio Juan Carlos no es un hombre celoso. Entiende y comprende a la perfección como es mi trabajo, no se molesta para nada.”

los nervios a la cabeza, tengo muchas cosas que me hacen feliz. Como mi personalidad y el que me gusta”.

“¿Qué recuerdas bien de haber trabajado en María Pía y Timoteo y en América Xds?”

“Son dos programas que tienen un gran lugar en mi corazón. Me gustó ser protagonista y hacer comerciales y otros. Luego trabajé con María Pía y Timoteo. También trabajé en América Xds y en La Alcatraz. He ido aprendiendo mucho al pasar de los roles. Aquí en una gran cadena de televisión, hay un gran nivel de trabajo y cuidar a la vez”.

“¿Fue complicado grabar alguna escena en 'Mi amor, el wachimán'?”

“No. Se me hizo difícil grabar la escena cuando se amó con Timoteo. Empecé a llorar cuando me preguntaron '¿cómo se siente?' y me quedé. Tuve que llorar y sentirme como si fuera una actriz. Los actores que me rodean son muy profesionales. Pero cuando se grabó son cosas que me costaron. El público tiene los ojos puestos en nosotros todo el tiempo”.

“¿Tiene algo en común con tu personaje de 'Catalina'?”

“Sí. Tengo un trabajo que me gusta mucho y que me gusta hacer. En 'Catalina', me gusta hacer cosas que me gustan como mi personaje. No soy una actriz que se preocupa y me preocupa mucho y me preocupa en lo que hago. Soy una mujer sencilla. Si no hubiera nada, me gustaría hacer algo que me guste mucho. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho”.

“¿Consideras que es divertido asistir a adremitte en tu carrera?”

“Sí. Después de mucho tiempo que me gusta un momento en este momento de mi vida. No hay nada que me gusta tanto como me gusta hacer. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho”.

“¿Pueden ser momentos difíciles de ser actriz?”

“Sí. Hay momentos que me gustan mucho. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho. Me gusta hacer cosas que me gustan mucho”.

Revista Gisela
Portada
Valor: \$ 28000



Revista Magaly
Nota 5 Páginas Internas
Valor cada una: \$ 4500
Total: \$22500



Revista Hola
Nota 2 Páginas Internas
Valor cada una: \$ 12000
Total: \$ 24000



Revista Pandora

Portada

Valor: \$ 12000



Revista Pandora
1 Página Interna
Valor: \$ 7000



Revista Correo Semanal
 6 Páginas Internas
 Valor por página: \$7000
 Valor: \$ 42000



