

UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL
CARRERA DE PERIODISMO

PRIMERA PARTE: HISTORIA DE LA PRENSA DEL CORAZÓN 8

CAPÍTULO I: LA PRENSA DEL CORAZÓN 9

1.1 Antecedentes y Evolución 9

1.2 Definición y Características de la Prensa del Corazón 14

1.3 Prensa del Corazón y Prensa de Información General 20

CAPÍTULO II: ¿EXISTE PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE? 22

LA PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE: CARAS, COSAS Y VEA 22

UN ANALISIS ETICO 26

(Memoria para optar al Grado de Licenciado en Ciencias Sociales y
Licenciado en Ciencias Políticas) 30

2.1 CARAS 30

2.2 COSAS 42

2.3 Temas Recurrentes Tratados por CARAS, COSAS y VEA 47

3. La Prensa del Corazón vs la Ética Periodística 50

SEGUNDA PARTE: LA PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE:
UN DILEMA ETICO 57

CAPÍTULO I: ASPECTOS TEÓRICOS 57

1. Concepto de lo Público, lo Privado y lo Intimo 57

1.1 Lo Público, lo Privado y la Intimidad en la Prensa del Corazón 57

2. Derecho a la información vs Vida Privada 60

2.1 ¿Por qué informar y para qué informar? 60

2.2 Derecho al Honor y a la Honor de la Persona 69

Autoras:

María José Aguirre Darrouy
Beatriz Angélica Aliste Tapia

Profesor Guía:

Eugenio Yáñez.

(Marzo de 1999)

INTRODUCCIÓN	3
--------------------	---

PRIMERA PARTE: HISTORIA DE LA PRENSA DEL CORAZÓN 8

CAPÍTULO I: LA PRENSA DEL CORAZÓN	9
--	----------

1. Antecedentes y Evolución:.....9
2. Definición y Características de la Prensa del Corazón: 14
3. Prensa del Corazón y Prensa de Información General20

CAPITULO II: ¿EXISTE PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE?	22
--	-----------

1. Antecedentes de la Prensa en Chile.....22
2. La Prensa del Corazón en Chile30
 - 2.1 Reseña Histórica de las Revistas COSAS, CARAS y VEA.....34
 - A) COSAS.....35
 - B) CARAS39
 - C) VEA.....42
 - 2.2 Un Caso Especial : TV y Novelas45
 - 2.3 Temas Recurrentes Tomados por COSAS, CARAS y VEA47
3. La Prensa del Corazón v/s la Etica Periodística50

SEGUNDA PARTE: LA PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE: UN DILEMA ETICO.....55

CAPÍTULO I: ASPECTOS TEÓRICOS	56
--	-----------

1. Concepto de lo Público, lo Privado y lo Intimo.....56
 - 1.1 Lo Privado, lo Público y la Intimidad en la Prensa del Corazón.....61
2. Derecho a la Información v/s Vida privada.....63
 - 2.1 ¿Por qué informar? y ¿Para qué informar?65
3. Derecho al Honor y a la Honra de las Personas.....69

4. Sensacionalismo e Inexactitud Informativa.....	72
CAPÍTULO II: ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE.....	76
1. Tratamiento Periodístico de los Temas más Recurrentes.....	77
2. Personajes de las Revistas del Corazón.....	89
3. Grandes Impactos Noticiosos.....	90
4. Análisis de las Portadas.....	91
CAPITULO III: ANALISIS ETICO.....	98
1. Invasión a la Vida Privada.....	100
2. Atentados contra el Honor y la Honra de las Personas.....	112
3. Inexactitud Informativa e Información Tendenciosa.....	118
4. La Prensa del Corazón en Chile ¿Es Sensacionalista?.....	121
CAPITULO IV: REFLEXIONES FINALES.....	133
1. ¿Es Cuestionable este Tipo de Periodismo?.....	133
2. Consecuencias para el Periodismo en Chile.....	136
CONCLUSIONES.....	139
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	142
ANEXOS.....	145

INTRODUCCIÓN

En el último tiempo en nuestro país, se ha venido discutiendo acerca de la 'calidad' de los medios de comunicación social. Si bien es cierto, las autoras de esta investigación concuerdan con la necesidad de preguntarse acerca de la calidad de los medios de comunicación, no es menos cierto que esta discusión se ha centrado en la televisión, en la cuál han recaído los dardos.

Por otra parte, esta 'discusión' ha sido más bien coyuntural (a raíz de los programas del Mundial de Fútbol de 1998) y un tono de denuncia, sin llegar a plantearse seriamente las causas de este fenómeno.

En otras palabras, epítetos como 'chabacano', 'superficial', 'programación chatarra' son esgrimidos para ilustrar la poca perfección de la programación televisiva. Sin embargo, la reflexión ética ha sido escasa.

Escapándonos del ámbito televisivo, cabe preguntarse también por la 'calidad' de la llamada prensa escrita, es en ella en la que nos queremos centrar y más específicamente en la denominada 'prensa del corazón'.

A partir de la década de los ochenta se ha observado en Chile un creciente aumento de esta prensa. Es decir, aquella que profita de la vida privada de ciertos personajes públicos, donde el 'quién' es el elemento central de la 'noticia'. Este tipo de prensa tiene como fin principal, despertar las emociones y no pocas veces la curiosidad malsana del público

Si bien es cierto, los orígenes de este fenómeno en nuestro país se remontan a los años sesenta, con revistas como 'Ritmo', 'Ecran' y 'Eva', dedicadas, especialmente a los cantantes de la "Nueva Ola" y a los artistas de Hollywood, estas publicaciones

no tenían la magnitud ni la virulencia que se está manifestando en estos momentos por el incremento de las noticias referidas a la vida privada de las personas, y por las temáticas tales como escándalos sexuales, separaciones y divorcios, infidelidades, nuevas parejas, matrimonios, nacimientos, etc. Si se nos permite la expresión es una 'prensa del corazón' del tipo 'soft' o 'naiv'. Dicho de otro modo, estamos presenciando la presencia de una prensa del corazón en estado embrionario.

Por ser este un aspecto relativamente nuevo en nuestro país, hemos considerado necesario llevar a cabo un análisis que nos permita constatar si existe prensa del corazón en Chile y a la vez, indagar sus problemas desde una perspectiva ética.

Nuestro cometido es analizar cómo ciertas revistas se están valiendo del tema de la vida privada, llegando incluso, a convertirlo en el fin último de su existencia como medio de comunicación. No queremos, sin embargo, censurar a estas publicaciones, ni desconocer que nuestra profesión es también entretenimiento, sino señalar las faltas a la ética que éstas cometen.

Creemos que en la labor de comunicar no se puede perder el sentido último de nuestra profesión que es el bien de las personas, haciendo de ello un producto económico y no ejerciendo el deber de informar de manera correcta y responsable.

No hay que olvidar que la información es un acto de justicia por lo que el periodista tiene el deber de informar rectamente, es decir darle al público lo que corresponde y no lo que el público pide.

Para elaborar nuestro estudio, recogimos cuatro revistas que en un principio consideramos se acercaban a la prensa del corazón en general. Ellas fueron: *CARAS*, *COSAS*, *VEA* y *TV y Novelas*.

Sin embargo a lo largo de la investigación, constatamos que *TV y Novelas*, forma parte de un género especial y también muy nuevo en Chile. Es un soporte para la televisión porque representa un anexo que completa la información de ella y que está lejos de tener los tres aspectos que constituyen a la prensa del corazón como tal.

En el transcurso del estudio que hemos realizado, nos encontramos con bastantes dificultades. En primer lugar, la escasa bibliografía acerca del tema. Luego, el desconocimiento del término y por ello mismo, los prejuicios que genera su nombre dentro del ámbito periodístico y del público en general. Pero, nuestro gran desafío fue reunir información sobre la prensa en Chile, ya que los textos disponibles son de data antigua.

Sin embargo no todo fue inconvenientes. Recibimos una gran colaboración por parte de los expertos¹ a quienes solicitamos entrevistas para hablar del tema. Todos

¹ María José Lecaros, directora de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Los Andes. Guillermo Sandoval, Profesor de Etica Periodística de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Artes, Ciencias y Comunicaciones. Eliana Rozas, Profesora de Etica Periodística de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica. Mar de Fontcuberta, Directora del Magíster de Comunicación Social de la Universidad Católica de Chile. Miguel González Pino, Fiscal del Consejo de Etica de los Medios de Comunicación. Guillermo Hormazábal, ex presidente del Colegio de Periodistas y de la Comisión de Etica del Colegio de Periodistas.

estuvieron llanos a conversar y a darnos su opinión acerca de ello, no obstante otros profesionales reconocieron no saber del asunto y optaron por no hablar.

En cuanto a los directores de las revistas² antes señaladas, también estuvieron dispuestos a responder nuestras preguntas y nos cooperaron de manera importante. Sólo la directora de revista COSAS, Mónica Comandari no accedió a atendernos ya que consideró que su publicación no está dentro de la prensa del corazón.

Esto dificultó un poco nuestra investigación, ya que como se podrá ver la mayoría de los artículos fueron recogidos de este medio de comunicación y nos hubiese gustado escuchar su opinión acerca de los temas tratados aquí.

En la primera parte de la tesis, nos centramos en la historia de la prensa del corazón, para luego adentrarnos en la comprobación de la existencia de este fenómeno en Chile. En el primer capítulo, entregaremos los antecedentes, evolución, definición y características de ésta. En el segundo capítulo, indagaremos si existe prensa del corazón en Chile, a través del estudio de la historia de la prensa en Chile y de las revistas que consideramos son parte de este género.

En la segunda parte, nos abocamos a dilucidar los problemas éticos que esta prensa presenta, para después reflexionar sobre ello. En el capítulo primero, definiremos algunos conceptos claves como por ejemplo lo privado, lo público y la

² Revista CARAS: Paula Escobar.

Revista VEA: Jaime Godoy.

TV y Novelas: Darío Rojas.

intimidad; derecho a la información y la vida privada; derecho al honor y a la honra de las personas y sensacionalismo e inexactitud informativa. En la siguiente sección, realizaremos un análisis empírico de los artículos de las revistas CARAS; COSAS y VEA, para describir cuáles son los temas que más se tratan. En el tercer capítulo, nos centraremos en un análisis ético de las revistas, de manera más específica.

Finalmente en la última sección realizaremos las reflexiones finales acerca del tema tratado en la memoria.

Nuestro objetivo general fue demostrar, a través de una investigación empírica si el fenómeno de la prensa del corazón incurre en faltas a la ética periodística y además reflexionar sobre las consecuencias que tiene para nuestra profesión. Para ello, en una primera instancia, definimos qué es la 'prensa del corazón', luego si ella existe en Chile y su creciente aumento.

En una segunda instancia, ética propiamente tal, nos planteamos si de suyo este tipo de prensa incurre en faltas a la ética. Además, cuáles son éstas y cuáles son las más recurrentes.

HISTORIA DE LA PRENSA DEL CORAZÓN

El primer ejemplo de prensa a corazón se atribuye al periódico de la "Prensa del Corazón" que se publicó en 1871 en el pueblo de San Juan de los Rios, en el departamento de Bolívar. Este periódico fue el primero de su tipo en el país y se caracterizó por su contenido de noticias y comentarios sobre los acontecimientos que los representaban.

Antecedentes y Evolución

La aparición de la prensa a corazón se debe a la evolución de la prensa en general. Este tipo de publicaciones se caracterizó por su contenido de noticias y comentarios sobre los acontecimientos que los representaban.

PRIMERA PARTE: HISTORIA DE LA PRENSA DEL CORAZÓN

CORAZÓN

El primer ejemplo de prensa a corazón se atribuye al periódico de la "Prensa del Corazón" que se publicó en 1871 en el pueblo de San Juan de los Rios, en el departamento de Bolívar. Este periódico fue el primero de su tipo en el país y se caracterizó por su contenido de noticias y comentarios sobre los acontecimientos que los representaban.

El primer ejemplo de prensa a corazón se atribuye al periódico de la "Prensa del Corazón" que se publicó en 1871 en el pueblo de San Juan de los Rios, en el departamento de Bolívar. Este periódico fue el primero de su tipo en el país y se caracterizó por su contenido de noticias y comentarios sobre los acontecimientos que los representaban.

El primer ejemplo de prensa a corazón se atribuye al periódico de la "Prensa del Corazón" que se publicó en 1871 en el pueblo de San Juan de los Rios, en el departamento de Bolívar. Este periódico fue el primero de su tipo en el país y se caracterizó por su contenido de noticias y comentarios sobre los acontecimientos que los representaban.

CAPÍTULO I: LA PRENSA DEL CORAZÓN

Nuestro objetivo será acercarnos a conocer el fenómeno de la "Prensa del Corazón". Para luego, poder establecer si este tipo de prensa existe en nuestro país. Pretendemos ahora ocuparnos de sus antecedentes y evolución para luego llegar a una definición de este tipo de publicaciones en la actualidad y más exactamente entregar las características que las representan.

1. Antecedentes y Evolución:

La aparición de la fotografía en 1841 marcó un hito en la evolución de la prensa escrita en el mundo. Este elemento ilustrador de la realidad cotidiana generó un efecto muy importante a la hora de dar a conocer una información.

Se puede decir que pasamos a vivir una era gráfica, en donde la imagen comienza a predominar sobre el texto. Si bien la prensa siempre tuvo contenidos ilustrativos, ya que contó con dibujos que complementaban los escritos, las mejoras en las técnicas de impresión en la primera mitad del siglo XIX va a permitir el desarrollo propiamente tal del periodismo gráfico, sobre todo en el naciente género interpretativo, con el primer número de la Revista *Time* en 1923.

Sin embargo, el primer ejemplo de prensa ilustrada moderna aparece en 1842, con "*The Illustrated London News*", cuando se reprodujo un grabado que representaba el intento de asesinato de la Reina Victoria.¹

¹ Pizarroso, Alejandro y Rivera, Julia. (1994). Corazones de Papel. Sensacionalismo y Prensa del Corazón en España. Barcelona. Editorial Planeta. Página 84

Después de la aparición de la fórmula Time, surgen diversos medios de comunicación que comienzan a utilizar la fotografía como principal enganche en sus páginas haciendo de ellas una narración ilustrada, tales como *Fortune* (1930), *Newsweek* (1933) y *Life* (1936).

Llegamos así a la Guerra Civil española, la primera confrontación bélica que se cubrió gráficamente y que dio un gran impulso para el desarrollo del periodismo gráfico. En la segunda guerra mundial también se utilizó la fotografía como un medio fundamental para mostrar lo que sucedía en los campos de batalla. Ya no sólo bastaba el texto, este tenía que ser acompañado por alguna imagen para captar la atención del lector.

Al finalizar la segunda gran guerra, Europa se hallaba devastada. Las imágenes del Holocausto y de las ruinas de las ciudades provocaban sentimientos de desolación en los millones de personas que habían sufrido el conflicto. Por otra parte, las casas reales de Europa, en general, necesitaban limpiar su imagen. Fue así como la necesidad de evadir la realidad del momento y el deseo de Europa de volver a ser la de antes, dio paso al nacimiento de la prensa del corazón.

“Terminada la segunda guerra mundial, la realeza europea invirtió dinero para rehacer su imagen perdida. Aparecieron algunas publicaciones en las que se realzaban aspectos de tan histórica institución. Noviazgos de jóvenes príncipes, bodas reales, nacimientos de nuevos presuntos sucesores y celebración de grandes fiestas de familias reales, la mayor parte de ellas destronadas o en el exilio, fue el material básico de ciertas revistas francesas. El tono sentimental, romántico y cada vez más

osado de estas historias melodramáticas inspiró la expresión <<prensa del corazón >>”.²

No se puede hablar de prensa del corazón hasta los años cuarenta. En Francia se acuñó el término ‘presse du coeur’ para referirse a este tipo de revistas gráficas dedicadas a informar de la vida de los personajes famosos. Sin embargo, va a tener distinto desarrollo y diferentes manifestaciones, según los países donde se encuentre.

Es en España donde este tipo de prensa toma mayor impulso y logra allí su verdadero auge con el nacimiento de la Revista ¡HOLA!, el 2 de septiembre de 1944. Debido a sus particularidades históricas, creó una prensa ‘rosa’ con sus propias características.

“La consolidación de nuestra prensa del corazón se produce, paralelamente a la extensión y crecimiento de esa sociedad (cultura de masas) en todo el conjunto estatal, en los años sesenta, época que viene a coincidir con el denominado desarrollismo franquista”.³

Después de ¡HOLA! han sido muchas las que de algún modo han copiado el estilo de información de este semanario tales como *Semana*, *Diez Minutos* y *Lecturas*.

² Blázquez, Niceto. (1994) Ética y Medios de Comunicación. Madrid. Biblioteca de Autores Cristianos. Página 312.

³ Gómez Mompart, Josep Lluís. (1992) Medio Siglo de Prensa del Corazón en España (1940-1990). *ANALISI*. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Número 14, página 52

La fórmula de ¡HOLA!, también se exportó a Inglaterra con el nombre de HELLO! y a Francia con OH LA!.

Durante mucho tiempo, estas publicaciones han ofrecido, principalmente a las mujeres, la posibilidad de soñar despiertas y de seguir de cerca la vida de los ricos y famosos con sus alegrías y penas, amores y desamores.

Sin embargo al hablar de 'prensa del corazón', no podemos olvidar que es un producto genuino de la cultura de masas, como asevera Juana Gallego en su libro 'Mujeres de Papel...':

Esto se explica por las características que dan vida a la cultura de masas: el capitalismo avanzado, donde se extienden las nuevas energías (petróleo, electricidad), industrialización y una revolución tecnológica, unido al desarrollo de los medios de transporte y las comunicaciones. También está la concentración demográfica en las ciudades, donde se encuentran las formas propias de la cultura urbana, también están presentes la modernización y la alfabetización generalizada y por último, la espectacularización de la vida social, por el protagonismo de los medios de comunicación, de la publicidad y el consumo.

Es en este contexto donde la prensa del corazón encuentra su origen, pasando a ser un elemento más de los que caracterizan al periodismo.

"Uno de los efectos más sobresalientes de la sociedad – cultura de masas es la división de la realidad social entre actores (protagonistas) y espectadores (consumidores), con la particularidad de que los medios de comunicación se convierten en creadores (conformadores) y a su vez propagadores (difusores) de esa

realidad(...) Aparecen y se crean líderes y estrellas que enfatizan el éxito, la fama y la popularidad a través de la política de la persuasión y de la lógica de la fascinación".⁴

Así aparece el denominado 'star system', sin el cuál la prensa del corazón no tendría tema para tratar. Con ello se da un paso más para dejar atrás a aquellos ídolos mitológicos tan en boga hasta la aparición de este tipo de prensa.

Los personajes serán, ahora, modelos sociales que acaparan la atención del público por ser famosos, ricos y bellos.

⁴ Gómez Mompert, Josep Lluís. (1992) *Op. Cit.* página 51

2. Definición y Características de la Prensa del Corazón:

“Nosotros cogemos la espuma de la vida. La espuma no tiene densidad ni peso, pero entretiene”⁵, con esta frase el creador de la revista española ¡HOLA! caracteriza a la prensa del corazón.

Poco se conoce de la prensa del corazón en Chile. Al ser un fenómeno relativamente nuevo, el término se presta para confusiones e interpretaciones sesgadas. Una de ellas es pensar que se trata de prensa femenina. Sin embargo, no se dirige sólo a este segmento sino que su ámbito ronda mucho más allá.

La prensa del corazón se dirige, principalmente, a las mujeres porque toma elementos de la prensa femenina como son: secciones fijas de belleza, amor y hogar, preferencia por lo privado y, sobretodo, la publicidad dirigida a la mujer, pero también trata otros temas que son de interés general.

A pesar de que está dirigida al público femenino, esto no quita que los lectores masculinos también puedan leerla, de hecho gran parte de la publicidad que se encuentra en estas publicaciones trata de captar a ambos consumidores, algo que no ocurre con la prensa femenina propiamente tal.

A pesar de que ambos tipos de prensa tratan el tema de lo privado, hay que hacer una distinción fundamental. La revista femenina, entra en este ámbito, diciéndole al lector qué hacer frente a determinados tipos de problemas, como por ejemplo las desavenencias conyugales, los conflictos con los hijos, cómo conquistar a

⁵ Sánchez Gómez, Antonio: en Pizarroso, Alejandro y Rivera, Julia. *Op. Cit.* Página 144.

un hombre, etc. En cambio, la revista del corazón muestra el tema privado generalmente sin emitir juicios valóricos, mostrándolo tal cual es. Por ejemplo, la última pelea del Príncipe Rainiero con Estefanía de Mónaco o la separación de Príncipe Carlos y Diana de Gales. Esto no quiere decir que por ello, sea una menos dañina que la otra.

Es necesario dejar en claro que al tratar la vida privada de los personajes públicos este tipo de prensa no entra en el ámbito de la actualidad política ni de la economía.

Algunos autores se han ocupado de definir lo que significa el término. Es así como en el libro *Corazones de Papel. Sensacionalismo y prensa del corazón en España*, Eduardo Sánchez Junco, director de la Revista ¡HOLA!, señala en una entrevista que es “aquella (prensa) pensada para entretener. Son temas generalmente de interés humano. Trata más a las personas que las cosas y con un estilo característico. No es agresiva aunque tampoco es aduladora; no hace periodismo de opinión ni juicios de valor sobre las actuaciones de las personas y deja al lector que decida. No toca la temática política. Es fundamentalmente gráfica”.

Niceto Blázquez, por su parte, tiene otra opinión desde el punto de vista ético. En su libro *Ética y Medios de Comunicación*, señala “la prensa del corazón satisface los apetitos emocionales de mucha gente porque presenta a las personas sometidas a grandes pasiones en un contexto cebado de amoríos, celos, ambiciones y corrupciones, pero de forma melodramática y fascinante. Los lectores asiduos se identifican imaginativamente con esos personajes y con sus supuestas historias desgraciadas o felices”.

La prensa del corazón también puede ser entendida a través de sus características. Diversos autores⁶ se han ocupado de establecer una serie de elementos básicos para que se pueda hablar de ella propiamente tal.

En cuanto a su forma, es una prensa gráfica donde sus reportajes están basados en fotografías y el texto es un elemento secundario. Sus temas principales, tales como matrimonios, divorcios, nuevas parejas y escándalos, aparecen en sus portadas como primicia y ocupan un lugar propio, es decir no están dentro de una sección. Además, no busca el lado conflictivo en el tratamiento de sus personajes y de la información, aunque invaden cada vez más la vida privada de ellos.

Este tipo de publicaciones tiene otro tipo de presentación que la prensa de información general porque juega con los colores, las fotografías son de gran tamaño y los titulares enganchan a los lectores.

Asimismo, hay otros elementos que también pueden caracterizarla, pero desde el punto de vista de los personajes que aparecen en sus páginas, que son su elemento fundamental.

Se centran solamente en la vida privada de los personajes populares, tales como aristócratas, deportistas, actores y miembros del jet set etc., publicando todo lo que los afecta en su esfera privada y que tiene relevancia pública, aunque no siempre ocurre esto último. Así, estas personas se convierten en personajes de las revistas del corazón

⁶ Véase a: Pizarroso, Alejandro y Rivera Julia. Op. Cit., Gallego, Juana. Op. Cit.

“Se entiende por personaje (de las revistas del corazón) todo aquél /aquella a quien merezca la pena seguir el rastro fotográfico. Una persona devendrá en personaje cuando la revista decida que es interesante seguirle el rastro”.⁷

Las portadas de las revistas del corazón, están llenas de ciertas personas que son constantes por el sólo hecho de aparecer en algún lugar, son objeto de noticia como por ejemplo la Princesa Carolina de Mónaco, el Príncipe Felipe de España, Carlos de Inglaterra y en su momento, la Princesa Diana de Gales. Este tipo de individuos públicos son los ‘asiduos’ de las revistas del corazón. Sin embargo también existen otros personajes que también aparecen, pero no con la frecuencia de los anteriores. Son los llamados ‘esporádicos’, porque voluntariamente desean ser objeto de atención de alguna revista o simplemente esquivan aparecer en la prensa.

También se encuentran los ‘efímeros’, que por algún motivo especial aparecen en las revistas del corazón, pero no como protagonistas. Ejemplo de ellos es que acompañen a un ‘asiduo’ en un momento dado.

Los ingredientes principales de la prensa del corazón para Niceto Blázquez, más allá de los personajes, “son los chismes, o historias informativas no autenticadas que generan morbosidad y fascinación. Y todo ello con la trastienda de la cama y el dinero”⁸.

⁷ Gallego, Juana. *Op. Cit.* Página 103.

⁸ Blázquez, Niceto. *Op. Cit.* Página 313.

Sin embargo, Juana Gallego distingue otras características que deben cumplir los actores de estas revistas: ser populares, jóvenes, bellos y atractivos, gozar de una vida de ensueño y tener dinero y poder.

Se debe tener en cuenta que el 'leit motiv' de esta prensa es: el predominio absoluto de los personajes, es decir, el "quién" es el factor que determina la noticia. "La prensa del corazón es básicamente una prensa de personajes arropados por una biografía en la que tienen un papel dominante los aspectos privados de su vida."⁹

El personaje tiene éxito si se parece a la gente o también, si comparte un pedazo de la vida cotidiana, en el sentido de que realiza las mismas actividades que el resto: comen, beben, aman, sufren, duermen, se divierten, tienen un hogar, familia, aficiones y animales domésticos.

Juana Gallego en su libro señala que las figuras ejercen fascinación sobre el público porque satisfacen su deseo de curiosidad, en el sentido de que aquella persona famosa es el 'vecino' del lector, ya que la vida de las grandes urbes es más cerrada, sólo se puede tener contacto con ellos y no con los vecinos de la misma calle.

Otra función que cumple la denominada prensa rosa, según Gallego, es el entretenimiento y la evasión. A través de estas revistas podemos conocer vidas distintas a la nuestra. Además, contrarrestan la negatividad, porque muestran una vida

⁹ De Fontcuberta, Mar. (1990) El Discurso de la Prensa del Corazón. *ANALISI*. 26 de Abril de 1990. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Página 7.

amable y relajada, y por otro lado, facilitan el dominio del entorno: todo deseamos estar al día en el ámbito donde nos movemos.

Reuniendo las distintas definiciones y las características anteriormente nombradas, elaboramos nuestra definición de prensa del corazón: Es aquella que se interesa, principalmente, en la vida privada de los personajes populares, siendo éstos el núcleo de la noticia incluyendo todo lo que los rodea, con el objeto de despertar una emoción en el lector.

Por lo tanto, a nuestro juicio, los tres elementos que definen a la prensa del corazón son: la vida privada, el predominio del 'quién' en la noticia y la emoción.

3. Prensa del Corazón y Prensa de Información General

El periodismo en general tiene cinco características fundamentales: actualidad, novedad, veracidad, periodicidad e interés público.

Una noticia es de actualidad cuando se acaba de producir el acontecimiento; es novedosa, cuando se sale de la rutina cotidiana y además excepcional, cuando se transmite en el menor espacio de tiempo posible. Es veraz, cuando es un fiel reflejo de la realidad; tiene periodicidad porque es entregada al público en un intervalo fijo de tiempo (diario, semanal, mensual). Finalmente, es de interés público, cuando los hechos periodísticos tienen como característica fundamental la de ser punto de referencia o servir a las expectativas o necesidades de información de un público.

La prensa del corazón participa de estas características, pero difiere de alguna de ellas.

Como habíamos señalado antes, hay un predominio absoluto de los personajes por sobre el 'qué' de la noticia.

En la prensa del corazón también está el elemento de interés humano pero se diferencia de la prensa de información general porque lo contrapone al interés público. Se pretende provocar una respuesta emotiva y además, tienen un lugar predominante los temas relacionados con el mundo del éxito, de la apariencia, de los afectos y de los desamores, que no son relevantes en la prensa de información general.

La actualidad en la prensa rosa, oscila entre dos niveles: la exclusiva del 'último momento' y la ahistoricidad de gran parte de sus contenidos. "Una de las

características más definitorias de la prensa del corazón es que construye, en gran parte, el relato de su realidad a partir de la rutina y la cotidianeidad, frente a la novedad y a la actualidad que reclama para sí el discurso periodístico informativo tradicional. La mayoría de informaciones que publica, incluidas muchas veces las que aparece como 'rabiosa actualidad' se refieren a acciones que no tienen nada de extraordinario: el paseo de un famoso, mostrar el interior de su casa, el primer día de colegio del hijo de un popular o las desavenencias conyugales de personajes conocidos.¹⁰

Otro factor importante, es la utilización de lo verosímil frente a lo veraz. Una de las características más fundamentales del periodismo, es que diga verdades acerca de la realidad. La prensa del corazón, muchas veces, utiliza el adjetivo 'verdadero' para calificar sus notas, sin embargo funcionan con lo verosímil, esto es, la apariencia. Por ejemplo, resulta difícil creer que una actriz determinada se bañe normalmente en un baño de espuma y perfectamente maquillada.

En cuanto a la periodicidad aparece con una frecuencia, generalmente, quincenal, al igual que algunos medios de información general.

Si bien este fenómeno surgió en Europa, esto no quiere decir que no sé este transmitiendo a nuestro país con su fórmula determinada de éxito. Es por ello que en el próximo capítulo analizaremos si esta prensa existe en Chile, si tiene las características de sus pares europeos o si simplemente es una copia más, adaptada al modelo chileno.

¹⁰ De Fontcuberta, Mar. (1990) Op.Cit. Página 11.

CAPITULO II: ¿EXISTE PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE?

En este capítulo, nos abocaremos a dilucidar si existe prensa del corazón en Chile. Para ello, analizaremos los antecedentes de la prensa en nuestro país, para luego pasar a la historia de las revistas que más se acercan a la fórmula de la prensa del corazón. Finalmente, veremos los temas más tocados por este tipo de publicaciones y si éstos entran en la vida privada de las personas.

1. Antecedentes de la Prensa en Chile

Los orígenes de la prensa chilena se encuentran a principios del siglo XIX. Como toda la prensa en general estuvo vinculada con la llegada de la imprenta a nuestro país. Fue el deseo del primer Gobierno Nacional adquirir esta tecnología con el fin de publicar un periódico para consolidar la revolución y forjar la República de Chile.

Fue así como el 13 de febrero de 1812, se publicó el primer número de la *Aurora de Chile*. A la cabeza estuvo el fraile, Camilo Henríquez que junto a otros patriotas como Manuel de Salas, Juan Egaña y Manuel José Gandarillas le abrieron los ojos al país con una información más próxima a su acontecer.

Poca permanencia tuvo el primer periódico chileno, ya que sólo duró un año. Mucho tiempo hubo de pasar antes de que surgiera otra publicación que mereciese el título de periódico. Después de las batallas de Chacabuco y Maipú (12 de febrero de 1817 y 5 de abril de 1818, respectivamente), es cuando la prensa reaparece con un

lomo de guerrilla. La existencia de esta nueva aventura periodística fue también efímera.

En ese momento la prensa toma posiciones frente a la propaganda ideológica. Empieza así a adentrarse en la lucha entre las viejas doctrinas conservadoras y las nuevas tendencias liberales.

Entre los años 1817 y 1828, surgieron una serie de publicaciones periodísticas tales como *La Clave*, órgano del gobierno; *La Aurora*, de los liberales opositores y *El Hambriento*, vocero de los estanqueros creado por Diego Portales.

“Las publicaciones periodísticas de esa época se caracterizan por un rasgo peculiar de nuestra idiosincrasia: la de debatir en la prensa todas las cuestiones políticas y sociales, todos los problemas de orden general, mediante artículos de una extensión aburridora y plagados de estudios relativamente concienzudos, y de tratar de dirigir, además, la opinión pública no con la frase breve y el concepto vibrante y resumido que caracteriza al periodismo contemporáneo, sino que con el discurso razonado y analítico de toda la cuestión y con la polémica ardiente y constante que mantenían los diversos órganos representativos de los diferentes partidos y tendencias”.¹¹

En 1830, aparece *El Araucano*, periódico que introduce una innovación en la prensa chilena. Si bien era un órgano del gobierno, informa de manera más seria y no sólo aspectos de la realidad nacional sino que del mundo en general. Se caracterizó

¹¹ Valdevenito, Alfonso. (1956) Historia del Periodismo Chileno (1812-1955). Santiago: segunda edición. Página 87.

por una buena calidad de impresión, lo que le significó grandes costos económicos pero una mayor permanencia en el tiempo.

En la década del '40, el periodismo pasa a ser literario como una consecuencia del periodo romántico. Esta etapa se extiende hasta 1866. En esta época surgió el periodismo literario propiamente tal. Se dio origen a una diversidad de diarios: *El Semanario de Santiago* (1842), *El Museo de las Américas* (1842), *Revista Católica* (1842), *El Crepúsculo* (1843). Así la prensa chilena adquiere una nueva personalidad.

En 1855, surgió *El Ferrocarril* que es el primer órgano de la prensa totalmente independiente en materia política, desligado de todo interés de partido, lo que le aseguró una larga vida de más de medio siglo, ya que se publicó hasta 1911.

Hasta 1891, se siguieron publicando periódicos de carácter literario, como *La Mariposa* y *La Estrella de Chile*. Sin embargo, con la revolución de ese mismo año, la prensa comienza a tornarse violenta. Alfonso Valdevenito llama a este periodo como el más triste de nuestro periodismo. "La oposición al Presidente Balmaceda, ha dicho el escritor y periodista Luis Enrique Délano, desencadenó en la prensa una batalla sin antecedentes, por su violencia en el periodismo nacional. Cruzábanse las frases más duras, los epítetos más violentos, los adjetivos más injuriosos".¹² Esta situación no termina sino hasta el triunfo de la revolución donde se modera la prensa, ganando más terreno la información sobre los comentarios y la polémica de carácter doctrinario.

¹² Valdevenito, Alfonso. (1956) *Op. Cit.* Página 67.

En el siglo XX, surge una prensa de gran envergadura donde los diarios amplían sus servicios noticiosos creando una serie de secciones de carácter meramente objetivo. Aquí las revistas alcanzan su máximo esplendor y desarrollo con la revista *Zig-Zag* en 1905, fundada por Agustín Edwards.

En materia de periódicos surge *El Mercurio de Santiago* en 1900, *El Diario Ilustrado* en 1902 y *Las Últimas Noticias*, también en el mismo año. En 1917, aparece el diario *La Nación* y cinco años más tarde, *Los Tiempos* que dio auge a la crónica roja.

En cuanto a revistas, *El Pacífico Magazine* de 1912; *Corre Vuela* de 1908; *Familia*, revista de modas y hogar en 1909 y *Selecta*, también del mismo año.

Con el advenimiento de la prensa contemporánea en el siglo pasado, se produce el 'boom' en materia de diarios y revistas. Alfonso Valdevenito, señala que el verdadero creador del periodismo chileno de esta época fue Eliodoro Yáñez fundador del diario *La Nación*. Con él se dio una nueva orientación, hay un sentido más ágil, más vibrante y periodístico de la prensa nacional.

Durante esta época, las revistas son de la más variada índole: literarias, humorísticas y satíricas, deportivas, infantiles, femeninas, entre otras. Algunas de ellas fueron: *Nuevo Zig-Zag*, *El Peneca*, *Ecran*, *Margarita*, *Eva*, *Estadio*, *Topaze* y *VEA*.

Luego de la segunda guerra mundial, por la necesidad del público de estar informado sobre el conflicto bélico, surgen los llamados *diarios murales*. Consistían en una hoja impresa por un lado, conteniendo un resumen de las noticias más importantes del día, que generalmente se colocaban en las vitrinas de las principales casas comerciales.

Durante este periodo se puede observar un gran cambio y desarrollo en la prensa chilena, en calidad mejorando su aspecto material e intelectual y en cantidad por su aumento de ejemplares.

“Mientras la *Aurora de Chile* era un periódico que aparecía solo una vez a la semana, con cuatro páginas tipo oficio, impresas a dos columnas y con un tiraje de apenas dos ejemplares por número, los diarios de hoy (1955) tienen un formato cuatro veces más grande impresos a ocho columnas y con un promedio de 16, 20 y 40 páginas cada ejemplar(...) Además, el tiraje ha alcanzado, en ciertas oportunidades, a más de cien mil ejemplares en un solo día, como es el caso de *El Mercurio de Santiago*”.¹³

Después de la segunda guerra mundial, el mundo se encuentra polarizado y la prensa es un fiel reflejo de la lucha ideológica. Por otra parte existe un aumento en la calidad de la educación, de los niveles de ingreso, se producen migraciones campo-ciudad, variables que influirán en el nacimiento de un público consumidor de revistas.

Hasta 1958, existía sólo una industria de revistas para el mercado masivo que era la empresa editora Zig-Zag. En la década del sesenta surge otra empresa editora importante: *Lord Cochrane*, que se transformó en una gran productora de revistas del país con fuerte gravitación en la región latinoamericana, tales como *Mampato* y *Paula*.

¹³ Valdevenito, Alfonso. *Op. Cit.* Página 83.

En la década del setenta, hay una gran profusión de los medios de prensa que representaban a los más diversos emisores, especialmente de carácter político. Se caracterizaba por ser masiva debido a la alta circulación y los bajos precios. Además, había una amplia libertad de expresión que llegó a extremos que finalmente fueron condenados, por ejemplo la crudeza de los titulares en los diarios *Tribuna* y *Clarín*.

Con la llegada del gobierno militar en 1973, se terminaron los diarios pertenecientes a los partidos políticos, fenómeno que había caracterizado la historia del periodismo nacional desde sus inicios. Se mantuvieron los diarios pertenecientes a las grandes empresas como *El Mercurio S.A.P.* y *Copesa*.

“En el terreno de las revistas también operó el criterio de desmantelamiento de aquellas pertenecientes a partidos políticos o a organismos y personas de izquierda. Dado que las revistas en general carecen de talleres propios, la forma más efectiva de lograr su desaparición es ordenar a las imprentas que no puedan imprimirlas”.¹⁴

Entre las revistas que desaparecieron durante este periodo encontramos a *Punto Final* (MIR), *PLAN* (PC), *Ramona* (JJCC), *De Frente* (Mapu), *Principios* (PC), *Paloma* (femenina), *Cabrochico* (infantil), *La Firme* (política) y *La Quinta Rueda* (cultural). Permanecieron *Mampato* (infantil), *Paula* (femenina), *Vanidades* (femenina) y *Musiquero* (musical).

Frente al cambio producido después de 1973, la prensa chilena se simplificó y sólo quedaron tres casas editoras en 1974: prensa de gobierno con el diario *La*

¹⁴ Navarro, Arturo (1985). El Sistema de Prensa en Chile bajo el Gobierno Militar (1973-1984). Santiago: Cenech. Página 16.

Nación, Editorial Jurídica o *Andrés Bello*; prensa de empresarios privados afines al gobierno con *El Mercurio*, *Copesa (La Tercera)*, *Segunda Editorial Portada (Qué Pasa)*, *Editorial Lord Cochrane*, Sociedad Editora revista *Ercilla* y prensa de Iglesia con la revista *Mensaje*.

A pesar de que el número de publicaciones y ejemplares tendieron a disminuir, después de 1973 surgieron algunas revistas que se encuentran en el espectro no oficialista de la prensa entre los años '76 y '77: *APSI*, *Solidaridad*, *COSAS* y *Hoy*.

Entre 1977 y 1980, hay una legalización del sistema de prensa donde aparecen nuevos medios de comunicación, por ejemplo con la revista *Análisis*, *Haciendo Camino* y *La Bicicleta*.

En la Constitución de 1980, se aprueba la libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad de la ley que deberá ser de quórum calificado.

Se le da la facultad a toda persona natural o jurídica el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos en las condiciones que señala la ley. Así en 1983, comienza la apertura política con las revistas de oposición, *Cauce* y *Fortín Mapocho*.

Sin embargo, el 6 de noviembre de 1984, significó para la prensa una regresión para el avance que había logrado. "Si bien en 1973 se inició una etapa de desmantelamiento de la prensa allendista, se mantuvieron incólumes los medios que podríamos llamar 'no políticos' o prioritariamente comerciales subordinando las más

de las veces a sus intereses económicos la línea ideológica. Esta vez, el Estado de Sitio afectó a todos".¹⁵

Se eliminaron los medios opositores (*Análisis, APSI, Cauce, Fortín Mapocho, La Bicicleta*, entre otros). Se aplicó la censura explícita sin que se pudiese publicar nada que no fuese revisado antes por DINACOS y además, hubo autocensura por parte de los propios medios.

Terminados los ochenta, el mercado se mantuvo de manera dinámica, aunque el número de consumidores es limitado. Surgen revistas segmentadas en torno a núcleos de interés bien definidos: la mujer, el mundo del espectáculo, educativas, juveniles y políticas. Por ejemplo aparecen las revistas *CARAS, Elle* y *TV Grama*.

A mediados de los noventa, las revistas de espectáculos como *TV y Novelas, Encilla* y *Qué Pasa* de corte político, fueron reformuladas. Es en 1995 cuando la revista *VEA* reaparece en el escenario denominándose como prensa del corazón, dando un nuevo estilo.

¹⁵ Navarro, Arturo. Op. Cit. Página 61.

2. La Prensa del Corazón en Chile

El 9 de enero de 1995, la editorial de la revista VEA titulada 'De Corazón a Corazón' da a conocer cuál será la fórmula que la caracterizará. "Queremos poner en sus manos una revista de corazón(...) No tenemos otra intención que remecer sus emociones(...) VEA quiere mostrarle a usted lo que anhelan, sueñan, sufren, disfrutan, temen, odian, creen, en fin... todo lo que sienten otras personas como usted. El conocer a los demás nos ayudará a sorprendernos, descubrimos y también reconocernos a nosotros mismos. Si sólo logramos eso, nos damos por satisfechos".¹⁶

Es así como se inició la prensa del corazón en Chile, no obstante esto no quiere decir que no haya existido algunos elementos de ella antes.

A lo largo de nuestra investigación, nos hemos dado cuenta de que el término prensa del corazón es poco conocido en Chile. En primer lugar, el concepto conlleva una carga negativa. Esto porque se la identifica con la prensa amarilla, con prensa vulgar y se la ve como un producto de baja calidad periodística.

En segundo lugar, hay una enorme ignorancia frente al término ya que no se sabe que significa realmente. Esto se debe, fundamentalmente, a la escasa o nula bibliografía que hay del tema en nuestro país. La mayor parte de la literatura que trata el concepto proviene de España.

¹⁶ Godoy, Jaime. (1995). De Corazón a Corazón. *Revista VEA*. Número 2722. Página 3.

El fenómeno ha comenzado a aparecer lentamente en Chile, casi imperceptible para el lector, con sus propias características que hacen de este fenómeno algo 'sui generis'.

En nuestro país hay tres revistas que, de alguna manera, entran dentro de este tipo de prensa. Sin embargo, a primera vista dos de ellas CARAS y COSAS, tienen elementos que las hacen distintas: mezclan lo propiamente 'del corazón' con temas de la actualidad nacional: entrevistas a personajes del quehacer político y económico.

VEA, también estaría dentro de la prensa del corazón porque su objetivo principal es entretener y no ir más allá en la información general.

A juicio de los especialistas¹⁷, no existe prensa del corazón en Chile. Pero, todos coinciden en que en Chile existe una adaptación de este tipo de prensa con sus propias características y que toma elementos de la revista ¡HOLA!

¹⁷ Guillermo Sandoval, Periodista. Profesor de Etica Periodística de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Artes, Ciencias y Comunicaciones (UNIACC). Secretario Ejecutivo de la Fundación para el Desarrollo y la Cultura Popular y del Centro de Estudios Laborales Alberto Hurtado.

María José Lecaros, Periodista. Directora de la Escuela de Periodismo de la Universidad de los Andes. Consejera del Consejo de Etica de los Medios de Comunicación Social.

Eliana Rozas, Periodista. Profesora y Jefa del Departamento de Sistemas Informativos de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de Chile.

Mar de Fontcuberta, Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Directora del Magíster en Comunicación Social, de la Universidad Católica de Chile.

Sin embargo, estamos lejos de la realidad europea por nuestra singularidad: no tenemos nobleza, por lo que los personajes son muy pocos y siempre los mismos, lo que hace que no haya novedad en cuanto a los temas.

“Tenemos nuestras ‘socialités’ que las vemos mucho en los medios, que se transforman en personajes que todo el mundo ubica, pero que no son conocidos por su actividad. Pero tenemos otros que si son conocidos por su actividad: actores y modelos”.¹⁸

Debido a la falta de personajes, como ya habíamos señalado, una fuente constante de generación de ellos es la televisión y en este caso, especialmente, los actores de las telenovelas, por ejemplo Claudia Conserva, Angela Contreras, Claudia Di Girolamo, Catalina Pulido, Francisca Merino, etc.

Así, estas figuras surten las portadas de las revistas del corazón, durante el tiempo que dura la teleserie del momento. A partir de ahí, a los lectores les interesa conocer los detalles de su vida: su pareja, su vida anterior a la fama, donde vive, sus gustos, etc.

Si el personaje popular deja de aparecer en las pantallas o no hace ‘noticia’ después de su actuación, desaparece por completo de la agenda de las revistas, lo que conlleva que finalmente siempre estén los mismos rostros encabezando las pautas de ellas.

Miguel González Pino, Periodista. Fiscal del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación y Profesor de Ética Periodística y Legislación en la Universidad Diego Portales.

¹⁸ Comunicación personal con Eliana Rozas.

En nuestro país la prensa del corazón, específicamente *CARAS*, *COSAS* y *VEA*, se caracterizan por combinar los temas de este tipo de prensa (aspectos de la vida privada de los personajes públicos) y los temas de contenido político. Por ejemplo, los reportajes de actualidad de nuestro contexto nacional: la entrevista al General Director de Carabineros, Manuel Ugarte con motivo de la protesta de las mujeres de Carabineros por los bajos sueldos (*COSAS* n° 564) y la edición extraordinaria realizada con motivo de la detención del senador Pinochet en Londres. (*CARAS*, 23 de octubre de 1998).

Al ser revistas que mezclan estos elementos, sus artículos muchas provocan un gran impacto lo que no suceden en otros medios de información general.

“Con motivo de la detención de Pinochet en Londres, la prensa del corazón ha sacado artículos de uno u otro lado bastante impactantes. *COSAS* sacó un artículo con Jacqueline Pinochet (hija del senador vitalicio), donde señalaba que la ‘derecha chilena es lo peor de lo peor’, esto tiene un impacto mucho mayor si sale en esta revista que en el diario *La Segunda*”.¹⁹

Un aspecto importante de esta prensa es que en nuestro país, se tratan los temas de la vida privada como experiencias personales válidas para el lector, que nada tiene que ver con su actividad cualquiera que esta sea. Por ejemplo, la nota a la enfermedad de Manuel Bustos y su acercamiento a Dios (*VEA*, n° 2821) y el embarazo de Andrea Molina, después de nueve años de tratamiento (*VEA*, n° 2826).

¹⁹ Comunicación personal con Mar de Fontcuberta.

Para María José Lecaros, buscar ejemplos de vida en las revistas es un reflejo de la carencia de relaciones interpersonales. Esto porque hoy se tratan temas en público que correspondían al ámbito privado o familiar y que no tenían cabida en las revistas ni en ningún medio de comunicación.

Otro aspecto de la prensa del corazón chilena, es que trata a los personajes con un proceder 'amable'. Ya que el personaje es el elemento primordial sin el cual esta prensa dejaría de llamarse 'del corazón'. Por ello se los cuida y respeta como si existiera un acuerdo tácito de no-agresión, un ejemplo de esto es el artículo de CARAS (n° 278) en que Kike Morandé cuenta su ruptura con Cecilia Bolocco y la reconciliación con su familia.

2.1 Reseña Histórica de las Revistas COSAS, CARAS y VEA

Para tratar el tema de la prensa del corazón en las revistas que consideramos parte de ella, debemos primero referirnos a la historia de estas publicaciones para luego ahondar en el análisis de estas y así comprobar si existe prensa del corazón en Chile.

El 14 de octubre de 1976, ingresa en el mercado de las revistas un tipo de publicación hasta entonces nunca visto: COSAS, que mezclaba temas del jet set internacional con notas políticas y económicas de la actualidad nacional.

Poco a poco, esta misma fórmula dio origen a otro órgano de difusión que entró a competir con COSAS. Así nació la revista CARAS, el 4 de mayo de 1988. Más liberal que la anterior, tomando temas de manera más descarnada como la infidelidad, la drogadicción y la sexualidad.

Un caso especial dentro de las tres revistas a estudiar es VEA, que nació el 19 de abril de 1939, como un semanario de actualidad que con los años derivó a las más diferentes líneas periodísticas, pasando desde la crónica roja, a los espectáculos y ya en 1995 a la crónica rosa.

El 9 de enero de 1995, aparece nuevamente ya con otro formato y dedicada, como se señala en su editorial (del número 2722), a los aspectos del corazón, interesándose en los sentimientos y en las emociones de quienes son sus entrevistados.

COSAS²²

Emulando el estilo y la fórmula de éxito de la revista *¡HOLA!* en España, *Paris Match* de Francia y *Gente* de Argentina, nace en 1976 un proyecto conjunto de Mónica Comandari y Verónica López. Con un formato diferente y un lenguaje más agresivo, la revista incursionó en un mercado estancado durante el gobierno militar.

COSAS surgió como la posibilidad de acercarle a la sociedad chilena la realidad exterior o un ambiente totalmente opuesto a nuestra cotidianeidad. Para no quedarse en el aspecto sólo del *jet set* internacional, se agregaron páginas de actualidad nacional, como entrevistas a personajes importantes (políticos, abogados y líderes de opinión), para aproximar la revista a Chile.

²² Algunos de los datos aquí señalados fueron obtenidos de la memoria de grado de la Universidad Gabriela Mistral de la periodista Claudia Giner, quien nos colaboró en la obtención del texto.

En su primer número se señala que la misión de COSAS, no será sólo mostrar y contar sino también impactar, golpear y analizar. Por esto se plantea de manera diferente a sus similares españolas, ya que se preocupa de aspectos que no tiene cabida en otras revistas de su género.

En 1981, COSAS alcanza buenos niveles de venta mensuales, cambia su formato, agrega más colores y aparece la editorial, propiamente tal.

Por ser una publicación que sigue a fondo los acontecimientos y personajes del jet set, le ofrece a la sociedad chilena una ventana al mundo. Aparecen personajes españoles como la Familia Real, Isabel Preysler y Julio Iglesias. También tienen importancia Diana de Gales y Sarah Ferguson y la Familia Real inglesa.

Fue la primera vez que una revista le ofrecía a los lectores fotografías más audaces e insinuantes no vistas hasta ese momento ya que en Chile sólo existían revistas femeninas con una línea más conservadora, como *Paula* y *Vanidades*.

A fines de los ochenta, se produce un cambio importante. Si bien los actores y la realeza eran los protagonistas de las portadas de la revista, ahora empiezan a tomarse fundamentales la aparición de las 'top models', que llegaron a transformarse en las reinas de la primera plana de COSAS.

Aún la sociedad chilena permanecía hermética en esa época, por lo que empezó un primer acercamiento a través de las páginas sociales donde se mostraban los acontecimientos relacionados con los personajes públicos, por ejemplo las comidas realizadas en las embajadas, las 'avant premier' y las visitas de personajes famosos como Paco Rabanne y Bernard Lanvin, el bailarín Rudolf Nureyev y los actores Bárbara Carrera y George Hamilton.

Poco a poco, se comenzó a trasladar la frivolidad europea a los personajes nacionales, empieza a ser interesante para el público lector saber de la vida de Carolina de Mónaco o Lady Di como la de Raquel Argandoña, Cecilia Bolocco y las actrices y actores de las teleseries nacionales del momento. COSAS, captó el fenómeno y comenzó a pagar por exclusividades como el matrimonio de Cecilia Bolocco, las fotos prohibidas de Sarah Ferguson, los libros de la historia secreta de Diana y Carlos de Inglaterra, etc.

Así fue captando lectores femeninos y masculinos, con una mezcla de sensaciones, emociones y fantasías donde se buscaba sentirse reflejados en los personajes del *jet set*, actrices, políticos y gente de la actualidad nacional, que sienten que viven las mismas angustias que una persona común.

Las secciones recurrentes en COSAS, son:

a) *Jet Set*: Versa sobre la vida de las celebridades internacionales como las *top models*, estrellas de cine, connotados deportistas y destacados personajes del mundo de la música.

La mayoría de los contenidos de esta sección provienen de agencias como *Gamma*, *Angeli* o *Sipa* y también se complementan con informaciones de *Paris Match* y *News Week* con las que tiene derechos exclusivos. Además, para recolectar el material tiene sus propios corresponsales extranjeros.

b) *Realeza*: Son historias sobre la vida de los reyes de España, la familia real inglesa y la familia real de Mónaco. Si se produce un acontecimiento importante, se amplía el número de páginas para cubrir el evento, por ejemplo la muerte de Lady Di, el matrimonio de la Infanta Elena de España, etc.

Política Nacional: Esta sección está dividida en entrevistas y reportajes sobre política contingente. Su diagramación es más formal y sólo llevan dos fotos por nota. Los entrevistados son dirigentes políticos, ministros, parlamentarios, funcionarios del poder judicial, entre otros. Los reportajes se centran básicamente en perfiles humanos de personajes públicos vinculados a la política o sobre situaciones coyunturales de interés nacional.

Política Internacional: Es una entrevista a un líder político internacional o una crónica sobre un acontecimiento mundial. Por ejemplo: guerras, firma de tratados o cumbres. En la mayoría de los casos son reporteados por los corresponsales extranjeros o se complementan con el material que proviene de las agencias o de las revistas.

Economía: Se incluyen habitualmente, ya sea a través de entrevistas a economistas o personajes vinculados al sector empresarial.

Cultura: No existe una sección de cultura propiamente tal, pero se encuentran entrevistas a representantes del mundo de la pintura, escultura o literatura, que por lo general son nacionales.

Cine: Hay dos secciones fijas en cada número: '*Cine Guía*' que tiene como objetivo realizar un breve resumen de las películas que se exhiben y que llevan calificación de acuerdo a su calidad. También está '*Vídeo Guía*', que ocupa media página de la revista que tiene como finalidad enumerar los títulos de los vídeos más vistos en el último tiempo.

Sociedad: en esta sección se trata los estilos de vida. Incluye reportajes sobre modas, tendencias y costumbres de la sociedad chilena. En esta sección contiene

entrevistas a personajes del espectáculo nacional. También se encuentra la 'Vida Social' que es netamente gráfica con fotografías de eventos especiales y texto breve.

Otros: Incluye 'Gente de Hoy', con crónicas sobre algún acontecimiento coyuntural nacional como internacional. Seguida de ésta viene la página con el Staff, el Índice, el Puzzle y las pruebas de ingenio. Existe también en ocasiones 'Estrellas' donde se da cuenta de alguien aspecto de la vida de un personaje del jet set o de la riqueza y que no contiene fotografías. Hay también otros espacios que tiene que ver con el área comercial, por ejemplo 'Vida Social para Clientes'.

La combinación de temas 'frívolos' con temas 'serios' amplía el mercado de COSAS porque permite que los hombres penetren en el mundo que tradicionalmente se cree femenino.

La mezcla de ambos elementos, la vida y sueños de celebridades y las entrevistas políticas y económicas a los más altos dirigentes del país lograron que COSAS se transformara en un producto criollo, dedicada tanto a hombres como a mujeres, con temas de la prensa del corazón.

CARAS

La revista CARAS, nació el 3 de mayo de 1988 con Verónica López a la cabeza, quien había sido cofundadora de COSAS. Con un formato más grande y una gráfica más audaz, la publicación capta la saturación del género de las entrevistas y centrará sus esfuerzos en los reportajes.

Combinó la información con la entretención y la excelencia gráfica. Esta fue una revolución en materia visual debido a que en los kioscos siempre estaban presentes las revistas formato tabloide y de tamaño pequeño.

La idea del proyecto fue mostrar las 'caras' importantes de todos los ámbitos de la sociedad: la política, los espectáculos, los deportes, en el fondo los rostros detrás de la noticia.

Al cumplir cinco años, en mayo de 1993 cambió el formato, los contenidos, los títulos y las portadas. Además comienzan a aparecer las editoriales firmada por la directora.

En la primera editorial de la revista, Verónica López habla del tema de los límites de las vidas privadas de los personajes públicos, señalando que los medios de comunicación no tienen un código de conducta respecto de cómo actuar frente a los hechos de esta naturaleza.

Es así como revista CARAS, tomará en cuenta que el límite lo establece quién informa, o sea el medio y el personaje público si no cuida su privacidad. Estarán dispuestos a informar de todo lo privado hasta que el propio afectado no imponga un límite. Esta manera de hacer periodismo es lo que ha caracterizado a la revista durante estos últimos tiempos.

Desde su nacimiento, en la época del plebiscito, CARAS trató de abarcar todo tipo de temas desde la política pasando por el jet set, el cine, el arte, temas de salud y sexualidad y reportajes de todo tipo. Sin embargo, con el correr del tiempo fue adecuando su perfil a un segmento más determinado y a las costumbres de la sociedad chilena, así fue consolidándose en el mercado de las revistas propiamente tal.

Si bien partió de una manera muy liberal, poco a poco fue bajando este perfil para tomar aspectos más conservadores.

Las secciones que comprende la revista son las siguientes:

● **Set:** Versa sobre la vida de celebridades internacionales y nacionales. Pueden ser actores de cine, cantantes, actores y actrices de teleseries, gente de sociedad, reportistas, miembros de las familias reales de Europa. Las informaciones del extranjero se obtienen de la agencia Sygma, con las cuales la revista tiene contrato. También se mandan notas reporteadas por los corresponsales que la revista tiene en Inglaterra, España, Italia, Brasil y Estados Unidos.

● **Actualidad:** en este apartado toma los temas que hacen noticia en ese momento y entrevista a los protagonistas. Versa sobre aspectos relevantes de la coyuntura del país y también del ámbito internacional, aunque en menor medida. Pueden ser aspectos económicos, judiciales, políticos, policiales y escándalos de todo tipo.

● **Tendencias:** En cada edición hay un artículo que trata sobre las tendencias de la vida nacional que están en boga en ese momento y que pueden marcar una pauta para la gente que lee CARAS. Trata temas tanto deportivos, de moda o de nuevas costumbres.

● **Testimonio:** En esta sección trata temas acerca de experiencias personales, que puedan servir de ejemplo para los lectores: artículos sobre los accidentes de tránsito, donación de órganos, la muerte de un hijo o alguna enfermedad que sufre algún personaje público.

● **Reportajes de Impacto:** tratan sobre algún tema que golpee a los lectores, por la novedad del tema o por la actualidad de este. Añade datos no conocidos hasta ese momento. Los temas pueden ser desde la corrupción, los niños que viven en la cárcel o la historia oculta de Ema Pinto.

● *Rutas de CARAS*: trata sobre el turismo y lugares de moda para viajar, alrededor del mundo y también de nuestro territorio. Aporta datos sobre cómo llegar al lugar y el costo de los hoteles, qué llevar, etc.

● *Cine*: generalmente tiene artículos sobre la película del momento o que recientemente se ha estrenado, con una crítica y con los datos sobre sus actores. También hay notas sobre los que protagonizan una cinta que está dando que hablar.

● *Gente de CARAS*: en esta sección está la vida social de los eventos más importantes de la quincena. Con mucha fotografía y poco texto.

● *Show Cultural*: Trata diversos temas del ámbito de la cultura: artes visuales, libros, teatro, gastronomía, crítica de cine, vinos, televisión, Internet y vídeos.

Además de estas secciones también se encuentra el horóscopo y el puzzle. Es necesario señalar que si sucede un acontecimiento importante de cualquier tipo, la revista saca una edición extraordinaria donde cubre todos los aspectos de ello. Por ejemplo, el matrimonio de Carolina de Mónaco, la detención del Senador Pinochet y el aniversario de la muerte de Diana de Gales.

● VEA

La revista VEA, nació el 19 de abril de 1939, bajo la Editorial Zig – Zag. En sus inicios se mostró como un semanario de actualidad general que combinaba todo tipo de temas: política, crónica roja, ciencia, femenino, literatura, deportes y también una página latinoamericana con noticias de la región.

En sus principios tenía tamaño tabloide e incluía fotos y dibujos. Su portada era un collage de fotografía con pequeños textos. Por los momentos que se vivía en

esa época, se trataban los acontecimientos sucedidos durante la Segunda Guerra Mundial.

En 1959, la revista pasa a tratar temáticas políticas y policiales. Sin embargo, mantuvo un lado más ligado al espectáculo, con las notas enviadas desde el extranjero por Raúl Matas. Aparece la sección regional donde se cuenta la realidad del resto del país. Hay también páginas dedicadas al deporte, vida social y salud.

Así permaneció hasta la década de los setenta donde sufrió un vuelco importante, el semanario pasó a ser netamente de crónica roja. Esto significó un cambio en la portada donde el color rojo era fundamental. Se cubrían crímenes y grandes tragedias, donde la fotografía era de gran realismo y crudeza. El artículo de portada al interior de la revista era el único que llevaba colores en sus titulares. Sin embargo las fotos siempre permanecerán en blanco y negro.

También existían los reportajes con detenimiento, donde se tocaban cuestiones de diversa índole sobre la crudeza de la vida, como por ejemplo el tema de los niños y la homosexualidad y crímenes pasionales.

Las secciones fijas que existían en ese momento eran: Vea Espectáculos, deportes, horóscopo, puzzle y correo del lector.

A mediados de los setenta, cambia la empresa editorial a Vea Ltda, asumiendo la dirección la periodista Raquel Correa. Se trataban temas como el espiritismo, la mujería y la hipnosis.

En 1980, cambia el formato a uno más pequeño y aparece el color en las fotografías y el texto. Comienza a tener como acompañamiento a su nombre: 'el mundo oculto del espectáculo'. Sus secciones más importantes son *La Figura*, donde

se muestra el perfil de un personaje famoso nacional e internacional. También están *sucesos, Policial, Horóscopo, Cartas al Lector y Vea Humor*. Importantes son en esta publicación *VEA TV* donde se especifican las páginas de información sobre la programación de la televisión.

Los primeros atisbos de prensa del corazón se observan en la revista del 28 de marzo de 1985 (nº 2382), donde se trata el primer año de matrimonio de Raquel Angardoña y Eliseo Salazar.

En los años noventa, es una revista del espectáculo que trata los temas de los personajes de Chile y el mundo. Aparece en las portadas de *VEA* temas del corazón, propiamente tal, así por ejemplo en su número del 14 de marzo de 1990 (nº 2640), se retrata el matrimonio de Cecilia Bolocco, episodio nunca antes tratado en las páginas de portada.

En enero de 1995, se inicia la nueva etapa de revista *VEA*, cuyo propósito es llenar una necesidad informativa y de necesidad de la gente. '*De Corazón a Corazón*' donde su actual director Jaime Godoy señala "Queremos poner en sus manos una revista de corazón".

La editorial será Holanda Comunicaciones y su aparición será quincenal. Las secciones que comprende la revista son:

Set Nacional: Aquí se tratan los temas de actualidad de los personajes populares del mundo de la farándula nacional. La nota más importante va en portada y se destaca en la revista en las primeras páginas. Generalmente se da a conocer aspectos de la vida privada, tales como los nuevos hogares, el nacimiento de un hijo, los preparativos de un matrimonio, nuevos trabajos, etc.

b) *Cente de Mundo*: Sección que trata los chismes en general de todo tipo de personajes tanto nacionales como internacionales. Hay gran predominio de la fotografía y poco texto. Se da cuenta de lo más importante en notas cortas que no cabe profundizar en ese momento.

c) *VEA Locuras*: Es una página de chistes, con un recuadro donde se cuenta una anécdota con historia.

d) *Set Internacional*: Se trata de temas de sucesos ocurridos a algún personaje del mundo del espectáculo internacional. Donde no se habla de su actividad sino aspectos de su vida personal.

e) *Panoramas*: En esta sección se trata de una reseña cine, música, teatro, libros y café concerts. También se incluye la *Orientación Cinematográfica Católica*.

En las últimas páginas de la revista se incluye el puzzle, cartas al lector y el horóscopo.

2.2 Un Caso Especial : *TV y Novelas*

En la década de los noventa surge en nuestro país, la revista *TV y Novelas* (enero de 1993). Fue una publicación que se generó en México en 1979, en la editorial Televisa y que se preocupó fundamentalmente del mercado de las teleseries. La industria de telenovelas de ese país, necesitó un medio de comunicación por el que dar a conocer toda la información con respecto a ellas. El resultado fue muy beneficioso, porque la fórmula se trasladó al resto de Latinoamérica y llegó a nuestro país en 1991. Sin embargo, este experimento sólo duró un número en los kioscos.

Tres años después, y con Dario Rojas como director, ésta fue relanzada el 31 de enero de 1994, manteniendo sólo algunos de los temas de su par anterior.

Desde sus inicios, esta publicación se manifestó como una revista del espectáculo con acento en la televisión. Sus temas eran de diversa índole, pero especialmente en su primer número tuvo especial interés en el Festival de la Canción de Viña del Mar.

Todas sus páginas llevan colores vivos, que resaltan los textos tanto en el fondo de las páginas como en los titulares. Hay gran cantidad de fotografías, recuadros con información complementaria a las crónicas y con una diagramación que privilegia la imagen frente al texto.

La característica principal de *TV y Novelas*, es que sus escritos son precisos, con un lenguaje sencillo y ágil, tienen un tono de complicidad con el lector y fundamentalmente digeribles de manera rápida.

Los objetivos de la línea editorial de la revista es que los lectores de ella, satisfagan sanamente su deseo de curiosidad, que sepan todos los datos de sus ídolos (no sólo los correspondientes a su actividad) y que sus periodistas escriban de manera entretenida para que el público los lea de principio a fin.

Al ser una publicación que trata que sus lectores estén permanentemente comprándola, cambia y adecua su información a los gustos de ellos. Siguiendo la máxima de entregarle al público lo que ellos quieren.

Por este motivo, las secciones fijas son muy pocas pero siempre se habla de todo lo que tenga que ver con la televisión: actores, teleseries, programas misceláneos, cantantes de moda, animadores, etc. Hay una página de concursos con cupones para tener encuentros con los famosos, cartas de los lectores, direcciones de artistas, el horóscopo, el puzzle y una última página de cine.

En definitiva, es un magazine de corte interactivo donde se pretende surtir las necesidades de los lectores, a través de las crónicas como de los posters que se regalan, concursos, contacto con los famosos, etc.

Sin bien es cierto que trata temas de la televisión, tiene muchos elementos de la prensa del corazón chilena, pero no llega a ser parte de ella ya que su principal interés es la televisión y no va más allá. Un ejemplo de ello lo tenemos en la revista número 17 año V, donde comenta los programas de la televisión (TV Condoro, Amigos y Amigas de Chilevisión; Si se la Puede Gana de Canal 13; Pase lo que Pase de TVN, entre otros) y realiza un resumen de las teleseries donde hablan sus protagonistas (Ingrid Cruz y Cristián Campos en Marparaíso; Ana María Gazmuri en A Todo Dar, etc.)

2.3 Temas Recurrentes Tomados por COSAS, CARAS y VEA

Las revistas del corazón en Chile presentan una serie de acontecimientos que nunca fallan como son las nuevas parejas, embarazos y nacimientos, matrimonios, separaciones y divorcios, nuevos trabajos y penas.

Estos temas generalmente aparecen en portada o bien en sus páginas interiores. Ser estos de corte muy humano acercan las revistas a los lectores por la experiencia de vida que se traspasa. A su vez dan cuenta de los aspectos menos relevantes para el conocimiento del público, es decir de los aspectos que no tienen que ver con su actividad sino con la vertiente más privada del personaje popular.

Nuevas Parejas: Hay dos maneras de tratar este tema dependiendo si los protagonistas son chilenos o extranjeros. En el primer caso, comienza a señalarse como un rumor que hace eco en las revistas, entrevistando a los personajes y tratando

de confirmar el hecho. Muchas veces esto se mantiene como un chisme, a pesar de que hay parejas que lo reconocen abiertamente. En cuanto a los extranjeros, hay mayor libertad para hablar del tema sin tapujos, porque generalmente la información llega desde agencias internacionales, siendo la publicación un mero receptor de esta información. Aquí se permite la publicación de fotografías obtenidas por teleobjetivos en las más diversas poses, lo que no ocurre en nuestro país.

Embarazos y Nacimientos: Acaparan las portadas de las revistas del corazón en muchas ocasiones. Puede ser que el protagonista diga que está esperando un hijo o que lo dé a conocer. Aquí es muy importante el consentimiento y la confirmación por parte de los populares. También puede decirse que hay mayor cuidado al informar sobre los personajes chilenos que con los extranjeros. En estos últimos, las composiciones juegan un papel importante, ya que como habíamos dicho anteriormente llegan las notas desde fuera y muchas veces son difíciles de confirmar.

Matrimonios: La característica fundamental es que las bodas que se cubren tienen que ser de un personaje muy relevante del ámbito nacional, en general, para que aparezcan en la portada de las revistas: Raquel Argandoña, Cecilia Bolocco, Claudia Conserva, Marcelo Salas, Angela Contreras, Gonzalo Cáceres, Cecilia y Magdalena Bruni. Muchas veces los medios compran la exclusiva de esta noticia para dar todos los detalles, pero eso no excluye a las otras revistas. En cuanto a los matrimonios extranjeros, en las páginas interiores de las revistas se da cuenta de las bodas de la nobleza europea, de cantantes internacionales, actores y actrices del cine. Sin embargo no llegan a la cobertura que se le puede dar a los chilenos.

Separaciones y Divorcios: Hay dos formas de enfocar este punto. Por una parte se habla de las rupturas de las parejas sin estar casadas. Generalmente, también se tratan como rumores y pocas veces son confirmados por los protagonistas, hasta que aparecen con otra pareja. Y por otro lado, las separaciones matrimoniales, raramente tal. Son contados los casos en que las revistas dan cuenta de esto último en cuanto a los personajes chilenos. Sin embargo, en el ámbito extranjero hay mayor libertad en el tratamiento del asunto. Ejemplo de ello es el divorcio de los Príncipes de Gales, los duques de York, Julio Iglesias e Isabel Preysler, Carolina de Mónaco y Phillippe Junot, Woody Allen y Mia Farrow, entre otros.

Nuevos Trabajos: Se da mucho en el ámbito de las teleseries y la televisión, en el ámbito chileno: nuevos papeles y programas.

Penas: Esto se enfoca ya sea por algún dolor vivido por el protagonista, la muerte de un ser querido y la enfermedad de un famoso. Se ejemplifica como una experiencia para traspasar al lector, acercándolo al personaje y mostrándolo como una persona cualquiera. En este punto también es importante el consentimiento por parte de los afectados, en otro caso sólo se nombra el hecho y no se ahonda más allá.

Un tema que siempre está presente en las revistas del corazón son las confesiones de algún famoso o personaje político las que son traspasadas al lector en lenguaje de intimidad, es decir un lenguaje de amigos lo que en realidad es una transferencia falsa que no se está haciendo a una persona en singular, sino a todos los lectores que pueden llegar a miles. El lector muchas veces confunde este tipo de confesiones, ya que el medio adorna estas notas y hace creer que el famoso está haciendo realmente algo importante, lo que no es así.

Este tipo de temática, se trata más en la revista VEA que en ninguna de las otras revistas ya señaladas, al tener este medio más informaciones de este tipo. Aquí se pierde lo que es actualidad de la noticia para sólo ahondar en el interés humano de las personas que muchas veces fomenta la curiosidad.

3. La Prensa del Corazón v/s la Etica Periodística

En esta parte cabe hacer una distinción entre prensa del corazón y revista del corazón. De la primera, hemos hablado a lo largo del primer capítulo en extenso, por lo tanto no cabe aquí definirla. Las revistas del corazón tratan del aspecto más particular de este tipo de prensa, es decir, puede existir en todos los medios de comunicación (radio, televisión y medios escritos).

A nuestro entender revista del corazón "es una revista ilustrada cuyo objetivo principal es publicitar la vida privada de los personajes públicos"²¹. Esta publicación se rige por las normas del buen gusto, no recurre al sensacionalismo y ahonda en los ámbitos de la actualidad nacional.

Un ejemplo de este tipo de revistas es *Paris Match*, revista francesa que además de lo anteriormente señalado posee un gran nivel literario y sus reportajes con fotografías de gran calidad a menudo tienen un texto más extenso que el normal de estas publicaciones.

²¹ Gallego, Juana. Op. Cit. Página 103.

El semanario español *¡HOLA!*, también puede ser un ejemplo de las revistas del corazón del buen gusto, por el tratamiento periodístico de sus crónicas y por la protección de los personajes.

Es a estas revistas del corazón a las que nos referimos, no a las publicaciones sensacionalistas ya que no existen en Chile. Es importante señalar que nunca la prensa sensacionalista es prensa del corazón. La genuina, es la llamada del buen gusto, todo lo que escapa de ella no puede llamarse 'del corazón'.

"Es la prensa que tiene como contenido fundamental la publicitación de la vida privada de los personajes populares públicos de una manera amable, no de una forma sensacionalista".²²

La prensa del corazón puede incurrir en las mismas faltas a la ética que la prensa de información general, esto debido a que está sujeta a las mismas normas de ética, pero está más cerca de cometerlas. "La noticia de crónica es más difícil que se meta en la vida privada de las personas".²³

También, puede caer más fácilmente en la chismografía, es decir que invente cosas ya que juega con lo verosímil generando una situación ambigua desde el punto de vista ético.

La esencia de la prensa del corazón es la vida privada de las personas, es lo que la define como tal. Al tratar este tema estas revistas entran en un ámbito no definido en nuestro país. Hay dos posturas con las cuales se puede interpretar el

²² Comunicación personal con Mar de Fontcuberta.

²³ Comunicación personal con Miguel González Pino.

límite de lo que se debe informar en la vida privada. Por un lado está la postura de José María Desantes, que señala que hay dos esferas: vida privada e intimidad. La última se abre sólo si el protagonista lo hace. La postura norteamericana, en cambio, dice que son los medios y los periodistas, los que determinan hasta donde llega esta esfera, y no es necesario para el público.

El Consejo de Ética de los Medios de Comunicación señala que hay un ámbito de la intimidad que no debe ser traspasada y una de privacidad que solamente debe ser informada, en determinados casos en que el interés público está sobre el particular. ¿cuál es lo menos relevante para el público?

Sin embargo, las revistas del corazón, en la mayoría de los casos, informan sobre lo menos relevante de la vida privada de las personas. Sólo apuntan a satisfacer la curiosidad del público, porque generalmente hablan de cosas que no son necesarias de conocer por parte del lector. ¿cómo un tabaco?

Hay que hacer una distinción, es natural que al estar iniciando una nueva actividad, los lectores quieran saber aspectos de la vida privada de los personajes tanto conocidos como desconocidos por ejemplo su nuevo trabajo o sus sentimientos con respecto a él, pero de ahí a informar de los aspectos más frívolos²⁴, es otra cosa.

Si la persona tiene derecho a estar informado, cabe preguntarse aquí si tiene derecho a conocerlo todo. De partida, como un dato de la experiencia, es imposible que el hombre tenga acceso a toda la información por su propia incapacidad física

²⁴ Entendemos por Frívolo , aquello superficial y ligero.

... acceder a ella. De ahí la importancia de la profesión periodística. El periodista juega el papel de mediador entre la realidad y los receptores del mensaje.

Ahora bien, el profesional de la comunicación como seleccionador de la información sólo debe dar a conocer aquellos hechos o acontecimientos que sean relevantes y necesarios para el público.

“El periodista siempre selecciona. Vivimos omitiendo y es un mito porque parece que se así. El deber del periodista es seleccionar lo más importante, lo más relevante en esa selección. En la última línea está el último amor de Carolina de Winaco, porque es lo menos relevante para el público”.²⁵

La información como derecho también tiene otro límite que es la vida privada. Si bien habíamos señalado que existe la necesidad de conocer este aspecto cuando afecta el interés público y es relevante para mi desarrollo en la sociedad, no tengo que conocer, por ejemplo con quién duerme un famoso.

La gran parte de las informaciones de las revistas del corazón son elaboradas en base a rumores, por ello muchas veces puede caerse en una información no verdadera (inexactitud) o dañar la honra de las personas, por ejemplo dando a conocer su tendencia sexual que muchas veces no es relevante en la noticia.

En cuanto al tema del sensacionalismo, creemos que la prensa del corazón no lo es en el sentido amarillista. Sin embargo, puede incurrir en un sensacionalismo moderado, en el sentido de que destaca ciertos aspectos de la esfera privada que

²⁵ Comunicación personal con María José Lecaros.

umentan la curiosidad del lector y también trabaja con los colores para avivar los
textos.

Es por ello que es importante analizar caso a caso las revistas del corazón de
nuestro país con la perspectiva ética correspondiente.

SEGUNDA PARTE: LA PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE: UN DILEMA ÉTICO

CAPÍTULO II: ASPECTOS TEÓRICOS

En este capítulo nuestro objetivo central será reconocer y distinguir con los lectores los conceptos que tienen relación con nuestra actividad de la prensa del corazón, para haber dividido en cuatro los grandes temas de el concepto de lo público, el derecho a la información y la vida privada; el derecho a la información y la vida privada; el derecho a la información y la vida privada; el derecho a la información y la vida privada.

SEGUNDA PARTE: LA PRENSA DEL CORAZÓN EN

1. Conceptos de la prensa del corazón en Chile: UN DILEMA ETICO

El ser humano se desenvuelve ante los demás en tres esferas, que aunque relacionadas son bastante distintas: su vida pública, que es todo aquello de lo cual tiene conocimiento las personas libremente y que no es oculto o reservado a la vista del resto, como lo que ocurre en la calle, en una carretera, en el campo y en la playa.

Se entiende por lo público aquello que es conocido a todos y conocido por todos, en oposición a lo que es privadamente conocido. Por tanto a todo el pueblo y a toda la información se encuentra su sede propia. En cambio, el público es el sujeto de la información, es decir, su "alimento", por el cual ella justifica su existencia.

La vida privada, por otra parte, son las manifestaciones de nuestro propio "yo" que normalmente son ajenas al conocimiento de personas extrañas a nuestro círculo familiar, aquello que si es conocido por los demás nos produce pudor o vergüenza, aquello que no queremos que los otros sepan.

El ámbito de lo privado es aquello particular y personal de cada uno que se refiere a la existencia de las personas extrañas y que queda supeditado a la familia y a la intimidad de cada uno.

La vida privada es aquello que si es conocido por los demás nos produce pudor o vergüenza, aquello que no queremos que los otros sepan.

El ámbito de lo privado es aquello particular y personal de cada uno que se refiere a la existencia de las personas extrañas y que queda supeditado a la familia y a la intimidad de cada uno.

CAPÍTULO I: ASPECTOS TEÓRICOS

En este capítulo nuestro objetivo central será reconocer y definir cuáles son los aspectos éticos, que tienen relación con nuestro análisis de la prensa del corazón. Para ello, hemos dividido en cuatro los grandes temas: a) el concepto de lo público, lo privado y lo íntimo; b) derecho a la información v/s la vida privada; c) derecho al honor y a la honra de las personas y d) sensacionalismo e inexactitud informativa.

1. Concepto de lo Público, lo Privado y lo Intimo

El ser humano se desenvuelve ante los demás en tres esferas, que asemejan círculos concéntricos. Su vida pública, que es todo aquello de lo cual tienen conocimiento las personas libremente y que no es oculto u oscuro a la vista del resto, por ejemplo, lo que ocurre en la calle, en una carretera, en el campo y en la playa.

Se entiende por *lo público* aquello que es común a todos y conocido por todos, se diferencia de lo que es privadamente poseído. Pertenece a todo el pueblo y es donde la información encuentra su sede propia. En cambio, *el público* es el sujeto universal de información, es decir, su 'alimento' por el cual ella justifica su existencia.

La vida privada, por otra parte, son las manifestaciones de nuestro propio 'acontecer' que normalmente son ajenas al conocimiento de personas extrañas a nuestro núcleo familiar, aquello que si es conocido por los demás nos produce pudor o simplemente aquello que no queremos que los otros sepan.

El ámbito de lo privado es aquello particular y personal de cada uno que se ejecuta sin la mirada de las personas extrañas y que queda supeditado a la familia y

los amigos. Por ejemplo, las creencias religiosas, filosóficas y políticas; la vida sexual amorosa; aspectos embarazosos de la vida familiar; comportamientos que disminuirían la reputación; afecciones de salud que pudieran afectar la vida social o profesional; contenidos de comunicación de carácter personal; datos de la vida pasada que pudieran ser motivo de bochorno y, por último, el cumplimiento de funciones fisiológicas, momentos penosos o de extremo abatimiento.

"(...)El lugar puede ser reservado o privado (la morada, la propiedad privada) o público (la calle, la carretera, el campo, la playa, los locales públicos, etc.). Sin permiso del propietario titular del usufructo no es lícito, ni ética ni jurídicamente, accederlo, registrarlo o aprovecharlo con fines informativos por el procedimiento que

Los conceptos de lo público y lo privado han estado presentes desde Grecia hasta nuestros días, aunque la noción de privacidad tiene una historia más breve en el sentido a que alude a la zona donde el individuo se retira al abrigo de las invasiones del exterior.

"La noción de privacidad, traducción algo apresurada del término inglés 'privacy' y que no se corresponde exactamente ni con la vida privada ni con la intimidad, adquiere su sentido moderno durante la Reforma protestante. La recomendación luterana de la salvación con la fe conduce a los individuos a escutar

²⁶ Brajnovic, Luka. (1978) Deontología Periodística. Pamplona: Editorial Universidad de Navarra. Segunda Edición. Página 152.

las conciencias en el recogimiento privado: la escucha del fuero interno precisa soledad, aislamiento, privacidad".²⁷

Hoy al hablar de lo privado y lo público, equivale a decir libertad y orden. Lo primero está ligado a la arbitrariedad y a los impulsos incontrolados y lo segundo a normas y a la legislación. Lo público está sujeto a un férreo 'heterocontrol'; lo privado, en cambio, está en el aire de la incontrolada 'permisividad'. Por ello se deduce que la vida privada está como perdida de su interioridad y espíritu, por lo que se convierte fácilmente en lo superfluo, el confort y el consumismo. Es por eso que hoy puede ser ventilada tan fácilmente y que sus límites sean porosos.

"La privacidad necesita para existir y desarrollarse una relativa ausencia del control social, que puede presentarse bajo la forma de presión social de la comunidad local (chismorreos) o bajo el aspecto del totalitarismo estatal o institucional. Por otra parte, un cierto grado de privacidad es una condición necesaria para el florecimiento de la libertad".²⁸

Con la llegada del individualismo, la vida privada empieza a tener culto porque el tema de lo colectivo dejó de tener importancia. Sin embargo, el individualismo es un aspecto menos positivo que el tema de la privacidad, ya que el ser humano necesita de este espacio interior para desarrollar sus capacidades y no significa dejar de lado el interés por los demás.

²⁷ De Fontcuberta, Mar. (1990). *Op. Cit.* Página 2.

²⁸ Flaquer, Lluís. En: De Fontcuberta Mar. (1990). *Op. Cit.* Página 2.

El tema de lo privado comienza hoy a tener una importancia inusitada. Esto, porque ya no es importante lo que yo hago sino que siento al hacerlo. Los sentimientos que antes estaban dentro de la vida privada y que no traspasaban el ámbito público, se tornan de interés general.

Ahora el éxito no tendrá una dimensión objetiva sino personal: es la conciencia de la propia realización que se cumple no ya en el ámbito de la ocupación sino en el terreno de los afectos. Por ejemplo, ya no importa tener éxito en un trabajo determinado sino que tener una familia feliz, una pareja estable y unos hijos maravillosos.

Por último, nos encontramos con el 'centro', aquello que pertenece a nuestro interior: la intimidad.

"La palabra intimidad tiene su origen en el vocablo latino *intimus*, que es superlativo de *interus*, de *inter*, y significa la zona espiritual reservada de una persona, también de un grupo o de una familia(...) La intimidad se sitúa, pues, en el núcleo oculto de cada persona, donde se fraguan las decisiones más propias e intransferibles".²⁹

La intimidad es una realidad interior que no se comunica porque al hacerlo deja de ser tal. Por lo tanto, es un aspecto extrainformable de la persona porque al no ser comunicada es imposible de ser informada. Su esencia es ser íntima, inmaterial,

²⁹ Martí García, Miguel Angel. (1992) La Intimidad. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA). Páginas 20-21.

corpóreo y espiritual, constituye al hombre y por ello se le reconoce. Es su mundo íntimo: los pensamientos y actos más interiores.

De ahí su importancia y la necesidad de su resguardo y respeto por parte de todos. La intimidad se distingue de la vida privada ya que su realidad es inabarcable y es a su vez materia no noticiable, porque no es relevante para los demás en materia de información. La vida privada, en cambio, es conocida por nuestros más cercanos, por la gente a la cual le tenemos más confianza: amigos y familiares.

Que la intimidad es diferente a la vida privada corresponde a un hecho de la experiencia. Muchos personajes públicos están tan asediados por la prensa que casi no tienen vida privada, sin embargo les queda su mundo interior, su intimidad lo que jamás será conocido por los demás. "Se puede recortar el espacio de vida privada de una persona hasta el límite, hasta suprimirlo sin que se destruya la persona, le queda el refugio inaccesible de su intimidad; en cambio si se destruye la intimidad, la persona se volatiliza".³⁰

Dentro de este contexto, la prensa en general y específicamente la del corazón solo puede informar de la vida privada y pública y no así, de la intimidad por ser ésta una realidad no noticiable.

El límite entre ambas esferas ha sido cambiante a lo largo de los años, ya que este se ha tornado poroso de acuerdo a la época. Sin embargo, esto no quiere decir

³⁰ González Gaitano, Norberto. (1990) El Deber de Respeto a la Intimidad. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA). Página 45.

que lo privado haya dejado de serlo. Sigue manteniendo su condición, aunque se informe de sus temas.

1.1 Lo Privado, lo Público y la Intimidad en la Prensa del Corazón

Al pasar lo privado a ser un tema de interés general se empieza a informar sobre ello. Es allí donde la prensa del corazón encuentra su espacio. La prensa de información general, por ejemplo, se preocupa de la Reina Isabel de Inglaterra en cuanto a su papel en el Estado británico. La del corazón, por su parte, se interesa por ella en su aspecto emocional y su vida personal, a lo que, generalmente, el público tiene acceso.

No toda la información sobre la vida privada viene de parte del medio también hay quienes la entregan. "Aquellos que frenéticamente entregan su vida a la 'fama' o a las llamadas del espectáculo, que viven de la popularidad-, los que se emborrachan de ejercer un 'protagonismo de notoriedad pública' –que viven de la política y para la política- hacen una transferencia voluntaria de lo privado a lo público".³¹

Sin embargo, aunque en un determinado momento se entregue la vida a conocimiento público esto no quiere decir que sea un acto fundante y que se deje de tener siempre de tener vida privada. No obstante, cuando ya he donado una parte de mi privacidad públicamente, no puedo reclamar por ese acto.

³¹ Vázquez Fernández, Francisco (1991). Ética y Deontología de la Información. Madrid:

Si le ‘robamos’ a alguien su intimidad, la degradamos y destruimos en ‘toda su conciencia personal’, aquí radica la radical malicia del informador que se transforma en espía al perseguir los aspectos privados de los personajes populares.

“Respetar la intimidad de las personas es un ‘deber absoluto’ y de obligado cumplimiento para todo informador. Porque la intimidad representa un valor ético fundamental, que, una vez invadido se pierde irremediablemente. Se trata de un hurto sin devolución”.³²

En este sentido, es la prensa del corazón la más proclive a desdibujar los límites de las tres esferas de la dimensión humana: intimidad, privacidad y vida pública. Por lo tanto, puede caer fácilmente a la invasión de la vida privada y a lesionar a la persona. Por ejemplo, la información sobre la vida de Ema Pinto (caso ‘Degollada’) de la revista *CARAS* n° 271 y el artículo de *COSAS* (n° 515), donde aparece una nota de portada sobre Wallis Simpson, duquesa de Windsor, (esposa de Eduardo VIII de Inglaterra) donde se señala que era hombre.

³² Vázquez Fernández, Francisco (1991) *Op.Cit.* Página 254

Derecho a la Información v/s Vida privada

El Derecho a la Información y la vida privada de las personas, muchas veces, se enfrentan en el sentido de que el derecho a la información significa que las personas deben conocer la realidad y el profesional de la información debe entregarle lo que es suyo. Sin embargo, el hombre no tiene derecho a conocerlo todo. Es en este aspecto donde entra en juego la vida privada.

Siendo el derecho a la información un derecho básico de las personas no puede ser tomado a la ligera. Es a la vez, derecho y deber. Entendemos por informar para conocer hechos, acontecimientos, situaciones que ocurren en nuestro alrededor que no afecten el honor de las personas.

El periodista debe informar porque las personas tienen derecho a ello. Esto hace que su labor sea extremadamente importante y delicada, además de ser un acto de justicia pues se le está dando a cada uno lo suyo. Por eso, muchos autores afirman, que el periodista es un puente que acerca a las personas a la realidad, aumentando así su conocimiento y a la vez, haciéndolos más libres para elegir en sociedad.

La información es un aspecto consustancial al hombre, sin ella es incapaz de ir a conocer por sí solo el mundo que lo rodea. Además, le permite actuar libremente y desarrollarse de manera integral. "Información social es la acción y resultado de inquirir, recolectar, elaborar, transmitir y recibir la imagen procesada de un hecho real comprobable, situado en el tiempo y en el espacio, que implique

alguna modificación de interés para la vida social y que posibilite a los seres humanos actuar o modificar su actuar, sentir u opinar libremente".³³

Por derecho a la información entendemos que el hombre tiene la potestad de conocer la realidad porque le pertenece y la información no hace más que resolverse cuando la persona, por algún motivo, no ha accedido a ella.

Luka Brajnovic aborda este aspecto desde una doble perspectiva: como privilegio individual y como requerimiento social. En su obra *Deontología Periodística*, anteriormente citada, el derecho a la información es un privilegio individual porque no todas las personas tienen derecho a toda clase de información. Por ejemplo, lo que debe saber un médico sobre un enfermo. "Es un requerimiento social, en cambio, cuando se trata de una información necesaria para todos o para muchos, cuando el interés por ella esta justificado o cuando se refiere a la libertad de expresión".

El derecho a la información tiene tres características fundamentales. En primer lugar, tiene un titular universal, es decir, toda persona es titular de este derecho: tiene quien lo recibe (el público) y quien lo ejerce (los profesionales de la información). Sin embargo, en la información, el hombre no es afectado aislada o personalmente considerado sino en su dimensión social o comunitaria.

La segunda característica esta dada por su mismo objeto: la información. Ello porque tiene una doble vertiente, ya sea como actuación informativa o como mensaje

³³ Pellegrini, Silvia. (1989). *Políticas de Información*. Santiago: Colección "Actualidad e Información". Pontificia Universidad Católica de Chile. Página 75.

producto de tal actuación. La tercera le viene dada por su contenido: las facultades de investigar, recibir y difundir, que pueden ejercitarse separada o conjuntamente.

2.1 ¿Por qué informar? y ¿Para qué informar?

Por sus propias características el hombre está limitado al no poder conocer todo lo que le rodea. Por ello, necesita de la información que le permita tener un conocimiento del mundo que le pertenece. El periodista es el intermediario que entrega esta información de manera oportuna y objetiva.

A través de la información el hombre ha pasado a ser ciudadano del mundo, porque participa y es testigo de los acontecimientos más remotos de la humanidad. Sin embargo, no toda la realidad puede ser informada. "Si una realidad es irrelevante o ya sabido o sólo satisface una curiosidad malsana, o es repetitiva, coopera a la desinformación y no constituye lo suyo de la persona. Por lo tanto, no debiera ser noticia. Es una injusticia que no sea información".³⁴

Como ya hemos dicho, la materia de información es la realidad y ésta se refiere a la *realidad noticiable*, que son los hechos reales sucedidos en un tiempo y un espacio determinado. La transmisión de ella debe tener los siguientes elementos: exactitud, veracidad, relevancia e interés público.

Es por ello, que es fundamental que el periodista respete los límites establecidos como básicos al momento de informar. El honor, la vida privada, la

³⁴ Lecaros, María José. (1989). Ética Periodística. Santiago: Colección "Actualidad e Información, Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Página 75

Intimidad deben anteponerse ante cualquier interés personal del informador o frente a presiones externas.

La labor del periodista es informar, entretener pero también formar y orientar al público. El informador se debe al bien común en general y por lo tanto debe actuar con contenido ético y responsabilidad.

La información es un derecho natural del ser humano, que le permite desarrollarse en la sociedad y que lo dignifica como persona, es por ello que debe siempre estar informado y de allí que se delega este derecho al periodista, pasando a ser social, por medio del cual le entrega a la persona eso que le pertenece.

Uno de los aspectos principales de los códigos de ética periodística es el tema de la vida privada. En la mayoría de ellos esta claramente señalado que no pueden existir intromisiones en la vida privada de las personas, por el sólo hecho de satisfacer curiosidad.³⁵

Sin embargo, hay excepciones a esta regla. Se puede informar del comportamiento privado de la persona cuando ésta afecta el Bien Común y es allí, donde se comprende por qué el público tiene derecho a estar informado. Así como lo señala el proyecto de ley de prensa, donde sólo se admite informar sobre la vida privada cuando sea en casos de corrupción y narcotráfico. Un ejemplo de ello puede

³⁵ Véase: Blázquez, Niceto. *Op. Cit.*; Molina, Jorge, Rozas, Eliana y Desantes, José María.

(1992). *Los Medios de Comunicación Social y el Derecho a la Intimidad y a la Vida Privada*. Revista Centro de Estudios Públicos (CEP). N° 46.

los regalos recibidos por un funcionario público de parte de alguna empresa que quiera obtener de él una información privilegiada.

“La inmensa mayoría de las decisiones éticas que han de tomar los profesionales de la información moderna tienen algo o mucho que ver con el respeto a la violación del derecho a la vida privada y la intimidad, que son límites naturales y reconocidos por la mayoría de los ordenamientos jurídicos”.³⁶

Ante la invasión a la vida privada de un personaje público hay una responsabilidad compartida. Se puede afirmar que el medio de comunicación es el principal responsable de esta intromisión ya que le corresponde seleccionar los temas a informar. Pero, muchas veces, es la misma persona la que quiere dar a conocer su vida privada, esto no es una invasión porque hay consentimiento.

Si una persona infringe o no respeta su propio espacio de privacidad, será muy difícil que respete la del otro y así, poco a poco, se van borrando los límites de lo que es la vida privada. Por esta razón, hoy en día es casi habitual ver en las portadas de las revistas escándalos sexuales, divorcios, nuevas parejas, etc. temas que antes correspondían al ámbito de lo privado y por lo tanto no se informaban.

En una sociedad donde el progreso tecnológico nos ha permitido tener acceso a gran cantidad de información, las personas creen que pueden conocerlo todo. Todos tienen derecho a conocerlo todo. Pero éste es un eslogan falso, característico de una época falsa. Las personas tienen el derecho a no conocer, y es un derecho

³⁶ Blazquez, Niceto. (1994) Ética y Medios de Comunicación. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos. Página 261.

mucho más valioso: el derecho a no tener las almas divinas atiborradas de chismes, necesidades y palabras vanas. Una persona que trabaja y lleva una vida interesante, no necesita este flujo excesivo de información".³⁷

³⁷ Solzhenitsyn, Alexander. Discurso en la Universidad de Harvard: En Mac Hale, Tomás (editor) (1988). Libertad de Expresión, Ética Periodística y Desinformación. Santiago: Centro de Estudios de la Prensa, Facultad de Letras, Pontificia Universidad Católica de Chile. Página 108.

3. Derecho al Honor y a la Honra de las Personas

Dentro de los bienes fundamentales del hombre, se encuentran el honor y la honra. El honor es parte de la esencia humana, ya que todos por el sólo hecho de existir lo tenemos. La honra, en cambio es accidental pues a lo largo de nuestra vida podemos ser deshonrados. Ambos pertenecen a los bienes de la personalidad.

El honor y la honra son atributos de la dignidad moral de la persona. Honor y honra son dos conceptos distintos, pero atañen al individuo. Cuando el honor se hace público se habla de honra.

Se entiende por honor, en la definición de María José Lecaros, aquél valor de la persona por el sólo hecho de ser tal y es igual para todos y no puede ser arrebatado por la información sin producir una grave injusticia. Para Carlos Soria, en cambio, el honor tiene dos niveles: como crédito moral y como proyección de la virtud.

Como crédito moral, el honor es inherente a la naturaleza humana que hace posible la sociabilidad del hombre, es decir, le permite vivir en sociedad, “es imprescriptible e inamisible (que no se puede perder), como lo es la dignidad ontológica del hombre de la cual procede”.

El honor en su segunda acepción, tal como aparece en el diccionario de la Real Academia Española significa: “Gloria o buena reputación que sigue a la virtud, al mérito o a las acciones heroicas, la cual trasciende a las familias, personas y acciones mismas de las que se granjea”.

“(…) Si el fundamento del honor se relaciona con la naturaleza humana, y esta naturaleza es común a todos y a cada uno de los hombres, los hombres todos tienen

ambuido un derecho al honor con una textura y contextura semejantes(...) No significa, sin embargo que todos los hombres tengan un derecho al honor *cuantitativamente igual*".³⁸

Todos tenemos, por lo tanto, un honor desigual de acuerdo a nuestro comportamiento moral a lo largo de nuestra vida. Hemos nacido con el mismo honor, pero nuestro actuar lo distinguirá de los otros.

Si bien es cierto que el honor tiene una dimensión personal y es común a todos, en un momento se da a conocer al plano social, donde los otros lo descubren, *esto* es lo que conocemos por honra. "(...)es la valoración social adecuada del honor de una persona. Por axioma es siempre un juicio valorativo bueno, una buena opinión a través de la cual se cumple un deber de justicia: se emite un juicio valorativo bueno porque así lo pide la realidad del honor ajeno".³⁹

El derecho a la honra, implica tratar al otro con respeto y reconocer su honor personal. De ahí la diferencia con la fama y la reputación, donde se da una opinión de los demás que puede ser buena o mal, fundada o infundada. Lo que se protege es la honra y no el honor, de ahí que las legislaciones la salvaguarde con la tipificación de los delitos de injuria y calumnia.

El derecho a la información se relaciona con el derecho a la honra, donde este último cumple un papel configurador y no limitante, es decir, que uno puede

³⁸ Soria, Carlos. (1981) Derecho a la Información y Derecho a la Honra. Barcelona: Editorial A.T.E. Página 13.

³⁹ Soria, Carlos. Op. Cit. Página 24.

informar todo aquello que no atente a la honra. Esta adecuación entre información y honra se asemeja entre la que existe entre información y verdad. No se puede informar aquello que no es verdadero, por lo tanto, tampoco se puede informar aquello que atenta contra la honra de las personas.

Muchas veces al informar en las revistas del corazón se atenta contra la honra de las personas. Es un hecho muy grave, sin embargo sólo al afectado le cabe la posibilidad de defenderse mediante una querrela o con la *exceptio veritatis*, que es la prueba de la verdad, pero es muy difícil llegar a probar los hechos afirmados. Por ello muchos autores señalan que el derecho a la honra no tiene la misma calidad que el derecho a la vida privada, aunque faltar a la honra sea más grave. Además de deshonrar al afectado, le implica pérdida de tiempo, dinero y escándalos que muchas veces no se está dispuesto a afrontar, sin perjuicio de que ya esté deshonrado.

4. Sensacionalismo e Inexactitud Informativa

Existen otras faltas a la ética periodística, además de las anteriormente mencionadas: el sensacionalismo y la inexactitud informativa.

El primero nació en la década de 1830⁴², una vez que la prensa ideológica ganó fuerza. Así se dio paso a la prensa popular que introdujo la gráfica en abundancia, aumentó el tamaño del formato y utilizó distintos recursos tipográficos logrando un lenguaje más claro, acompañado del color.

El término sensacionalismo de acuerdo al diccionario de la Real Academia de Lengua Española, se define como “tendencia a producir sensaciones, emoción en el ánimo, con noticias, sucesos, etc.”.

Para Luka Brajnovic, el sensacionalismo es entendido como una “exageración del valor informativo de la noticia, sin que esto quiera decir que existe una falta total de la verdad del hecho noticiable”.⁴³

⁴² En esa década, surge un nuevo tipo de publicaciones barata y popular que revoluciona el mundo del periodismo, llamado “*penny press*”, que por su contenido dará lugar al nacimiento del sensacionalismo moderno. “El 3 de septiembre de 1833, nació *The New York Sun* (...) Su precio era un centavo (penny), frente a los seis centavos que solían costar los periódicos de aquél entonces. Su especialidad eran las noticias de ‘interés humano’; trataba la información política en un lenguaje cómico; caía abiertamente en el sensacionalismo”. En: Pizarroso, Alejandro y Rivera Julia.

⁴³ Brajnovic, Luka. Op. Cit. Página 145.

Para Niceto Blázquez, es una exageración intencionada, aunque de fondo es la verdad. “La exageración se dirige otras veces a exaltar irracionalmente sensaciones preseleccionadas, llamando la atención mediante efectos técnicos sobre algún aspecto determinado, pero sin ocultar otro. Lo éticamente insoportable de la exageración informativa es que se pretenda despertar en el lector o espectador sentimientos infraculturales e inframorales adulterando la verdad objetiva de las cosas de los acontecimientos”.⁴²

Este ‘campo magnético’, como lo llama Luka Brajnovic, puede ser entendido de dos maneras: sensacionalismo de fondo y sensacionalismo formal.

En el sensacionalismo de fondo, encontramos una exaltación de las pasiones y de los intereses menos nobles de los lectores, aunque en apariencia externa no sea sensacionalista. Para muchos autores este tipo es el más condenable, pues su fin no es informativo. Brajnovic, denomina a éste como sensacionalismo exagerado, “Todo sensacionalismo que excite las pasiones o provoque la curiosidad morbosa, es inmoral y, por tanto, opuesto a la deontología periodística”.⁴³

En tanto, el formal es una presentación externa con grandes letras, colores vivos, exceso de imágenes, titulares más emocionales que racionales con el sólo objeto de llamar la atención del lector, que generalmente al leer el artículo se encuentra con que ha sido engañado. “El sensacionalismo es una deformación

⁴² Blázquez, Niceto. Op. Cit. Página 50.

⁴³ Brajnovic, Luka. Op. Cit. Página 147.

interesada de la noticia, implica manipulación y engaño y, por lo tanto, burla la buena fe del público".⁴⁴

Esta forma de hacer periodismo actúa como una evasión sacando al público lector de la realidad misma y faltando a la verdad, confundiendo realidad y ficción.

María José Lecaros, distingue una tercera forma de sensacionalismo *solapado*, que se encuentra en las revistas, la radio y la televisión y que es más complejo de evaluar éticamente, que en sí no tiene nada de negativo, pero de todas maneras deforma y desvía el valor informativo. "(...) se privilegia la emoción de 'estar en el lugar donde los hechos suceden' por sobre la realidad de 'saber' que es lo que está sucediendo. Es una forma más sofisticada de evasión donde las noticias –la realidad– se transforman en un *show* que le asegura al público un rol protagónico".⁴⁵

Además del sensacionalismo, existe otra falta a la ética que corresponde a la inexactitud informativa. Inexactitud no significa necesariamente falsedad, es adaptar cualquier tipo de información de acuerdo a necesidades o intereses propios. Además, aleja de la objetividad, a la cuál todo periodista debe tender.

Una grave consecuencia de la inexactitud, es que el público al recibir esta información tiende a sacar conclusiones apresuradas, adopta la postura de juez severo y está completamente desorientado de lo que es la verdadera información. Por ello, el periodista falta a su principal deber que es orientar.

⁴⁴ Herrán, María Teresa y Restrepo, Javier Darío. (1991) Ética para Periodistas. Bogotá: Nuevo Mundo Editores. Página 151.

⁴⁵ Lecaros, María José. Op. Cit. Página 126.

"No es suficiente manejar una pluma o hablar desde una tribuna a un público

puesto a escucharnos para creer que tenemos derecho a decirlo todo y escribirlo

(L) La libertad de prensa no es una libertad absoluta, es una libertad

funcional, es decir, va ligada con la realización de una función social, que es la

información" (Luis Robinet, París)⁴⁶

⁴⁶ Periodismo y Ética, Segundo Encuentro Internacional de PGLA (Programa de Graduados Iberoamericanos) 1985, Ercilla SA. Página 73.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA PRENSA DEL CORAZÓN EN CHILE

En este capítulo, nos abocaremos a analizar el fenómeno de la prensa del corazón en Chile. Dejaremos atrás la parte teórica e iniciaremos el estudio empírico de este tipo de prensa. Para llevar a cabo esta investigación observaremos diversos artículos tomados de las tres revistas COSAS, CARAS, VEA elegidas para realizar nuestro estudio.

Para efectuar el análisis de esta sección, hemos tomado en cuenta los temas recurrentes tratados por las revistas del corazón en Chile: matrimonios, embarazos y nacimientos, nuevas parejas, divorcios y separaciones, nuevos trabajos y dramas. Agregamos además el ítem varios para incluir todos aquellos reportajes que no se marcan en las categorías ya mencionadas.

Además de lo anteriormente señalado, trataremos los personajes más recurrentes de estas revistas, los grandes impactos noticiosos y el enfoque de las portadas.

Hemos considerado necesario realizar este tipo de estudio ya que es importante justificar nuestra hipótesis de trabajo. Para ello hicimos una selección de revistas, tomando como criterio la antigüedad de cada una. Por ello analizamos COSAS en mayor cantidad por su año de nacimiento (1976) que las otras que son relativamente más recientes. (CARAS 1989 y VEA 1994).

1. Tratamiento Periodístico de los Temas más Recurrentes

a) Matrimonios: En este tópico observamos que todas las revistas hacen eco de este tema. En ocasiones las bodas son cubiertas ampliamente, generalmente corresponden a algún personaje nacional que ha dado consentimiento para ello, o puede tratarse de uno internacional cuyo matrimonio fue cubierto en su país de origen, cuyo acontecimiento genera interés en Chile. Se relatan todos los episodios que comprende la ceremonia, desde los preparativos en cada una de las casas hasta que los novios parten a la luna de miel. Por ejemplo los regalos recibidos, el brindis de los novios, los invitados que asisten al evento, el corte de la torta, el menú y el clásico lanzamiento del ramo de la novia. Ejemplo de ellos son los matrimonios de Marcelo Salas y Carolina Messen (COSAS n° 529/ 1997 y CARAS n° 229/ 1997), Cecilia Bolocco y Michael Young (VEA n° 2640/ 1990), Cristina de Borbón e Iñaki Urdangarín (CARAS n° 249/ 1997), José Luis Rodríguez y Carolina Rodríguez (COSAS n° 515/ 1996), Alexandra Manley y Joaquín de Dinamarca (COSAS n° 501/ 1995), John Kennedy jr. y Carolyn Bessette (COSAS n°522/ 1996), Angela Contreras y Roy Burns (COSAS n°533/ 1997), Valeria Mazza y Alejandro Gravier (COSAS n° 565/ 1998), Eugenia Martínez de Irujo y Francisco Rivera Ordóñez (COSAS n° 577/ 1998), Carolina de Mónaco y Ernst de Hannover (CARAS, edición extraordinaria 29/01/99), Magdalena Frei y Edmundo Pérez (CARAS n° 282/ 1999).

También existen otros matrimonios que, si bien, no son cubiertos con la amplitud de los anteriores, son mencionados en la revista porque el personaje que lo protagoniza es relevante. Por ejemplo Melanie Griffith y Antonio Banderas (CARAS

nº 212/ 1996), Fernando Vergara y Gabriela Zambrano (VEA nº 2816/ 1998), Stephen Hawking y Elaine Mason (COSAS nº 497/ 1995), Marilú Cuevas y Juan Carlos Botti (VEA nº 2820/ 1998), Brooke Shields y Andre Agassi (COSAS nº 538/ 1997), Isabel Santorius y Javier Soto (COSAS nº 533/ 1997), Ivana Trump y Riccardo Mazzuchelli (COSAS nº 501/ 1995), Jaime Martínez-Bordiú y Nuria March (COSAS nº 501/ 1995), Billy Hamilton y Angie Everhart (COSAS nº 528/ 1996).

En cuanto a los titulares, en general, se hace un llamado en la portada cuando la relevancia del hecho lo amerita. En otras ocasiones se nombra en el índice y pocas veces tiene más de una o dos páginas. La mayoría de las veces se trata de artículos que contienen gran cantidad de fotografías y el texto es sólo un apoyo a las imágenes.

Para relatar el hecho, a parte de consignarlo se relata la historia de los novios, sus romances anteriores, sus matrimonios pasados (si los hubo), algunos escándalos protagonizados por alguno de ellos, el precio del vestido de novia o algún detalle más o menos 'jugoso' para adornar la información.

Cabe consignar además un caso de boda 'especial' que fue tratado por la revista COSAS en el número 563 de 1998, es el matrimonio de dos actrices de Hollywood que poco antes habían confesado su lesbianismo. La noticia fue recogida por el periódico 'Express of London', donde se señala que Ellen Degeneres y Anne Heche, habrían unido oficialmente sus vidas en una ceremonia privada.

Los matrimonios de los personajes extranjeros generalmente son obtenidos por medio de agencias noticiosas y publicaciones extranjeras.⁴⁹

b) Divorcios y Separaciones: El tema es tratado de distinta manera cuando se trata de una ruptura sentimental o un divorcio propiamente tal. En general este asunto es uno de los más abordados por las revistas del corazón. Se acompaña, en ambos casos, con una foto de la ex pareja y se detallan las hipótesis de la ruptura.

En el caso de los divorcios, se hace eco de las informaciones recibidas en general por las agencias noticiosas, generalmente toman un ribete de escándalo por las razones de la separación: infidelidades de uno o ambos cónyuges, inestabilidad de la pareja, maltrato o agresiones, etc.

Además de las razones del divorcio, se detalla la división de bienes de la pareja, cuánto dinero hay de por medio, la custodia de los hijos y los acuerdos comerciales firmados por ellos.

Ejemplo de divorcios famosos: Ernst de Hannover y Chantal de Hannover (COSAS n° 548/ 1997), Joanne Whaley y Val Kilmer (COSAS n° 536/ 1997), Estefanía de Mónaco y Daniel Ducruet (COSAS n° 521/ 1996), Michael Jackson y Lisa Marie

⁴⁹ COSAS: EFE, Europa Press, Gamma Press, Angeli, Mondadori Press, Sipa Press, Camera Press, Serpesa S.A. Tiene derechos sobre las siguientes publicaciones extranjeras: Newsweek, Paris Match, Gente, Noticias, Tribuna de Actualidad y Lecturas.

CARAS: Internet y Agencia SYGMA. También se apoya en las publicaciones extranjeras.

VEA: Kactus Foto, Fotobanco, Camera Press, Europa Press, The Image Bank.

Lesley (COSAS n° 507/ 1996), Marta Chavarri y Alberto Cortina (COSAS n° 495/ 1995), Marla Maples y Donald Trump (COSAS n° 538/ 1997), Elizabeth Taylor y Larry Fortensky (COSAS n° 495/ 1995), Chabeli Iglesias y Ricardo Bofill (COSAS, n° 533/ 1997), Diana de Gales y Carlos de Inglaterra (CARAS n°212/ 1996), Jerry Hall y Mick Jagger (COSAS n° 524/ 1996).

Revista COSAS, en su número 501 de diciembre de 1995, sacó además una lista con los divorcios del año de aquellas parejas que parecían perfectas pero que rompieron definitivamente, acompañado con una foto de ellos cuando estaban juntos: Michael Douglas y Diandra Douglas, Julia Roberts y Lyle Lovett, Olivia Newton John y Matt Lattanzi, Richard Gere y Cindy Crawford, Don Johnson y Melanie Griffith, Kevin Costner y Cindy Silva, Phil Collins y Jill Collins.

En cuanto a las rupturas sentimentales de parejas no casadas generalmente esta información nace de un rumor generando así un suceso de noticias posteriores ya que estas son confirmados y suelen darse por hecho cuando uno de los afectados aparece con otra persona. Al igual que los anteriores, cuentan todos los detalles de la separación y las suposiciones de ésta, elaborando muchas veces hipótesis del por qué de la separación. También van acompañados de fotos de los afectados.

Ejemplo de estas rupturas: Carolina de Mónaco y Vicent Lindon (CARAS n° 217/ 1996), Johnny Depp y Kate Moss (COSAS n° 500/ 1995), Andrea Tessa y Cesar Romo Santis (CARAS n° 219/ 1996), Helena Christensen y Michael Hutchence (COSAS n°497/ 1995), Savka Pollack y José Ramón Martínez (VEA n° 2820/ 1998), Liam Gallagher y Patsy Kensit (COSAS n° 563/ 1998), Estefanía de Mónaco y Jean

Raymond Gottlieb (COSAS n° 577/ 1998), Daniella Campos e Iván Zamorano (CARAS n° 271/ 1998).

c) Embarazos y Nacimientos: En estos casos se consigna el hecho cuando la protagonista cuenta que está esperando un hijo o que lo dé a conocer frente a las cámaras. En el caso de los personajes extranjeros, generalmente esto sale a la luz por un rumor o una foto a distancia que grafica el embarazo de ese personaje popular. Se detalla el nombre elegido para el bebé, la habitación que tendrá, cuántos kilos ha ganado la madre, si le ha costado quedar embarazada, relación con el padre de la cría (en el caso que sea madre soltera).

En algunas ocasiones hay embarazos considerados 'no normales' para el ojo de la revista por ejemplo vía inseminación artificial, en el caso de Jodie Foster aunque este 'chisme' no ha sido confirmado hasta el momento. También hay algunos que se dan por hecho y que luego son desmentidos como embarazo de Sharon Stone (CARAS, n° 274/ 1998).

Ejemplo de embarazos de famosos: Myriam Hernández (CARAS n° 170/ 1994), Raquel Argandoña (CARAS n° 224/ 1996), Stephanie Seymour (CARAS, Edición Extraordinaria 16 de septiembre de 1996), Madonna (CARAS n° 222/ 1996), Andrea Molina (VEA n° 2826/ 1999), Valeria Mazza (VEA n° 2826/ 1999), Miranda Lambert (CARAS n° 271/ 1998), Jemima Khan (COSAS n° 515/ 1996), Demi Moore (COSAS n° 531/ 1997), Infanta Elena de España (COSAS n° 563/ 1998), Cindy Crawford (COSAS n° 583/ 1999), Carolina de Mónaco (COSAS n° 583/ 1999), Xuxa (COSAS n° 565/ 1998), Uma Thurman (COSAS n° 565/ 1998).

En cuanto a los nacimientos, generalmente se muestra a la madre mostrando con su hijo a la salida del hospital o en su casa en una entrevista previamente acordada. Se detalla el día y la hora en que nació el bebé, el sexo, cuántos kilos pesó, en qué clínica nació, la felicidad de los padres, etc. Ejemplo de esto: El nacimiento de Isabella Robinson Frei, primera nieta del Presidente de la República de Chile (CARAS n° 202/ 1996);el primogénito de Lady Sarah (sobrina de la Reina Isabel de Inglaterra) y Daniel Chatto (CARAS n° 219/ 1996); el primer nieto de los reyes de España, Felipe Juan Froilán de Todos los Santos, hijo de la Infanta Elena (COSAS n° 570/ 1998); Isabella, la hija de la cantante Xuxa (CARAS n° 270/ 1998); Prince Michael Junior, hijo de Michael Jackson (COSAS n° 535/ 1997); Lucas, hijo de Jaqueline Pinochet (COSAS n° 521/ 1996), Solimán, hijo del líder paquistaní Imran Khan y Jemima Khan (COSAS n° 521/ 1996); Stella del Carmen, hija de Antonio Banderas y Melanie Griffith (COSAS n° 522/ 1996); Sistine Rose, hija de Sylvester Stallone y Jennifer Flavin (COSAS n° 570/ 1998); Lourdes María, hija de Madonna y Carlos León (COSAS n° 538/ 1997).

d) Nuevas Parejas: Este es uno de los temas más conflictivos tratados por estas revistas, en el sentido de que siempre las informaciones se basan en rumores o especulaciones surgidas muchas veces de fotos tomadas con teleobjetivo de la pareja en actitud romántica, lo que da pie a creer que hay algún tipo de relación entre ellos, como el caso de los personajes populares internacionales.

En cuanto a los personajes chilenos, se especula porque se ha visto a la pareja caminando en algún restaurante o en lugares públicos, lo que da pie a un rumor que se eco en los medios. Sin embargo, pocas veces es confirmado por los

protagonistas, aduciendo al resguardo de la vida privada dando lugar a un hecho más entendido en el tiempo, por ejemplo el supuesto romance de Cecilia Bolocco y Keko Lange en CARAS número 283 (1999), el romance de Ivette Vergara y Fernando Solabarrieta en VEA número 2822 (1998), etc.

No sólo surgen hipótesis sobre las supuestas relaciones sino que también se imagina el matrimonio entre ambos y sus posibles consecuencias, un ejemplo de ello es el artículo de COSAS en el número 500 donde se da a conocer la última novia del príncipe Felipe de Asturias, la norteamericana Gigi Howard. Se acompaña con fotos de la pareja, se realiza un perfil de él o ella y cómo se conocieron y los lugares secretos donde se encontraban para huir de la prensa.

Ejemplos de nuevas parejas: Sophie Rhys Jones y Eduardo de Inglaterra (CARAS n°170/ 1994), Gwyneth Paltrow y Brad Pitt (CARAS n° 222/ 1996), Marcelo Ríos y Patricia Larraín (CARAS n° 212/ 1996), Eva Herzigova y Leonardo Di Caprio (VEA n° 2817/ 1998), Miguel Bosé y Rebeca de Alba (VEA n° 2821/ 1998), Yulissa Ceballos Pino y Giancarlo Petaccia (VEA n° 2821/ 1998), Carla Ochoa y Miguel Piñera (VEA n° 2820/ 1998), Iván Zamorano y Marina Doderó (COSAS n° 497/ 1995), Fernando Solabarrieta e Ivette Vergara (VEA n° 2822/ 1998), Carolina de Mónaco y Jean-Claude Boitel (COSAS n° 495/ 1995), Julia Roberts y Mel Gibson (COSAS n° 538/ 1997), Luciano Pavarotti y Nicolletta Mantovani (COSAS n° 495/ 1995), Infanta Cristina de España e Iñaki Urdangarín (COSAS n° 538/ 1997), Sharon Stone y Michelangelo Ferrera (COSAS n° 521/ 1996), Richard Gere y Laura Bailey (COSAS n° 521/ 1996), Carolina de Mónaco y Ernst de Hannover (COSAS n° 543/ 1997), Sebastián Rozental y Loreto Encina (COSAS n° 532/ 1997), Ethan Hawke y Uma Thurman (COSAS n°

1997), Cindy Crawford y Rande Gerber (COSAS n° 535/ 1997), Felipe de
Borbón y Catalina de Austria (COSAS n° 563/ 1998), Alberto de Mónaco y Angie
Berhart (COSAS n° 563/ 1998), Marcelo Ríos y Juliana (COSAS edición
extraordinaria 16 de septiembre 1998), Matt Damon y Winona Ryder (COSAS n°
577/ 1998), Gwyneth Paltrow y Ben Affleck (COSAS n° 577/ 1998).

e) Nuevos Trabajos: Este tema se refiere específicamente a los personajes
chilenos. Puede ser que se trate de actores y actrices que inician una nueva teleserie y
con ese motivo se les entrevista. También pueden ser animadores de televisión que
están suscitando interés. O, simplemente personas del ámbito chileno que hacen
fama por su actividad y que se aprovecha de dar a conocer su vida anterior. De ahí
que en las notas o artículos se señalen con detalle todos los aspectos personales,
desde quiénes son sus padres, sus relaciones sentimentales, sus proyectos de trabajo a
futuro, sus grandes pérdidas o temas de tipo polémico como por ejemplo la
sexualidad, la muerte, las drogas, etc.

Estos reportajes siempre van acompañados de grandes imágenes del personaje,
en poses poco naturales, con un vestuario sugerente en algunos casos o encarnando
al personaje de la teleserie que está protagonizando. Además se acompaña de un
cuerpo tentador para el lector donde se resume la frase más representativa de la
entrevista o nota realizada.

Muestra de lo afirmado es por ejemplo: Clara Szaczaranski, con motivo de su
incorporación al Consejo de Defensa del Estado (CARAS n° 170/ 1994); Angélica
Castro, por su incorporación a la animación en televisión (COSAS n° 500/ 1995);
Lorely Bacarreza, por su incorporación al Area Deportiva de canal 13 (CARAS, n°

1996); Leonor Varela, por su papel en la teleserie Tic-Tac de TVN (CARAS n° 214/ 1997); Juan Carlos Valdivia, por su vuelta a las pantallas de televisión (VEA n° 216/ 1998); Raúl Alcaíno, por su alejamiento de la televisión (CARAS n° 224/ 1996); Julián de la Fuente, por su partida a Hollywood a protagonizar una serie latina (VEA n° 217/ 1998); Karen Doggenweiler, por su éxito como animadora de TVN (CARAS n° 210/ 1998); Katherine Salosny, por su debut como actriz en Borrón y Cuenta Nueva de TVN (VEA n° 2817/ 1998); Angela Contreras, por su vuelta a las teleseries (CARAS n° 281/ 1999); Paulina Nin de Cardona, por su alejamiento de TVN y su incorporación a canal 13 (CARAS n° 282/ 1999); Pilar Cox, por su nuevo programa en Radio Zero (CARAS n° 282/ 1999); Aline Kuppenheim, por su papel en Eclipse de canal 13 (COSAS n° 528/ 1996); Marcela Vacarreza, por su trabajo en La Red (COSAS n° 531/ 1997); Patricia Larraín, por su incursión en las pantallas de la televisión (COSAS n° 531/ 1997); Andrea Molina, por su papel en Los Secretos de TVN (COSAS n° 565/ 1998); Consuelo Saavedra, por su incorporación a Medianoche en TVN (COSAS n° 563/ 1998); Carolina Fadic, por su papel en la serie Oro Verde de TVN (COSAS n° 538/ 1997); Rafael Araneda por su nuevo programa en TVN (VEA n° 2826/ 1999).

En algunas ocasiones se dan a conocer los nuevos trabajos de personajes internacionales, pero como pretexto para contar nuevos detalles de su vida personal, como de esto: Valeria Mazza, por la filmación de un comercial en Valle Nevado (CARAS n° 219/ 1996); Cher, por su nuevo disco *It's a man's world* (COSAS n° 500/ 1995); Lisa Marie Presley, por su trabajo como modelo de Gianni Versace (CARAS n° 219/ 1996); Cindy Crawford, por su incorporación al cine (COSAS n° 497/ 1995); Liz

Hurley, por el estreno de su nueva película (COSAS n° 522/ 1996); Esther Cañadas por su incursión el cine (CARAS n° 282/ 1999).

f) Dramas: Aquí cabe recordar que uno de los elementos que caracterizan a la prensa del corazón, entre otras cosas, la identificación del lector con el personaje. Se trata que el público se emocione con las vicisitudes de sus 'héroes', de este modo el drama ocupa un papel preponderante. En este tópico se tratan todas las tristezas que viven los famosos desde sus sentimientos por la pérdida de un ser querido, llegando también a consignar su dolor por alguna separación sentimental o por una enfermedad que se está sufriendo.

Se cuentan los detalles de esta tristeza y las fotos de la persona fallecida o el enfermo que sufre producto de alguna dolencia.

Algunas muestras de ello son las siguientes: Andrea Tessa, por la muerte de su padre (CARAS n° 219/ 1996); Manuel Bustos, afectado por un tumor cerebral (VEA n° 2821/ 1998); Karen Jones, madre de Víctor Zamorano Jones asesinado en Lo Curro (CARAS n° 219/ 1996); Liz Hurley, por la muerte de su padre (COSAS n° 528/ 1996); Sarah Ferguson, por la enfermedad de su padre (CARAS n° 280/ 1998) y la muerte de su madre (CARAS n° 274/ 1998); LiLy Pérez por la desaparición de su hermano en Cuba (CARAS n° 281/ 1999); Chelsea Clinton por los escándalos de su padre (CARAS n° 281/ 1999); Noor de Jordania por la muerte del Rey Hussein (COSAS n° 583/ 1999); Jacques Chirac, por la enfermedad mental de su hija mayor (COSAS n° 529/ 1997); Michael J. Fox, por su enfermedad de Parkinson (VEA n° 2825/ 1998); Fidel Castro, por la muerte de su padre (VEA n° 2826/ 1999); Liz Taylor, por su

matrimonio de julio Videla y su familia en Europa (VEA n° 2816/ 1998), el nuevo look

... cerebral (COSAS n° 533/ 1997); Liz Taylor porque su nuera sufre Sida (CARAS n° 140/ 1993).

g) Varios: Hemos considerado este tópico porque existen muchas informaciones sobre los personajes aparecidas en las revistas pero que no se pueden recopilar en ningunos de los temas anteriores. Aquí se da a conocer todo lo que pasa al 'ídolo' en su aspecto privado pero que se ha hecho público: escándalos amorosos, revelaciones provocativas y polémicas vividas por ellos.

Sus titulares son llamativos para enganchar al lector. En sí, podría llegar a ser un gran impacto pero se quedan sólo en los detalles. Por ejemplo: Diana de Gales, por las revelaciones de su ex amante James Hewitt en un libro (CARAS n° 170/ 1994); Elizabeth Minelli, por su romance con dos hombres al mismo tiempo (COSAS n° 498/ 1995); el suicidio de la esposa de Claude Montana, la modelo Wallis Franken (CARAS n° 219/ 1996); las confesiones de John Bryan, ex amante de Sarah Ferguson (COSAS n° 458/ 1995); la lista de amantes de Sarah Ferguson (CARAS n° 224/ 1996); las revelaciones de Brigitte Bardot (CARAS n° 224); la reaparición de Liz Taylor después de su operación (CARAS n° 244/ 1997); las vacaciones del clan Kennedy en Annisport (CARAS n° 280/ 1998); el primer año de matrimonio de Raquel Gandoña y Eliseo Salazar (VEA n° 2382/ 1985); la amistad entre Daniel Ducruet y Estefanía de Mónaco (CARAS n° 281/ 1999); las revelaciones sobre su vida de José Sierra (VEA n° 2816/ 1998); el deseo de tener una hija de Alejandra Herrera (VEA n° 2816/ 1998); las revelaciones sobre su vida de Nelson Avila (VEA n° 2816/ 1998); las revelaciones sobre la vida sexual de Sharon Stone (CARAS n° 281/ 1999); las revelaciones de Julio Videla y su familia en Europa (VEA n° 2816/ 1998); el nuevo look

de Madonna (CARAS n° 281/ 1999); Yuyuniz Navas y su deseo de adoptar un niño con SIDA (VEA n° 2816/ 1999); la soledad de O.J. Simpson (COSAS n° 497/ 1995); Mary Rose Mac Gill mostrando su hogar (VEA n° 2817/ 1998); la fallida boda de Carolina de Mónaco con Vicent Lindon (COSAS n° 497/ 1995); las revelaciones de Omar Gárate (VEA n° 2817/ 1998); Cecilia Echenique e Ignacio Walker, orgullosos de su hija modelo (VEA n° 2817/ 1998); Antonio Banderas considerado como el más sexy de los españoles (COSAS n° 497/ 1995); el amor de Sarah Ferguson por el príncipe Andrés de Inglaterra (COSAS Edición Extraordinaria 2 de diciembre de 1996); Ellen Degeneres confesando su lesbianismo (CARAS n° 249/ 1997); las conjeturas sobre el padre de la hija de Madonna (COSAS n° 515/ 1996); las relaciones familiares de Athina Onassis (CARAS n° 271/ 1998); Charlotte de Mónaco, como una bella promesa (COSAS n° 515/ 1996); la anorexia de la princesa Victoria de Suecia (CARAS n° 271/ 1998); las peleas entre Carolina y Estefanía de Mónaco (COSAS n° 515/ 1996); la supuesta hermana de Demi Moore (COSAS n° 495/ 1995); la soledad de Sandra O' Ryan (COSAS n° 501/ 1995); las confesiones de Sandra Mihanovic (COSAS n° 522/ 1996); las revelaciones de Eliseo Salazar (COSAS n° 524/ 1996); los setecientos años del principado de Mónaco (COSAS Edición Extraordinaria 13 de junio de 1997); Felipe de España como el soltero más codiciado (COSAS n° 507/ 1996); las revelaciones de Mónica Aguirre (COSAS n° 532/ 1997); los problemas económicos de Claudio Caniggia (COSAS n° 543); el año y medio de matrimonio de Ivette Vergara (COSAS n° 535/ 1997); el gasto en belleza de Melanie Griffith (COSAS n° 533/ 1997); la virginidad de Brooke Shields (COSAS n° 535/ 1997); la misteriosa muerte del hijo de Prince (COSAS n° 535/ 1997); la rebelión de

Kim Basinger (COSAS n° 563/ 1998); el noviazgo de Andrea Tessa (COSAS n° 536/ 1997); el supuesto amor de Jodie Foster por una mujer (COSAS n° 536/ 1997); las supuestas relaciones de la familia Hannover con los nazis (COSAS n° 585/ 1999); las relaciones de Catalina Pulido (COSAS n° 529/ 1997); Gonzalo Cáceres y Sarita Viquez mostrando su hogar (VEA n° 2815/ 1998); el nuevo look de Myriam Hernández (COSAS n° 562/ 1998); la asesoría sexual de John Travolta al Presidente Clinton (COSAS n° 562/ 1998).

2. Personajes de las Revistas del Corazón

Los personajes son un elemento fundamental en la prensa del corazón, ya que ellos no tendría razón de ser. Además en esta prensa se privilegia el quién de la noticia por sobre el qué. Las figuras más frecuentes aparecidas dentro de las revistas del corazón corresponden a individuos del ámbito internacional, que por el sólo hecho de estar en algún lugar o realizar una actividad hacen noticia. La mayoría de ellos surten de gran cantidad de información a las publicaciones pues para dar cuenta de ellos, se accede por medio de una agencia o de publicaciones extranjeras, lo que ocurre con los personajes nacionales que hablan por medio de entrevistas.

Quienes más hacen noticia dentro del espectro extranjero y que repercute en nuestro medio son: Carolina de Mónaco, Diana de Gales (en su momento), Estefanía de Mónaco, Elizabeth Taylor, Brad Pitt, John Kennedy jr, la familia Real española, la familia Real inglesa, Antonio Banderas y Melanie Griffith, Madonna, Cindy Crawford, Sharon Stone y Julia Roberts.

En Chile, de acuerdo a lo que hemos investigado, no hay un personaje que aparezca más que otro aunque sí hay dos personajes que están presentes a lo largo de la historia de las revistas del corazón: Raquel Argandoña y Cecilia Bolocco. El resto de las figuras de la sociedad chilena tiene el mismo acceso a aparecer en estas publicaciones si están realizando alguna actividad o quieren contar aspectos de su vida privada en una entrevista, pero volvemos a señalar que lo más importante es el personaje.

Las mujeres que más aparecen en las revistas son las actrices que están llevando a cabo un papel en alguna teleserie, animadores(as) de televisión por la creación de un nuevo programa y personas del llamado 'jet set' criollo que hacen relaciones sobre su vida o muestran su casa (futbolistas, maquilladores, personajes de la vida social (Julita Astaburuaga, Mary Rose Mac Gill, Drina Rendic, etc).

3. Grandes Impactos Noticiosos

Este tema se trata en las revistas del corazón con especial interés y generalmente, aparecen en todas sus ediciones con uno de ellos. Habitualmente, se refieren a algún personaje del ámbito internacional o nacional importante o un tema que haya conmocionado a la opinión pública, llegando incluso a permear a los otros medios de comunicación.

Mención especial tienen los escándalos que hacen eco en estas revistas, especialmente los de tipo sexual, también las muertes y matrimonios.

Los ejemplos de impactos noticiosos son: la muerte de Lady Di (COSAS n° 117 1997), la calvicie de Carolina de Mónaco (CARAS edición extraordinaria 16 de

septiembre de 1996); la infidelidad del marido de Estefanía de Mónaco (COSAS n° 282/ 1996); el matrimonio de Carolina de Mónaco y Ernst de Hannover (CARAS edición extraordinaria 29 de enero de 1999); las primeras fotografías de Carlos de Inglaterra y Camila Parker-Bowles, juntos (CARAS n° 283/ 1999).

En las revistas del corazón y sólo con impacto dentro sus lectores también han pasado otros temas de relevancia especial en Chile, como por ejemplo el matrimonio de Raquel Argandoña y Eliseo Salazar; el matrimonio de Cecilia Bolocco y Michael Young y la muerte de Raimundo Tupper.

4. Análisis de las Portadas

Las portadas son también un aspecto importante a considerar en el análisis de la prensa del corazón. Ellas reflejan la dosis de sensacionalismo que existe en las revistas mencionadas.

En la década de los ochenta, las revistas del corazón en nuestro país reflejaban en sus portadas los temas del jet internacional y de los actores de Hollywood, era usual ver a Carolina de Mónaco, Lady Di, Liz Taylor y Sofía Loren en la cara de la revista COSAS. Ya a fines de esta década se produce un cambio y comienzan a aparecer en las primeras planas, las top model: Claudia Schiffer, Cindy Crawford, Linda Evangelista, Naomi Campbell, etc.

En esa época no era usual todavía mostrar rostros chilenos en las revistas, salvo el caso del matrimonio de Cecilia Bolocco, producto de que nuestra sociedad aún permanecía atraída por el ámbito internacional. Paulatinamente, se empezó a cambiar el interés por conocer a los 'héroes' nacionales. Comenzó a ser fascinante

saber sobre aspectos privados de ellos y esto fue captado por las revistas del corazón. En los rostros chilenos empezaron a primar en las portadas frente a los 'ídolo' extranjeros, por ejemplo en el número 73 de revista CARAS del año 1991 apareció Catalina Guerra, luego la siguieron Cecilia Serrano, Mónica Aguirre, entre otros.

Una característica importante de las portadas de estas revistas es el predominio de figuras femeninas. Habitualmente, aparecen en poses sugerentes con un vestuario sensual y acompañadas de frases muy llamativas para el lector. Por ejemplo: Revista CARAS: Mónica Aguirre (torso desnudo), n° 223 de 1996; Aline Kuppenheim (torso desnudo), edición extraordinaria de noviembre de 1998; Josefa Isensee (torso desnudo), n° 249 de 1997. Revista COSAS: Pamela Anderson (torso desnudo), n° 498 de 1995; Marcela Vacarrea (en bikini), n° 531 de 1997 y Sandra O' Ryan (pose sugerente), n° 570 de 1998.

Las fotografías denotan una producción de vestuario y maquillaje especial para la ocasión que difiere de una entrevista de otros medios de comunicación, lo que hace aparecer al personaje como una modelo más de la revista. Daremos ejemplo de esto en una de las revistas.

Revista COSAS:

En el número 504 de 1996:

Paulina Di Girólamo "Aprendí a odiar y desconfiar" (en color negro).

Exclusivo habla Maradona 'Vivo el infierno de la droga'" (en rojo).

Sandra Bullock, La Revelación Sexy '96 (en amarillo).

Uwe Schaulsohn en la Cuerda Floja (en azul).

En el número 507 de 1996:

Claudia Conserva "Aún no quiero un tercero entre nosotros" (en color amarillo).

Entrevista a Eliseo Salazar Carrera contra la muerte (en color azul).

Carolina de Mónaco su escape con un príncipe alemán.

En el número 531 de 1997:

Marcela Vacarezza "Quise mucho a Raimundo Tupper" (en color azul).

Don John la nueva "musa" de Versace (en color rojo).

Carlos Bombal: "¡Jamás fui nexa de la DINIA!" (en color verde).

En el número 556 de 1998:

Cecilia Bolocco "Temo al fracaso en el amor..." (en color azul).

Los "descamisados" de Jaime Guzmán (en color naranja).

Nueva York: Chicas glamorosas... (en verde).

¿Tendencias del Verano! (en verde).

¿Di: ¿Santa para Inglaterra? (en verde).

En el número 585 de 1999:

Regina Contreras "¡Soy vulnerable!" (en color rojo).

Simonios "Soy homosexual, pero mi mujer no lo sabe".

Exclusivo! Ernst de Hannover "Mi abuelo no simpatizaba con los nazis" (en color

rojo).

Ernesto Di Caprio escándalo en la playa (en blanco).

Ernesto Schaulsohn en el caballo de Lagos, a la alcaldía de Santiago (en rojo).

Ernesto Pinochet foto exclusiva (en blanco).

Revista CARAS:

En el número 170 de 1994:

William Hernández a punto de ser mamá: "Esta guagua fue un 'accidente' maravilloso" (en color naranja y blanco).

Lady Di y el capitán Hewitt: Se enamoró y la traicionaron (en blanco).

El rey de amnistía en jaque: Hablan el auditor general Fernando Torres y el ex ministro Francisco Cumplido (en naranja).

En el número 224 de 1996:

Rafael Argandoña está embarazada: "Cuando Dios te quita algo, te da otra cosa" (en amarillo).

Nuevas revelaciones de Evelyn Matthei: "Se lavaron las manos conmigo" (en amarillo).

Renato Arriagada arremete: "La DC ya no es el partido mayoritario" (en rojo).

Albino Fidel Castro: "Me fumaría un puro de la paz con Clinton" (en blanco).

Los exclusivos de Madonna en la filmación de "Evita" y los diálogos con su diario íntimo.

En el número 240 de 1997:

Encrucijada de Josefa Isensee, está sola y piensa dejar el modelaje (en amarillo).

Simonios inéditos de chilenos amigos de Paul Schaefer (en blanco).

¡Exclusivo! Patricio Aylwin: "No le tengo odio a Pinochet" (en blanco y rojo).

Olivia Hayek: La latina top de Hollywood y sus secretos con Luis Miguel (en blanco).

En el número 271 de 1998:

Olivia Szacczaranski su lucha contra Yuraszeck y sus planes de matrimonio (en blanco).

Daniella Campos su historia íntima y por qué terminó con Bam Bam (en rojo y blanco).

El testimonio de Karen Jones, a seis años del asesinato de su hijo Víctor Zamorano: "Creo que jamás perdonaré al culpable" (en rojo y blanco).

Julio Iglesias: Se casará cuando nazca su segundo hijo (en rojo y blanco).

Los políticos mejor y peor vestidos del momento (en rojo y blanco).

Carolina y Ernst: Mónaco exige matrimonio (en rojo y blanco).

Caso degollada Ema Pinto: Su misteriosa historia y fotos exclusivas habla su hermano: "Ella no está loca ni es una asesina" (en rojo y blanco).

Delfina Guzmán presenta a su hermano, el nuevo ministro de defensa: "Así es José Laurencio" (en rojo y blanco).

En el número 282 de 1999:

Paulina Nin de Cardona y su polémico cambio de canal "Siento que el 7 me desaprovechó" (en naranja y blanco).

Nuevo drama de Pilar Cox: "Mis hijos se fueron a vivir con su padre" (en naranja).

Exclusivo! Todo sobre la novia del príncipe Eduardo: Capítulo completo de 'Sophie, la verdadera historia', el libro inédito sobre la sucesora de Lady Di (en naranja).

Alejandro Foxley y la crisis económica: "Aunque la autoridad lo disfrace, estamos en recesión" (en blanco).

Gaspario Velasco: "Si alguien me teme, por algo será" (en naranja).

Por qué Carolina de Mónaco no puede casarse (en negro).

Foto Longueira: "Me hubiera gustado un agradecimiento de la señora Lucía" (en naranja).

Detalle y fotos exclusivas del matrimonio de Magdalena Frei (en naranja).

Carlita Astaburuaga cumple 80: Confesiones de una vida fascinante (en negro).

Revista VEA:

En su número 2382 de 1985:

Raquel y Eliseo El primer año de matrimonio entrevista exclusiva a la famosa pareja

de la televisión y el deporte (en blanco y negro).

Segundo capítulo de su biografía: Luis Miguel (en negro y amarillo).

En su número 2640 de 1990:

Cecilia Bolocco y Michael Young Su historia de amor. Los que estuvieron en la boda.

La celebración en el Palacio Cousiño. Los detalles de una noche de sueños. (en negro

y

En su número 2820 de 1998:

Miguel Piñera y Carlita Ochoa: Preparando su próxima boda (en blanco).

Almendra Godoy: Sensibilidad a flor de piel (en blanco).

El hombre poco común: Diálogo con Jaime Celedón (en blanco).

Estancia de Mónaco: Sorpresivo reencuentro con su ex marido (en negro)

Complicado a la pintura: Antonio Vodanovic ha vuelto a sonreír (en blanco).

Julia Pollack: "Mi hija es lo más importante" (en blanco).

Patricio Cuevas se casa: Cuando el amor es una sorpresa (en blanco).

En su número 2826 de 1999:

Almendra Molina embarazada después de 9 años: El milagro de un hijo (en blanco).

Almendra, la "Titi" la chica de oro (en blanco).

Patricio Araneda: Con la energía del verano (en blanco).

"Ojos" chilenos: Predicciones de fin de siglo (en negro).

Paulo Longueira en vacaciones: El reposo de un guerrero (en blanco)

Miss 17 en familia: Belleza de gran corazón (en blanco).

Marzalo Cáceres y Sarita: El primer año de nuestra vida (en blanco).

De acuerdo a lo expuesto en general las revistas del corazón tienen todos los temas referidos de manera extensa. En todas encontramos faltas a la ética que serán señaladas posteriormente, dando ejemplos de ellos.

Hay que aclarar que la revista COSAS, presenta mayores errores como comprobaremos más adelante. Sin embargo las otras dos publicaciones también cometen faltas a la ética.

CAPITULO III: ANALISIS ETICO

En este capítulo, nuestro objetivo será indagar si la prensa del corazón en Chile ocurre en faltas a la ética. Puede parecer a primera vista, que este tipo de prensa comete las mismas faltas que los medios de información general. Sin embargo, consideramos que ésta de suyo conlleva a faltas a la ética, porque su existencia se basa en la información acerca de la vida privada.

Es necesario recordar que sólo se debe informar acerca de ella cuando el comportamiento privado de una persona pública afecta el Bien Común, por lo que los individuos tienen derecho a estar informados.

Sin embargo, establecer el límite a la información de la vida privada es un tema complicado, por ello es importante el papel del periodista y el criterio que éste aplica.

Niceto Blázquez se refiere a estos criterios éticos que debieran regir a la hora de informar: el interés público, que no debe confundirse con el interés del público o curiosidad pública; daños eventuales a terceros inocentes; el consentimiento otorgado, aunque el informador responsable debe saber discernir si esas revelaciones son de interés para los lectores y, por último, el carácter público de las personas, no obstante hay aspectos de su vida privada que no interesan a la gente.

Un segundo problema de esta prensa, es que busca despertar ciertas emociones en el lector, que son de todo tipo: penas, alegrías, odios, amores y felicidad. "Con esas fascinantes imágenes el contemplador se siente gratamente atraído por el sentimiento y puede embarcarse en un mundo de imaginación y

fantasía altamente alienador. La imaginación bloquea la razón y se prepara psicológicamente el terreno para la evasión de la vida real".⁵⁰

Otro asunto importante es el tema de la verdad. Muchas de las informaciones consignadas en la prensa del corazón nacen como rumores que muchas veces no son confirmados. Además se juega con lo verosímil, la apariencia de verdad, en muchas de sus notas. El fin último de todo ello es contar el chisme de 'rabiosa actualidad' lo que da paso a la frivolidad de los temas.

Finalmente hay cuestiones con respecto al reporte de los temas porque muchas veces se basan en informaciones de otros medios y que muchas veces no son científicas.

Comprobaremos estos problemas, analizando las faltas a la ética de la prensa del corazón, estudiando casos que ejemplifiquen estos errores.

De acuerdo a lo que hemos observado, la falta más frecuente cometida por la prensa del corazón es la invasión a la vida privada, no obstante también existen otras como atentar contra la honra de las personas e inexactitud informativa y en menor medida información tendenciosa.

⁵⁰ Blázquez, Niceto. Op. Cit. Página 314.

1. Invasión a la Vida Privada.

Algunos de los casos más patentes son las fotos sacadas con teleobjetivo:

Revista COSAS, abril de 1997: Artículo sobre Liz Hurley: **"La Venganza de Liz"**,
Cada: ¿Dónde estaba Hugh Grant mientras su novia tomaba sol semidesnuda junto a un
desconocido?

En este reportaje hay una sucesión de fotos que muestra a la actriz al borde de una piscina tomando sol en topless, junto a un hombre. Durante la lectura, que es bastante menor que la cantidad de imágenes, se pueden observar una serie de hipótesis acerca de la identidad del desconocido y de la supuesta venganza de ella contra su novio. También hay suposiciones sobre que la actriz habría planeado esta situación con anterioridad ya que sabía que la iban a fotografiar. Además se emite un juicio acerca de la relación de ambos actores y de que quizás ésta habría terminado porque hacía mucho tiempo que no se les veía juntos.

Consideramos que hay una invasión a la vida privada por parte del medio al publicar las fotografías de Hurley y además al prestarse al juego de las suposiciones que conlleva el artículo. Asimismo está dicho claramente que las fotos fueron tomadas en la piscina de su casa por lo tanto, un lugar privado. Si bien es cierto, la actriz es un personaje público esta información no tiene ninguna relevancia y no es de interés general.

En cuanto a la bajada de este artículo se trata de una información tendenciosa porque se plantea una pregunta capciosa con respecto a la relación sentimental de Liz Hurley y Hugh Grant, coartando la libertad del lector para sacar sus propias

Conclusiones. Creemos que a pesar de lo anterior este reportaje no es necesario ni relevante de informar.

2) Revista COSAS, septiembre de 1996: Artículo sobre el divorcio de la princesa Estefanía de Mónaco y Daniel Ducruet: **"El Divorcio es Definitivo"** Bajada: Yves Lucoste, el abogado de la princesa, afirmó a COSAS que este lunes 16 en un careo de la pareja se definirán oficialmente los términos del divorcio. Rainiero lo decidió así y, en este caso, ante la humillación de la familia, no dio la posibilidad de que su hija menospreciara al infiel.

En este reportaje se hace un resumen extenso sobre los motivos del divorcio y la infidelidad de Ducruet. Se dan una serie de suposiciones acerca de una trama para que la pareja pusiera fin a su matrimonio. Surgen ciertas hipótesis acerca de los términos del divorcio y de que la princesa Estefanía estaba dispuesta a perdonar a su marido, pero que las palabras de la amante la hicieron cambiar de opinión. Se basa en suposiciones de la revista francesa 'Paris Match', que relata los momentos anteriores al conocimiento de las fotos.

"En una segunda oportunidad en un bar, de noche, la princesa también lo dejó ir y nuevamente Daniel la siguió, se humilló, le pidió perdón y aseguró que lo lamentaba, pero ¿bastan esas palabras?". Esta cita demuestra que durante el artículo se trata de conocer una serie de detalles que no son relevantes y que son difíciles de comprobar ya que estas conversaciones son privadas.

Las fotos que acompañan el texto, son muy ilustradoras del tema tratado. Se muestra a Daniel Ducruet y Fili Heuteman (una bailarina de topless) desnudos al borde de la piscina, tendidos en una tumbona desnudos besándose y a Ducruet

saliendo de la piscina desnudo. También se observan fotos de la princesa Estefanía en actitud supuestamente triste y acongojada por la presencia de los fotógrafos.

En un recuadro, del mismo reportaje, hay una entrevista a Fili Heuteman donde relata que fue Ducruet quien la sedujo y los detalles del día en que se tomaron las fotos.

Consideramos que este artículo es una invasión a la vida privada, porque están tomadas con un teleobjetivo en un lugar privado que era la casa de la bailarina. A lo largo del reportaje se hacen una serie de suposiciones sobre los dichos de los afectados que no tienen porque saberse ya que son aspectos de la vida privada, aunque ellos sean personajes públicos y constantemente expuestos en los medios de comunicación. Esta información, a pesar de que se trata de una infidelidad contra una princesa es totalmente irrelevante darlo a conocer como se hizo en todo el mundo. Creemos que la revista COSAS, aunque se trate de una información de tipo mundial tenía porque hacer eco de esto ni publicar tales fotografías.

Revista CARAS, edición extraordinaria del 16 de septiembre de 1996: Artículo sobre Carolina de Mónaco: **“¿De Qué está Enferma la Princesa?”** Bajada: Las crudas fotos de Daniel Ducruet teniendo sexo con una bailarina de mala muerte, golpearon a la opinión pública por su crudeza y mal gusto. Las de Carolina de Mónaco, muy por el contrario, impactan por motivos muy distintos: Está enferma. La princesa más linda de Europa – y a la que más ha golpeado la vida - tiene la cabeza completamente rapada y perdido peso.

Se dan a conocer una serie de fotos de la princesa donde se muestra con la cabeza completamente calva en su casa de Saint – Rémy. Claramente se nota que han

obtenidas por teleobjetivo. En el reportaje se dan una serie de hipótesis para explicar su aspecto, que van desde un simple problema capilar hasta una crisis nerviosa e incluso un posible cáncer. Además se relata aquí todos los aspectos de su vida anterior que dan cuenta de los sufrimientos que ha tenido que pasar a lo largo de su vida.

“Muchos cronistas reales aseguran que Carolina es una mujer dotada de una fortaleza a toda prueba. Que la vida ha ido esculpiendo en ella una capacidad de recuperación única. Pero no hay que tener demasiado sentido común para darse cuenta de que, tantos años de sufrimiento y dolor, unidos a una fuerte presión social, pueden haber terminado por minar su equilibrio emocional”. (lectura de foto del reportaje)

A nuestro juicio, este artículo es una invasión a la vida privada claramente. Las fotos fueron obtenidas en el jardín de la casa de la princesa, que aunque es un personaje público no hay ninguna necesidad de que el medio publique estas fotos ya que pueden dar lugar a una serie de especulaciones sobre la salud de Carolina de Mónaco. Además dañan la honra de la princesa porque su imagen se ve muy deteriorada. El asunto de la calvicie de la princesa da lugar al relato de los sufrimientos de ella y la historia de sus romances, temas que no son relevantes ni necesarios para el lector.

Revista COSAS, de abril de 1998: Artículo sobre el supuesto romance entre Kevin Costner y Elle Macpherson: **“Tarde de Amor”** Bajada: La escultural modelo y el atractivo actor compartieron un asado y descansaron junto a la piscina. Por supuesto que abrazos y besos no podían faltar.

Las fotografías del artículo revelan la supuesta relación que ambos habían mantenido oculta, se muestra a la pareja besándose y compartiendo momentos íntimos al interior del hogar de Kevin Costner. Se cuenta que este último no se había visto acompañado, desde su divorcio. Ella, en cambio, como cuenta el reportaje, no había parado de tener romances desde su separación con un fotógrafo francés. Se detallan los aspectos del encuentro y se emite un juicio acerca de la duración de la relación. *“Está por verse cuánto tiempo le dura la relación a la escurridiza modelo”*.

El artículo mencionado invade la privacidad de las personas ya que publica aspectos privados sin el consentimiento de ambos personajes. Las fotografías que acompañan el texto son realizadas a distancia lo que agrava más la falta a la ética, porque ambas figuras se encontraban en un lugar privado. Además se falta a la honra de la modelo cuando se sugiere que ha tenido numerosos y cortos romances.

Revista COSAS, de enero de 1997: Artículo sobre Cindy Crawford y su nuevo acompañante: **“Amor al Desnudo”** Bajada: La top model encontró nuevamente el amor. En el mar Caribe como testigo la ex mujer de Richard Gere pasó unas vacaciones inolvidables junto a su amante desconocido y gran parte de su familia.

Se trata de un reportaje fotográfico sobre la modelo y sus vacaciones en el Caribe acompañada de su novio desconocido. Ella está en topless y se muestra cariñosa con su amante. Se cuenta además que no estaban solos sino acompañados por la familia de la modelo. Si bien hay ciertas fotos en que aparecen semidesnudos en una playa, un lugar público, estas atentas contra la vida privada de ambos y no tienen relevancia para el lector. Toda la información en general es irrelevante y superficial ya

que cuentan aspectos de la vida de la pareja que no tienen por qué ser publicados en el medio.

Revista COSAS, agosto de 1997: Artículo sobre Brad Pitt y su novia Gwyneth Paltrow: **“La Verdad Desnuda”** Bajada: En la exclusiva isla de St. Barth los actores fueron fotografiados en la intimidad poco antes de la ruptura de su noviazgo. Y aunque la circulación de ‘Playgirl’ – que publicó las fotos – fue detenida, las imágenes recorren el mundo.

En el artículo se cuenta acerca de las vacaciones de los actores en una isla del Caribe donde les habían ofrecido absoluta privacidad. Sin embargo fueron captados por un paparazzi desnudos en el hotel y las fotos del descanso fueron publicadas en la revista ‘Playgirl’. También hay suposiciones sobre la supuesta ruptura de ambos y que quizás estaban despistando a los periodistas para poder contraer matrimonio en privado. Las fotos que aparecen ilustrando el texto son de Brad Pitt de espaldas, desnudo y del actor envuelto con una toalla besando a su novia desnuda.

Consideramos que en este reportaje hay una clara falta a la ética periodística que hay una patente invasión a la vida privada y un daño a la propia imagen de ambos. Si bien los actores se encontraban en un hotel, que se considera un lugar público esto no es razón suficiente para que sea motivo de información, ya que se encontraban en la habitación de este recinto.

A pesar de que el medio reconoce que a los personajes públicos les cuesta mantener su privacidad, igual se dieron a conocer las fotos lo que denota una falta de respeto por la vida privada de las personas.

Otros ejemplos de invasión a la vida privada son los que se expresan a través

del texto:

Revista COSAS, octubre de 1997: Artículo sobre la infancia de la actriz Demi

Moore: **“¿Perdonará a su Padre?”** Bajada: A los catorce años la hoy famosa actriz

descubrió que el hombre a quien creía su padre no era tal. El verdadero era un

convincente alcohólico que la había abandonado antes de que ella naciera. Ahora él

agoniza y quiere recibir su perdón.

El artículo relata la vida de la actriz durante su infancia y de los sufrimientos

que tuvo que pasar. Se hace referencia a su madre alcohólica y de sus inestabilidades

emocionales. También cuentan lo que le pasó cuando se enteró que el padre que la

había criado no era el verdadero. Cuentan además del suicidio de su padrastro y de

su llegada a Hollywood.

“Un hombre agonizando le suplica que lo perdone. Ese hombre es su padre...

el abuelo de sus hijas. Debe tomar una decisión que no permite una larga reflexión.

No hay tiempo. Demi es la actriz más poderosa de Hollywood. Es una guerrera y

esto parece hacerla flaquear. Sin embargo, el pasado es una herida una cicatriz

siempre a punto de abrirse nuevamente”.

El artículo presenta claramente faltas a la ética por cuanto invade la vida

privada de la actriz, y no sólo de ella puesto que también hace referencia a sus padres

y sus problemas personales. Es importante señalar, que aunque ella es un personaje

público, hay aspectos de su vida que no son de interés general, como el alcoholismo

de la madre y las detenciones del padre.

El hecho de que la actriz se encuentre en una situación crítica respecto de lo que su padre le pide, esto debe ser una decisión personal de acuerdo a sus propios sentimientos, por lo que no es un tema que deba ser abordado por la prensa.

Revista CARAS, marzo de 1997: Artículo sobre Bastián Bodenhöfer y su supuesto romance: **“La Relación de Bastián Bodenhöfer y Susana Marín”** Bajada: Se les ve juntos en todas partes. De la mano, abrazados, comiendo en un restorán, según aseguran fuentes cercanas. Sin embargo, los implicados evaden el tema. “Sólo somos amigos. Él es encantador. Y yo lo quiero mucho”, afirma Susana. Bastián por su parte, declaró a CARAS: “Si algo hubo, eso se terminó”.

Hablan de la supuesta relación entre ambos y los detalles de cómo se conocieron. También se da a conocer la carrera televisiva del actor y cuál es la ocupación de Susana Marín.

Consideramos que este artículo es una falta a la ética porque se da por cierta una relación sentimental que ninguno de los dos confirma. Incluso cuando se pregunta sobre ello, ambos guardan silencio como una manera de resguardar su privacidad. Si bien Bodenhöfer ha dado a conocer aspectos de su vida privada en ocasiones anteriores, esto no quiere decir que haya hecho una donación para siempre de su privacidad, por lo tanto tiene el derecho a que lo respeten en esta parte de su vida.

Además se sacan una serie de conclusiones del por qué los protagonistas se dan a dar a conocer su supuesta relación amorosa, basándose en apreciaciones generales o fuentes no personalizadas.

Revista COSAS, marzo de 1998: Artículo sobre Demi Moore y su supuesto romance extramarital con Leonardo Di Caprio: **"La Propuesta Indecente de Demi Moore"** Bajada: La famosa actriz sedujo al protagonista de "Romeo y Julieta" y lo llevó a pasar la noche junto a ella. Su marido Bruce Willis estaba fuera, las pequeñas hijas con la canguro y los reporteros listos para captar la traición.

Habla sobre el supuesto encuentro entre los actores y también que habrían pasado la noche juntos. El reportaje se basa en meras especulaciones de un periodista que no se identifica. En la nota hay solo dos fotos que no demuestran para nada el artículo: Leonardo Di Caprio solo y de los actores tomando café en un restaurante.

Este texto contiene una falta a la ética ya que invade la vida privada y atenta contra el honor y la honra de la actriz, al especular sobre una relación extramarital entre ambos. Hay invasión a la vida privada porque se plantea públicamente supuesto hechos que suceden al interior de una residencia. El medio no debió hacer eco de esta noticia ya que se basa en especulaciones y además no tiene relevancia para el público en general.

"Leonardo pasó la noche en la casa (de Demi) y cerca de las 11 de la mañana de la siguiente la asistente de Demi apareció y puso cinco maletas en la parte posterior de su vehículo. Algunos minutos después, salió Leonardo con la misma ropa de la noche anterior. Al poco rato Demi hizo lo mismo luciendo una costosa tenuta de noche."

Revista COSAS, julio de 1997: Artículo sobre la actriz Brigitte Nielsen **"Dijo sí a una Propuesta Indecente"** Bajada: El desmantelamiento de una red de prostitución en

Francia descubrió una delicada operación en la cual un príncipe de Arabia Saudita pagó un millón de dólares a la ex esposa de Stallone para pasar una noche con ella.

El artículo habla de la ex esposa de Sylvester Stallone y su escandalosa separación del actor por adulterio. Cuentan que su vida después de esto ha estado marcada por los fracasos cinematográficos y por los problemas económicos. También hablan sobre el proxeneta de la red de prostitución que la contactó para conocerse con un príncipe de Arabia Saudita y pasar una noche con él a cambio de un millón de dólares. Se detallan los aspectos del acuerdo y el lugar de encuentro.

“En el Martínez (hotel), todo se desarrolló como estaba previsto y después de once horas con el príncipe Brigitte Nielsen se embarcó nuevamente en el jet que estaba a su disposición. En la mano llevaba una pequeña maleta que no dejó en todo el viaje”.

Creemos que aunque la información acerca de la red de prostitución sea cierta relevante para el Bien Común de la sociedad, se están tocando aspectos irrelevantes de la vida privada de la actriz que no tienen por qué conocerse, ya que las actividades sexuales de cada persona le corresponden sólo al involucrado.

Además se hacen una serie de especulaciones sobre los problemas económicos de la actriz que la habrían llevado a aceptar la propuesta. Toda la información se basa en fuentes no personalizadas y además en ningún caso se confirma que ella efectivamente haya participado en la red de prostitución mencionada.

Por último, consideramos que el titular está dando por hecho una información comprobada, además de ser una información tendenciosa.

Revista CARAS, noviembre de 1996: Artículo sobre Sarah Ferguson y sus
escándalos: **"Ahora Publican su Lista de Amantes"** Bajada: Un nuevo libro sobre la vida
de la duquesa sobre la controvertida duquesa de York tiene a Inglaterra bajo shock. Esta vez la
fuente es su ex vidente Vaso Kortesis, quien ha difundido seis años de conversaciones
privadas que mantuvo con Fergie en las cuales ésta hace brutales revelaciones que
revelan secretos de alcoba e indiscreciones sobre la familia real.

En el artículo se habla sobre el libro sobre Sarah Ferguson, que supuestamente
revela la lista de amantes de la duquesa y detalles sobre su vida sexual, a través
de grabaciones que revelan secretos de alcoba, juegos eróticos e indiscreciones sobre los
miembros de la familia real. "Incluso, se dice que ella habría hecho el amor con Steve
Wallerstein mientras se encontraba con cinco meses de embarazo de su hija Eugenia".

Se detallan aspectos de la relación de Sarah y Andrés, además de revelaciones
sobre el padre de Fergie. También se tocan los problemas económicos por los que
pasó la duquesa, tales como sus deudas, sus cuentas bancarias sobregiradas y especulaciones
sobre la venta de sus joyas para salir del desastre financiero que la aqueja.

Consideramos que hay una clara invasión a la vida privada de la duquesa y
por el medio, en este caso la revista CARAS, no debió publicar los aspectos
personales de Sarah, aunque en Inglaterra sea de conocimiento general. Es una
revelación completamente irrelevante para el lector, no sólo por los detalles del
escándalo sino además es una persona ajena a nuestra realidad.

No obstante, las grabaciones sean verdaderas no debieron nunca salir a la luz,
porque en todo momento se dice que fueron conversaciones privadas de la duquesa
con su vidente.

Revista COSAS, marzo de 1995: Artículo sobre Carlos Menem y Zulema Yoma **“La Muerte de Carlitos los Reunió”**

En esta nota se relata la muerte del hijo del presidente de Argentina, quién falleciera en extrañas circunstancias luego de que el helicóptero en que viajaba se precipitara a tierra. El texto va acompañado por fotografías que muestran a miembros de la familia en un momento de gran congoja y tristeza.

Si bien es cierto, se está dando a conocer la muerte del hijo de un personaje público, creemos que no se está respetando el dolor ajeno, ya que se expresa en forma pública un momento íntimo que corresponde a los aspectos de la vida privada del presidente Menem.

Consideramos que se explota la fotografía en que aparecen los padres de Carlitos abrazados, dando pie a que se especule en una posible reconciliación entre ambos, sobretodo por el titular del artículo mencionado.

Creemos que es una invasión a la vida privada y no se respeta el derecho al dolor.

2. Atentados contra el Honor y la Honra de las Personas

1) Revista COSAS, enero de 1998: Artículo sobre el año 1997, donde se le hace una serie de preguntas a personajes del ámbito nacional. **“¡Un Año Caballo!”**

En una parte del artículo se entrevista a Rafael Gumucio donde se le hacen preguntas acerca de personajes nacionales. Cuando se le pregunta por qué Servando Jordán no fue designado senador institucional, el periodista del canal Rock & Pop responde: “Era viejo, feo y con un pasado turbio, no como los otros de la Corte Suprema”.

En primer lugar, se atenta contra la honra de Servando Jordán porque se lo descalifica diciendo que tenía un pasado turbio. Debido a esto se cae en el delito de injuria ya que el problema es cómo se emiten los juicios. Creemos que hay una responsabilidad compartida por parte de la periodista y el entrevistado. Ya que la periodista debió redactar de una manera más adecuada la respuesta para no ocasionar daño al aludido. Además de que los medios de comunicación no se deben prestarse para publicar cualquier tipo de dichos de alguna persona, aunque el artículo tenga como finalidad poner una cuota de humor al año referido, en este caso 1997.

2) Revista COSAS, septiembre de 1998: Artículo sobre Robert Kennedy: **“Bobby, el Cínico de Todos”**. Bajada: Todos los Kennedy son famosos por su carácter arrogante. Se sabe de las andanzas de John, pero su hermano menor, Bobby, lo superó. Así lo afirma el autor H. David Heymann en el libro “RFK”, que aparecerá próximamente en Estados Unidos.

Hablan sobre la vida sexual de Robert Kennedy y de su hermano John y de sus supuestas infidelidades, además se detallan todas sus conquistas y se publican las fotos de sus supuestas amantes. "El apetito carnal de Kennedy no tenía límites y le dio libre curso ya fuese con grupos de cuatro personas, o bien con estrellas de cine o prostitutas".

En este artículo hay diversas faltas a la ética, la más clara o representativa sería la falta a la honra de Bobby Kennedy. Empezando por el título donde se le llama pederasta. Esto es una injuria, además de que el afectado no tiene la posibilidad de poder defenderse ante los dichos del escritor por estar fallecido, lo que conlleva un daño a terceros inocentes, en este caso su familia.

Otras expresiones injuriosas que aparecen en la nota son las que lo catalogan como esquizofrénico y se lo compara con el Emperador Calígula. Asimismo, se hace referencia a que el afectado sacaba ventaja de las prostitutas, porque no les pagaba y las amenazaba con encarcelarlas sino accedían a sus peticiones.

Estas expresiones no sólo dañan su imagen sino que también afectan a toda la familia Kennedy, además de su esposa. También se tocan aspectos de la vida privada del personaje que son irrelevantes para el lector como cuando perdió su virginidad porque su padre lo llevó a un prostíbulo.

Consideramos que hay un cierto sensacionalismo porque se exagera el morbo al querer a conocer informaciones detalladas de la vida sexual de los personajes y además de ser una información tendenciosa, destacando sólo un aspecto de la vida de Robert Kennedy.

3) Revista COSAS, mayo de 1998: Artículo sobre Bill Clinton y su esposa Hillary: **“Su Harem y su Pacto Secreto con Hillary”** Bajada: Relatos de ex guardias de seguridad y amantes ocasionales o estables del hombre más poderoso del mundo lo retratan como un toraz y sistemático seductor. La primera dama siempre ha odiado esas conquistas, pero sigue a su lado para mantenerse en el centro del poder.

En este artículo se habla del presidente de EE.UU. y de cómo conoció a su esposa. Cuentan detalles de la vida amorosa de Clinton con otras mujeres. Esto no sería tan grave, ya que estas informaciones son de interés general por bullado caso Lewinsky. Sin embargo, se dan detalles que atentan contra la honra de Hillary, ya que afirma que ella permanece al lado de su marido para mantenerse en el poder y que soporta las infidelidades por un supuesto pacto secreto entre ambos que la obligaría a permanecer a su lado mientras tenga éxito político.

Por ello se cuenta que Hillary, elaboró un plan para llevar a su marido a la Casa Blanca, utilizando toda su astucia política.

“...de acuerdo a diferentes testimonios, la relación de los Clinton es la de dos ambiciosos que saben que dependen uno del otro para mantener su figuración política, especialmente Hillary, que ha ignorado decenas de aventuras de su marido para satisfacer sus ansias de poder”.

Esto se da cuenta a través de fuentes no personalizadas que tiene acceso a la Casa Blanca. Creemos que se atenta contra la honra de la primera dama de EE.UU. porque no se respeta su dignidad como persona.

Revista COSAS, octubre de 1996: Artículo sobre Madonna: **"Enamorada de Ingrid Casares"** Lectura de foto: Muy juntas y felices se ven las dos mujeres protagonistas del romance. Se ríen en el auto mientras van en camino a un partido de basquetbol.

La nota muestra el supuesto romance de Madonna con una mujer, dando a entender su conducta anormal. Se cuentan los momentos que han compartido juntas y se habla sobre su última relación sentimental con un hombre que la abandonó por otra mujer.

Si bien Madonna, siempre ha dado que hablar por su comportamiento, su música y las modas que impone hay ciertos aspectos de su vida privada que no son relevantes. Además que la relación con la mujer se basa en suposiciones y rumores que no han sido confirmados, dándose por su puesto el romance. Así se pone en tela de juicio su tendencia sexual llegando a afirmar que es lesbiana.

"Y ahora, vuelve a sorprender a todos con su última gracia: su nueva pareja, que resulta ser una mujer... y estupenda. Su nombre es Ingrid Casares y se le ve feliz junto a la estrella".

El artículo atenta contra la honra de Madonna y además produce daño a terceros inocentes como es la mujer nombrada. Hay un descrédito a su persona por lo tanto se trata de una injuria.

Revista COSAS, mayo de 1998: Artículo sobre el director de la película Titanic, James Cameron: **"Su Propio Hundimiento"** Bajada: El director que se consideraba a sí mismo "Rey del Universo" está sufriendo un bochornoso episodio. Su mujer, la actriz Linda Hamilton, lo abandonó por otra mujer y además quiere quitarle la mitad de su fortuna.

El artículo trata de la relación conflictiva entre Cameron y su mujer. También hablan de la separación de ambos, por un supuesto romance de la actriz con otra mujer. Cuentan además de las infidelidades del director de cine y de que su esposa se estaría vengando de él con su relación con otra mujer, también de querer obtener la mitad de su fortuna.

La información fue obtenida del periódico londinense *'The Mirror'*, donde un operador de grúas alega que Linda Hamilton habría destruido su matrimonio iniciando un romance con su mujer. Según el obrero la amistad entre su mujer y la actriz comenzó cuando Cindy (su mujer) como la 'doble' de Linda en la película *'Dante's peak'* el año pasado. *"Cuando la película terminó, Cindy no volvió a casa y me pidió que enviara todas sus cosas a Malibú... Linda Hamilton me robó a mi mujer"*.

Hay un atentado contra la honra de la actriz al decir que es lesbiana sin tener pruebas de ello, además de perjudicar su imagen ante terceros. Asimismo, se la acusa de cometer adulterio, lo que también atenta contra su honra. Lo mismo ocurre con James Cameron al decir que es egocéntrico y autoreferente.

En la bajada se afirma que Linda Hamilton, ya habría abandonado a Cameron por otra mujer sin embargo en el texto no se reafirma esto sino que se insinúa por lo que hay una inexactitud informativa.

El medio tiene gran responsabilidad en esta falta al publicar, sin confirmar, los dichos del operador de grúas.

Revista COSAS, agosto de 1998: Artículo sobre Mariana Nannis, mujer de Claudio Liguori: *"En Guerra contra Maradona"*

Esta nota trata sobre las declaraciones de Mariana Nannis en contra de Diego Armando Maradona, acusándolo de estar enamorado de su marido en un programa de televisión argentino. También habló mal de la selección de fútbol de ese país porque su marido no fue convocado por el entrenador, Daniel Passarella.

“Creo que Diego debe estar enamorado de Claudito. Capaz que cuando lo ve de atrás lo confunde con Claudita, su mujer...”

Consideramos que el medio no debió haber dado cabida a una información de este tipo porque con los dichos de Mariana Nannis se está injuriando al futbolista Diego Maradona. Por lo tanto hay un atentado contra la honra del futbolista y de terceros inocentes: la familia del astro argentino.

3. Inexactitud Informativa e Información Tendenciosa

1) Revista COSAS, abril de 1997: Artículo sobre Michael Jackson: **"El Vídeo Acusador"** Bajada: Un camarógrafo que trabajó para el cantante dio a conocer un vídeo que grabó en "Neverland" el año 1996. Allí Michael juega en la piscina con tres niños y, según sicólogos, muestra su atracción por ellos reavivando así la polémica sobre su presunta pedofilia.

El título del reportaje hace creer a la gente que el actor ha cometido una falta ligada con la moral, lo que no se comprueba en el transcurso de la lectura, por lo que estaríamos en presencia de una información tendenciosa.

Además se cita sólo a un siquiatra que opina que Jackson pudo excitarse viendo a los niños semidesnudos, pero esto carece de objetividad ya que se trata de una información sesgada.

En este caso se trata de conducir al público a pensar que Michael Jackson sería culpable de pedofilia por el sólo hecho de jugar con los niños y disfrutar observándolos, lo que lleva a sospechar que se tomó el vídeo y se armó el reportaje sin tomar en cuenta más opiniones profesionales.

Revista CARAS, julio de 1998: Artículo sobre Diana de Gales y su muerte: **"Definitivo: Toda la Culpa la Tuvo el Chofer"** Bajada: Por estos días en que Althorp, la casa de los Spencer se llena de turistas que visitan la tumba de Diana, en París, el juez René Stéphan cumple 9 meses de investigaciones. Ya se demostró que no fueron los paparazzi los que obligaron al Mercedes a correr a 180 kilómetros por hora y que la participación del famosos Fiat Uno blanco tampoco fue relevante. Así las cosas las

Conclusiones señalan una vez más que la causa principal del accidente fue la excesiva velocidad del vehículo y la ebriedad del chofer.

En el reportaje mismo, el primer párrafo señala que las investigaciones sobre la muerte de la princesa Diana de Gales están arrojando evidencias concretas aunque todavía quedan dudas. Sin embargo en los párrafos finales se saca como conclusión que no cabe duda que la culpa del accidente la tuvo el chofer.

En la portada de la revista, se da a entender que ya existe un fallo definitivo sobre la muerte de la princesa acusando al chofer del hecho. Esto confunde al lector aún más cuando en el epígrafe se señala que continúan las investigaciones contraponiéndolo con el título donde se afirma que el chofer es el culpable.

Por lo tanto hay contradicción permanente con lo cual no se llega a establecer lo sucedido, lo que se llama inexactitud informativa.

También hay daños contra la imagen pública del chofer y en este caso contra la familia ya que él está muerto, por lo tanto también hay un atentado contra la honra de éste.

Revista COSAS, octubre de 1996: Artículo sobre homosexuales en Chile: **"El Miedo De Ser Gay"** Bajada: El temor a ser discriminados, apuntados con el dedo, despedidos del trabajo o rechazados por la familia, amigos y medio social, hace que los homosexuales chilenos sigan optando por la discreción absoluta. El temor hace que algunos lleven una agotadora doble vida o mantengan las apariencias en un desquiciado equilibrio al borde del precipicio y de los ardientes deseos.

Se relatan en este reportaje casos y declaraciones de homosexuales que deben luchar contra todo lo establecido para poder manifestar su condición sexual. Así mismo se caracteriza el comportamiento de este grupo en la sociedad chilena.

Consideramos que hay una información tendenciosa porque se presenta a este sector de la población como víctimas de la sociedad que no le permite desarrollarse como ellos quisieran. Todos los testimonios recogidos son de homosexuales y no existe la participación de otra fuente que opine acerca de esto. Se conduce al lector a pensar que este fenómeno como algo normal y que además es una opción de vida.

Creemos que esta información no es relevante para la comunidad en la forma en que se presenta, ya que se los muestra como víctimas de sociedad en que viven y que según ellos no los deja ser.

Se trata de una información tendenciosa porque trata de provocar en el lector una complicidad con esas personas por el sufrimiento que llevan en su vida, por ello creemos que el periodista ha faltado a su labor pues está tratando como normal la normalidad de este fenómeno.

Además este reportaje tiene una inexactitud informativa por las fotos que acompañan el texto, que muestra a dos hombres tomando café como un par de homosexuales cuando en la imagen en ningún caso se grafica eso.

4. La Prensa del Corazón en Chile ¿Es Sensacionalista?

A través de nuestra investigación empírica de las revistas hemos observado que estas publicaciones más que exaltar la parte informativa de la noticia lo hace del aspecto morboso de ella.

Habíamos dicho que la prensa del corazón caía fácilmente en errores éticos por informar sobre la vida privada de las personas, pero también puede cometer faltas por su excesivo sensacionalismo.

Sin embargo, hay que hacer aquí una distinción en el tratamiento de la noticia, en cuanto a los personajes. Con anterioridad habíamos hecho referencia a que en nuestro país se tenía cuidado con las figuras nacionales con respecto a la información acerca de ellos, porque existe un acuerdo tácito de no - agresión. No ocurre lo mismo, en cambio, con los ídolos extranjeros de los cuales puede llegar a ser publicada cualquier cosa, como vimos en el apartado anterior.

Frente a la pregunta de si la prensa del corazón en Chile es sensacionalista, podemos que sí, esto porque al analizar las portadas, los artículos y sus contenidos nos hemos dado cuenta que en la mayor parte de las veces se apela a las emociones para captar la atención del lector y en definitiva, un nicho en el mercado.

Para confirmar nuestra afirmación pasaremos a exponer algunos casos que comprueban el sensacionalismo en las revistas estudiadas.

1) Revista COSAS, abril de 1998:

Epígrafe: John Travolta

Título: Asesor Sexual de Clinton

Bajada: El actor se reunió con el presidente norteamericano y le contó cómo venció su adicción al sexo. Bill espera graduarse con honores de estas enseñanzas. Hillary también.

El contenido del artículo habla sobre actores de Hollywood que no pueden vivir sin tener relaciones íntimas con distintas mujeres, uno de ellos es John Travolta quien ha sido comparado con el presidente Clinton por su adicción a las mujeres y por la película ('Primary Colors') que hace referencia al problema del presidente norteamericano.

Según el periodista el actor está asesorando sexualmente a Clinton para superar sus impulsos sexuales y pueda convertirse en un marido fiel. Además, se señala que tuvieron una conversación 'íntima' en la cual trataron el tema.

Según un amigo de Travolta "Le explicó al Presidente cómo logró controlar su libido. También le confesó cómo satisface sus impulsos en el matrimonio. John es un maestro en el arte de mantener el interés erótico en su vida conyugal..."

Consideramos que el título del reportaje es sensacionalista, porque se está poniendo el acento en un aspecto de la noticia que despierta la curiosidad morbosa y hace que el lector se imagine que realmente Travolta asesorará Clinton en la materia. Es una información no necesaria para el público desde el punto de vista desde la cual está enfocada y coarta la libertad del lector porque el texto del título lo lleva a querer saber si en realidad el presidente de EE.UU. necesita asesoría sexual.

2) Revista COSAS, julio de 1998:

Epígrafe: Washington

Título: Sexo en la Casa Blanca

Bajada: No sólo Clinton sino un número significativo de presidentes de Estados Unidos tuvieron 'relaciones impropias' en los salones de la gran mansión. Y, para mayor escándalo de los puritanos de hoy esas relaciones no fueron sólo con mujeres.

En el artículo se narran todas las aventuras extramaritales que han tenido distintos mandatarios norteamericanos dentro de la Casa Blanca. Utilizando como gancho la actual acusación sobre acoso sexual que pesa sobre el presidente Bill Clinton se dan a conocer hechos que pertenecen al ámbito de la vida privada de las distintas personalidades: George Washington, Thomas Jefferson, James Buchanan, Franklin Delano Roosevelt, John Kennedy, Richard Nixon, etc.

Si bien en el primer párrafo se hace alusión a la practicas sexuales de Clinton y Monica Lewinsky, durante el resto del texto no se lo vuelve a mencionar ni se trata el juicio en el que está implicado.

Creemos que el título y la bajada son sensacionalistas, porque su único fin es captar la atención del lector a través del gancho del affaire Lewinsky y despertar la curiosidad morbosa. Se relata una información no relevante y se sobrevalora solo un aspecto de la noticia: Las infidelidades en la Casa Blanca.

Además del sensacionalismo hay una invasión a la vida privada y un atentado contra la honra de los personajes mencionados, la mayoría ya fallecidos.

3) Revista COSAS, julio de 1998:

Epígrafe: Jade Jagger

Título: "Te Invito a Mi Orgía..."

Bajada: La hija de Mick y Bianca conmocionó a los británicos al aparecer en afiches promoviendo películas pornográficas y un lugar nocturno donde se realizan actos sexuales y se invita al público a sumarse a la acción.

Este es un reportaje que narra los trabajos que realiza la hija de Mick Jagger en Ibiza. Los avisos de Jade anuncian vídeos de sexo y drogas además aparecen enanos, travestis y bailarinas que se desnudan y realizan actos sexuales.

Se cuenta además, que ella se ofreció voluntariamente para dirigir la campaña de publicidad de un local nocturno. Se describe con lujo de detalles como Jade Jagger aparece en los afiches.

Consideramos que el artículo en general es completamente sensacionalista, ya que en todo momento satisface la curiosidad malsana de los lectores con jugosos aspectos de la vida de la joven y de los actos que se realizan en el local que ella promueve.

El título, completamente sensacionalista y tendencioso llevan al público a creer que la joven participa en las orgías del local, lo que a lo largo del artículo no se confirma. También se acompaña de una fotografía sugerente de la modelo.

"La sorprendente Jade, de 26 años, se desnudó y ató con cadenas para posar en afiches destinados a atraer turistas jóvenes a depravadas sesiones que duran toda la noche".

Además del sensacionalismo hay invasión a la vida privada al contar aspectos personales irrelevantes para el lector, como por ejemplo su divorcio, la relación con su padre y su romance con un adolescente.

Asimismo, se comete un atentado a la honra de Jade Jagger, porque se lanzan comentarios acerca de su vida y su conducta sexual no necesarias para el lector.

4) Revista COSAS, abril de 1997:

Epígrafe: Jodie Foster *Enamorada y no está enamorada*

Título: **Enamorada de una Mujer**

Bajada: Después de años en que los fotógrafos la perseguían, un audaz paparazzi la fotografió con el ser que ama. Y no es un hombre...

Este artículo trata sobre el supuesto lesbianismo de la actriz Jodie Foster. Está acompañado de fotografías donde muestran a la que supone es su ex pareja de la actriz y a la actual, pero en las imágenes (fotos a distancia), no se observa ninguna actitud comprometedor de Foster con su amiga. El paparazzi, que tomó las fotos asegura que la mujer (una desconocida) es el gran amor de la actriz.

“Las informaciones señalan que Jodie y la desconocida han mantenido un romance de al menos dos años, que viven juntas y que su relación es ‘fuerte y bien documentada’”.

En primer lugar, se trata de una invasión a la vida privada de la actriz, ya que se detallan aspectos íntimos sobre su condición sexual que ella nunca ha confirmado.

Creemos que es un artículo sensacionalista porque en el título y en la bajada se da a entender que la actriz está enamorada de una mujer, no obstante el texto se

termina diciendo que ella medija, ‘muy bien’.

sólo de especulaciones, que sólo exacerbaban la curiosidad morbosa del lector por comprobar si realmente Jodie Foster es lesbiana.

Además, las fotografías pueden ser de la actriz con una amiga cualquiera lo que estaría dando pie a una inexactitud informativa, porque se dice que tienen una relación sentimental que a simple vista no es patente en las imágenes.

Finalmente, también hay una información tendenciosa porque se trata de hacer creer al lector un dato no confirmado y que además irrelevante.

5) Revista COSAS, septiembre de 1996:

Epígrafe: Desde Nueva York, Liza Minelli

Título: **Pecado de Juventud**

Bajada: La cantante y actriz reconoció a la revista gay "The Advocate" que cuando adolescente aprendió a besar con su mejor amiga. Además señaló que piensa que la mayoría de las personas pasa por una experiencia homosexual alguna vez en la vida.

El artículo trata sobre la entrevista realizada a la actriz Liza Minelli, en una revista gay. Allí hablan sobre el tema de la homosexualidad con la cantante y cuenta su experiencia con Peter Allen su primer marido, que ella descubrió que era gay tres semanas después de su boda.

Esto dio pie para que ella contara su lista de amantes entre las que se encuentra una mujer. Ella contó como había sido su experiencia homosexual.

"Creo que la mayoría de la gente pasa por una experiencia gay alguna vez. Y ciertamente lo hice en mi adolescencia. Mi mejor amiga, Janet, me enseñó a besar. Practicamos hasta que ella me dijo, 'muy bien'".

Este artículo es sensacionalista porque exagera la curiosidad del público al dar a conocer los pensamientos o experiencias de la actriz con una mujer. Además se cuenta el tema como si en ello hubiese normalidad y que es una experiencia que todo el mundo tiene, lo que no corresponde a la realidad en la mayoría de los casos, lo que conllevaría a una información tendenciosa.

Si bien las informaciones son verdaderas, ya que es la propia Liza Minelli quien lo confiesa, esto no da pie para poner el acento sólo en el aspecto morboso del asunto.

6) Revista COSAS, mayo de 1997:

Epígrafe: Carolina

Título: ¡Ladrona de Amor!

Bajada: Tras la belleza, fortuna y alcurnia de la princesa de Mónaco y su nuevo príncipe se esconde una turbia historia que ya presenta las primeras víctimas: Chantal de Hannover y sus dos hijos.

El reportaje narra la relación entre la princesa Carolina de Mónaco y el príncipe Ernst de Hannover desde su juventud y la amistad que mantuvieron posteriormente. Hablan acerca del quiebre en el matrimonio de Hannover a causa de Carolina y de los reclamos de la esposa de Ernst por arrebatarle el amor de su marido.

El artículo está basado en especulaciones sobre lo que ocurre en ambas familias a raíz de la citada relación y de las acciones legales para conseguir el divorcio por parte del príncipe de Hannover. Se habla del patrimonio de los Hannover y de la pensión que recibirá Chantal.

“Desde el trágico accidente de su marido (Stefano Casiraghi), Carolina buscó cariño y comprensión en el seno de los Hannover y en reiteradas oportunidades viajó junto a sus hijos para disfrutar de las vacaciones escolares en algún centro de esquí cercano al castillo de Ernst... El interés que Ernst mostraba en Carolina se hacía evidente”.

Consideramos que el título del artículo es sensacionalista porque pone el acento en un solo aspecto de la noticia y despierta la curiosidad por saber que sucede con la princesa y su nuevo enamorado.

Además, es una información tendenciosa porque afirma que Carolina le arrebató el marido a su mejor amiga y que ella y sus hijos son las víctimas de la actitud de la princesa cuando son informaciones no confirmada y también irrelevantes.

Hay también una atentado contra la honra de Carolina de Mónaco al catalogarla de ladrona con lo cual se la calumnia como destructora de hogares, aunque esto sea un juego de palabras.

7) Revista COSAS, abril de 1998:

Epígrafe: Anne Heche y Ellen Degeneres

Título: ¡Casadas!

Bajada: La más sorprendente boda de la primavera de Hollywood ha sido la de esta pareja de actrices que, desde hace un tiempo, ostenta su lesbianismo sin problemas.

El artículo se basa en una información recogida por el periódico inglés "Express of London", que señala que las actrices habrían unido oficialmente sus vidas en una ceremonia privada donde intercambiaron argollas de platino.

Se señala que anteriormente Degeneres había confesado su lesbianismo y de pareja la actriz Anne Heche. Después cuentan sobre la filmografía de Heche.

"Puede que la ley no reconozca nuestro matrimonio, pero nosotras si lo hacemos. Amo a Ellen y quiero envejecer junto a ella", dijo Anne después de la boda.

En primer lugar este artículo es irrelevante, aún cuando la información sea verdadera y revelada por sus propias protagonistas. Además es sensacionalista porque pone acento en la parte morbosa de la relación y se trata de un matrimonio no reconocido por la ley estadounidense. El título tiene una inexactitud informativa, porque no es verdadero e irreal.

También consideramos que es sensacionalista, por la fotografía que acompaña el texto donde aparecen las dos actrices abrazadas y el título sugerente que las da por casadas.

8) Revista COSAS, junio de 1996:

Llamado de Portada: **Increíble**

¡Wallis Simpson era Hombre!

Epígrafe: Wallis Simpson

Título: **¿Era un Hombre?**

Bajada: Según el libro "La Duquesa de Windsor", escrito por el abogado Michael Bloch, la mujer que enloqueció al rey Eduardo VIII no lo era íntimamente. Un problema genético provocaba que no tuviera órganos femeninos.

Es un artículo donde se pone en duda la sexualidad de la duquesa de Windsor, en base a un libro escrito por un amigo cercano de los duques. A través de entrevistas a las personas más cercanas de la pareja, donde se pone en duda si consumaron el matrimonio por tener ella una enfermedad llamada Síndrome de Insensibilidad Andrógina (AIS).

"En su libro Michael Bloch asegura: No tengo pruebas de que la duquesa fuera un ejemplo de AIS, pero sé que el rey nunca logró consumar su matrimonio, porque ella no podía hacerlo".

Además se hace una reseña de la vida de Wallis Simpson y de cómo fue escalando posiciones sociales hasta conocer al heredero de la corona de Inglaterra. También hablan de sus relaciones íntimas y del dominio que ejercía ella sobre el rey, incluso se llega a sugerir que tenían una relación muy intensa de sadomasoquismo.

Creemos que hay un sensacionalismo y una información tendenciosa en este artículo debido principalmente al llamado de portada donde se afirma que Wallis Simpson era hombre, luego dentro de la revista en el título del reportaje se plantean las mismas palabras pero ahora con signo de interrogación, lo que llama la atención del público, exacerbando la curiosidad por conocer este aspecto de la vida privada de los duques de Windsor.

Los detalles recogidos por el reportaje son poco relevantes para el lector además de constituir un atentado contra la honra de la duquesa, ya fallecida.

Las fuentes que aparecen en el libro mencionado, nunca señalan que Wallis Simpson era hombre y la información que entregan puede ser interpretada de muchas maneras, así como lo hizo el autor del texto.

9) Revista COSAS, junio de 1996:

Llamado de portada: Diana

Princesa Insaciable

Título del recuadro: La Princesa Insaciable

El artículo habla sobre el libro “La Princesa Solitaria”, escrito por Nicholas Davis y cuenta la infelicidad de Diana de Gales lo que la ha llevado a ser una persona ‘sexualmente insaciable’.

“La princesa de Gales es una mujer fatalmente infeliz, sexualmente insaciable, impacientemente ardiente y ha robado más maridos de los que cualquiera hubiera imaginado...”

Se detallan aún más aspectos privados de la princesa y sus relaciones, los cómo, cuándo y con quién ha estado. No se citan nombres de sus supuestos amantes.

Creemos que es un artículo totalmente sensacionalista, ya que desde el llamado de la portada hasta lo que se relata sólo tiene como fin satisfacer la curiosidad malsana del público, entregándole detalles de la vida sexual de la princesa de las relaciones con sus amantes.

Además, acompaña el texto dos fotos tomadas a distancia donde aparece Diana de Gales besando al príncipe Carlos con las siguientes lecturas de texto que avalarían la tesis del artículo: “En su más reciente encuentro con Carlos, en Eton,

onde estudia el príncipe William, Diana no quiso contenerse... El cariñoso beso de la princesa desconcertó a todos. Y especialmente al príncipe”.

Consideramos que el medio no debió hacer eco de estas informaciones, completamente irrelevantes para el lector y de muy mal gusto.

10) Revista COSAS, diciembre de 1995:

Epígrafe: Revelaciones sin Censura

Título: “Carlos me Privó de Sexo”

Bajada: Los norteamericanos esperan ansiosos la llegada de Diana, que visitará Nueva York el 11 de diciembre para recibir un premio de beneficencia. Mientras tanto, a ambos lados del Atlántico, nuevas revelaciones sacuden a la monarquía y hacen preguntarse si Diana se parece más a Sor Teresa de Calcuta o a Madonna.

El artículo de gran extensión cuenta la visita de la princesa a Nueva York, porque allí recibirá un premio. También hablan de la entrevista concedida por ella a la BBC de Londres donde cuenta su vida con el príncipe Carlos y los errores cometidos al buscar apoyo en el capitán James Hewitt.

Se agregan detalles sobre la relación y algunos comentarios de la princesa extraídos de la citada entrevista.

Creemos que el título del artículo es sensacionalista porque pretende captar la atención del lector con lo más impactante que dijo la princesa, lo que fue destacado y resaltado para despertar la curiosidad morbosa de las personas.

El medio cayó en falta grave porque optó por el sensacionalismo para contar la visita de Diana de Gales a Estados Unidos.

CAPITULO IV: REFLEXIONES FINALES

1. ¿Es Cuestionable este Tipo de Periodismo?

Después de analizar caso a caso los artículos de las revistas y comprobar que se cometen en reiteradas ocasiones faltas a la ética, vale la pena preguntarnos si este tipo de periodismo es cuestionable.

En primer lugar, en general, la prensa del corazón siendo definida por sus objetivos no es de suyo negativa, ya que con extremo cuidado puede informarse de la vida privada sin cometer faltas a la ética.

Sin embargo las revistas estudiadas, y especialmente la revista *COSAS*, ponen los acentos en los aspectos menos relevantes de la privacidad de las personas destacando muchas veces detalles innecesarios para el lector.

En este punto debemos hacer una aclaración, en cuanto a que principalmente se incurre en faltas a la ética cuando se informa sobre personajes extranjeros alejados de la vida nacional. Con nuestras figuras hay más cuidado, ya que se publican entrevistas donde revelan sólo lo que ellos quieren contar, que generalmente son aspectos de su vida privada.

La revista *CARAS*, también incurre en algunas faltas a la ética pero tiene más cuidado al elaborar la información sobre las figuras internacionales y trata de la misma manera que sus pares a los personajes chilenos.

La revista *VEA*, en tanto, que debe su existencia a la vida privada de los personajes populares chilenos, tiene aún más cuidado a la hora de informar sobre

estos aspectos, tratando amablemente a sus fuentes. Por lo mismo, sólo informa lo que el entrevistado quiere que sea conocido por el público.

En segundo lugar, al ser el tema central de este tipo de prensa la vida privada de los personajes populares se puede llegar a pensar que ésta es innecesaria para el lector ya que se le informa de los aspectos menos relevantes para su desarrollo en la sociedad.

El fin de esta prensa es el entretenimiento. No es negativo querer lograr esto con una información ágil e interesante, esto lo logran las revistas del corazón en Chile, de hecho tienen grandes volúmenes de venta. No obstante, lo que cuestionamos es la manera en que se está entreteniéndolo al lector.

Número a número se lo bombardea de información liviana, de bajo nivel, tabacana y de muy mal gusto, en algunas ocasiones. Se está mostrando una vida de ensueño y un modelo ideal a seguir que no tiene nada que ver con la realidad. Se transforma en modelos de vida a personas que no tienen los valores morales para ello.

A menudo, los temas son los divorcios, las peleas conyugales, las relaciones sexuales y homosexuales, las infidelidades, la violencia intrafamiliar, etc. ¿Es eso lo que entretiene al lector?, ¿Eso lo dignifica? ¿O es que se lo cree tan inculto como para entregarle otro tipo de temas?

¿Será mejor, entonces, omitir para no dañar la integridad del lector? Creemos que sí. Porque, si la razón de dar a conocer este tipo de cosas tuviera una labor simplificadora se justificaría. No es el caso de la prensa del corazón en Chile.

Si el fin de esta prensa es contribuir a la "chismografía", a la curiosidad malsana, hasta ahora lo está logrando. Creemos que, poco a poco, estamos llegando a estos extremos, sin embargo consideramos que el criterio seleccionador de los periodistas no nos llevará a experimentar el sensacionalismo y las invasiones a la vida privada que se viven en los países extranjeros.

Es cuestionable este tipo de periodismo, desde el punto de vista de cómo se enfocan las informaciones que dan conocer. Sus temas lejos de contribuir al desarrollo del hombre en la sociedad, colaboran con la evasión de la persona porque con ello desean una vida de sueños y fantasías alejadas de la realidad y así entienden como normales ciertas conductas reñidas con la moral.

2. Consecuencias para el Periodismo en Chile

Hoy en día en los medios de comunicación social, no es raro ver informaciones del tipo de la prensa del corazón que antes no tenían cabida en ellos. Por ejemplo, la sección “Casos y Cosas del Jet Set” del diario El Mercurio y la sección “Gente” de la revista Qué Pasa. Este es un proceso *in crescendo*, porque cada vez más se informa sobre la vida privada de las personas.

Sin embargo, a pesar de que esto es algo considerado como normal, la proliferación de revistas del corazón puede generar consecuencias para nuestro periodismo en general, esto porque son los ejemplares de mayor venta en el país.

En primer lugar, consideramos que una consecuencia puede ser que el periodismo se “acorazone” cada vez más, se frivolicice y llegue a ser *light*. Esto por los temas que trata, que no son relevantes y que centran en los aspectos menos interesantes de la vida privada. Esto podría conllevar a que el periodismo pierda su función social y que se piense cada vez más en términos individuales.

En segundo lugar, la trivialización de la vida privada. Esta se encuentra fuertemente amenazada lo que crea una conciencia de que la privacidad no esté protegida y resguardada. Muchas veces hay gente que no tiene reparos en dar a conocer sus aspectos íntimos, lo que puede llevar a pensar que el medio quiera hacer lo mismo con otras personas, desdibujando los límites.

Hay un peligro mayor en la prensa del corazón y es que se reafirmen valores o valores. Por ejemplo, ver en las revistas una persona que se casa, es infiel, se separa, tiene relaciones con hombres y mujeres, la promiscuidad, etc.

En este sentido creemos que el mayor responsable es el medio de comunicación social al darle cabida a este tipo de temas y al no comprender que el periodismo tiene una función social que es la de informar rectamente y en pos del Bien Común.

Poniéndonos en el lado de los medios, el argumento de ellos puede ser que el hombre es libre de elegir si compra o no su revista, sin embargo ¿Es tan libre el lector como para no hacerlo?

Tal vez sí o quizás no. Las revistas despiertan la cuota de morbo que cada uno tiene, entonces si una de ellas titula con sensacionalismo, esa persona ya no será libre como para no comprar la publicación. Porque le estoy satisfaciendo una curiosidad que él tenía latente, pero que mientras estaba quieta no lo desperfectonaba como persona.

Eso es lo negativo de esta prensa. Produce un producto que despierta el morbo. Y ese fin comercial hace que el lector no se mueva con la inteligencia sino con la sensación que le despertó la portada de tal o cual revista.

Aquí entra el aspecto comercial. Cada vez más asistimos a la batalla por la venta de ejemplares y ello hace que el medio caiga a menudo en el título sensacionalista para ganarle a la competencia. Se entra en un juego que a menudo lleva a un círculo vicioso de tratar de vender más que el otro, atropellando todo tipo de responsabilidad al informar. No se puede desconocer que hay un trasfondo económico.

No podemos afirmar con certeza, cuál será el futuro de la prensa del corazón en Chile, sin embargo a partir de nuestra investigación perfilaremos algunas tendencias.

Consideramos que si la prensa del corazón permanece tratando los temas de la vida privada de la misma manera, llegará a parecerse a sus similares sensacionalistas extranjeros, es decir se radicalizará el fenómeno. Mantendrá la política de darle al lector lo que ellos quieren, por lo tanto esto devendrá en *vox populi, vox dei*.

“El fin último de la información es el bien del hombre. Informar en cuanto a la vida privada y no un capricho del periodista, es un acto de justicia. Al ‘público’ – que en esta instancia, es siempre un sujeto – hay que informarle lo que le corresponde en virtud de su naturaleza y de su dignidad, y no ‘cualquier cosa’, aunque el público lo

Si cambia su enfoque, al informar sobre la vida privada, esto se refiere a que si en lugar de invadir la vida privada y a informar sobre lo menos relevante de ella, podrá limitarse en el tiempo y cubrir esa parte del entretenimiento necesario para todo el ser humano.

⁵¹ Yáñez, Eugenio. La Insuficiencia Ética de los Medios de Comunicación Social.

CONCLUSIONES

Después de realizar nuestra investigación podemos concluir varias cosas:

1) Una de ellas es que el fenómeno de la prensa del corazón existe en Chile, cuya expresión más típica son las revistas CARAS, COSAS y VEA. Sin embargo, la directora de revista CARAS, señala que más del sesenta por ciento de su revista no es prensa del corazón, ya que equivale a notas de política o cultura. Aunque reconoce que tiene ciertos elementos.

Si bien estas publicaciones de este tipo de prensa, nacieron a mitad de los sesenta, con COSAS, creemos que este fenómeno se hace más claro a finales de los ochenta con la aparición de los personajes chilenos en la portadas.

Además, comienzan a tener los tres elementos de la prensa del corazón: informar sobre la vida privada, predominio del quién por sobre el qué de la noticia, con el fin de despertar emociones.

2) Otra conclusión que hemos sacado es que no se puede determinar el curso de la prensa del corazón en los próximos años, debido a que podría radicalizarse y llegar a ser sensacionalista. Esto debido a que los medios por una parte, se guían por lo que el público pide, también porque son un reflejo de la crisis de identidad del hombre que no tiene una referencia valórica o simplemente, porque se dejan llevar por los fines comerciales.

3) De acuerdo a lo que hemos investigado, en un caso específico la prensa del corazón ha aumentado sus informaciones quitándole espacio a la información

general, nos referimos a la revista COSAS en la cual en la actualidad sólo tiene una o dos entrevistas de política y el resto son notas sobre personajes populares.

4) Por otra parte, también consideramos que la prensa del corazón conlleva faltas a la ética periodística debido a que su objeto principal es la vida privada de los personajes públicos. También porque su lógica interna, supone al menos el sensacionalismo. Por lo que podemos afirmar que las faltas que comete esta prensa no son hechos aislados, es decir no son accidentales.

5) Las faltas más recurrentes de este tipo de prensa, de acuerdo a lo que hemos observado: Son invasión a la vida privada, atentados contra el honor y la honra de las personas, información tendenciosa e inexactitud informativa y en mayor grado, sensacionalismo.

En general, consideramos que esta última falta es la más patente, porque las revistas ponen los acentos en la parte morbosa de la información, exacerbando la curiosidad del lector, especialmente con los títulos, bajadas, fotografías y en ocasiones en el texto.

En este sentido, COSAS, es la publicación que más faltas a la ética periodística presenta, esto porque en casi todos los números que analizamos encontramos dichas faltas. La revista CARAS, también las comete, sin embargo, en menor medida y cuidando más sus informaciones.

VEA, en cambio, contiene pocas faltas a la ética, por el extremo cuidado al tratar a los personajes y la excesiva amabilidad para con ellos, llegando incluso a la idealización.

Creemos que la prensa del corazón en Chile es cuestionable en general, ya que entrega informaciones poco relevantes para el lector y sólo lo bombardean con artículos livianos, de mal gusto, triviales, chabacanos, etc.

Se entretiene a través de una chismografía barata disfrazada de sofisticación, que sólo consigue que el lector esté cada día más propenso a aceptar este tipo de informaciones como algo normal.

El problema no es que estas revistas entretengan con información poco relevante, sino que el inconveniente radica en la frecuencia de lectura de estos textos y que la persona crea que está informada sólo accediendo a este tipo de publicaciones.

No queremos decir que la labor de los periodistas que trabajan en estos medios sea menor. Nuestra idea se centra en la poca libertad que tiene el lector para comprar estas revistas cuando se titula de manera sensacionalista.

Consideramos que es el medio el único responsable en la publicación de las informaciones, ya que son los que seleccionan y en último caso, pueden omitir algunos detalles no necesarios para el público. Puede ser que una persona lo cuente todo, pero esta en el medio la responsabilidad de publicarlo o no.

Esta prensa es perfectible y puede llegar a ser una alternativa de entretención para la gente, pero siempre considerando las responsabilidades que tenemos como informadores de entregarle al público un instrumento para su desarrollo en la sociedad y tomando en cuenta que nuestro deber es informar según la recta conciencia profesional y en aras del Bien Común, dejando de lado los intereses comerciales.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Blázquez, Niceto. (1994) *Ética y Medios de Comunicación*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Brajnovic, Luka. (1978). Deontología Periodística. Pamplona: Editorial EUNSA.
- De Fontcuberta, Mar. (1990). *El Discurso de la Prensa del Corazón*. *Revista ANALISI*. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Derieux, Emmanuel. (1983). Cuestiones Ético – Jurídicas de la Información. Pamplona: Editorial EUNSA.
- Desantes, José María. (1992). *El Derecho Fundamental a la Intimidad*. *Revista del Centro de Estudios Públicos*. Número 46.
- Filippi, Emilio. (1991). La Profesión de Periodista. Una Visión Ética. Santiago: Editorial ATENA.
- Freund, Gisèle. (1983). La Fotografía Como Documento Social. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Gallego, Juana. (1990). Mujeres de Papel. De ¡HOLA! a Vogue: La Prensa Femenina en la Actualidad. Barcelona: Editorial Icaria S.A.
- Gómez Mompert, Josep Lluís. (1992) *Medio Siglo de Prensa del Corazón en España (1940 – 1990)*. *Revista ANALISI*. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Número 14.

- González Gaitano, Norberto. (1990). El Deber de Respeto a la Intimidad. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Goodwin, H. Eugene. (1986). A la Búsqueda de una Etica en el Periodismo. México: Ediciones Gernika.
- Herrán, María Teresa y Restrepo, Javier Darío. (1991). Etica para Periodistas. Bogotá: Editorial Tercer Mundo Editores.
- Lecaros, María José. (1989). Etica Periodística. Santiago: Escuela de Periodismo, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Mac Hale , Tomás. (1988). Libertad de Expresión, Etica Periodística y Desinformación. Santiago: Centro de Estudios de la Prensa, Facultad de Letras, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Martí García, Miguel Angel. (1992). La Intimidad. Pamplona: Editorial EUNSA.
- Navarro, Arturo. (1985). El Sistema de Prensa en Chile bajo el Gobierno Militar (1973 – 1984). Santiago: Céneca.
- Pellegrini, Silvia. (1989). Políticas de Información. Santiago: Colección "Actualidad e Información". Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Pizarrozo, Alejandro y Rivera Julia. (1994). Corazones de Papel. Sensacionalismo y Prensa del Corazón en España. Barcelona: Editorial Planeta S.A.
- Rozas, Eliana, Molina Jorge y Desantes José María. (1992). Los Medios de Comunicación Social y el Derecho a la Intimidad y a la Vida Privada. *Revista del Centro de Estudios Públicos*. Número 46.

- Soria, Carlos. (1981). Derecho a la Información y Derecho a la Honra. Barcelona: Editorial A.T.E.
- Urabayen, Miguel. (1977) Vida privada e Información. Un Conflicto Permanente. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra. (EUNSA).
- Valdevenito, Alfonso. (1956). Historia del Periodismo Chileno (1812 – 1955). Santiago: Segunda Edición.
- Vázquez Fernández, Francisco. (1991). Ética y Deontología de la Información. Madrid: Editorial Paraninfo.

ANEXOS

ANEXO N° 1

Cuestionario Tipo de Entrevista a Directivos de Revistas.

1. ¿Cuál es el medio intelectual que es del cual usted es?
2. ¿Cómo se relaciona su revista con el resto de esta disciplina?
3. ¿Cuál es el objeto de su revista?
4. ¿Cuál es la fórmula que caracteriza a su revista?
5. ¿Ha sentido a lo largo de su tiempo alguna queja o demanda por alguna de sus publicaciones?
6. ¿Qué porcentaje de lo que se publica en su revista se produce en la redacción y qué porcentaje se compra fuera?
7. ¿Computador las informaciones que se publican?
8. ¿Tienen ustedes alguna relación especial con algún periódico latinoamericano, europeo, asiático, ruso respectivamente?
9. ¿Hay algún personaje que destaque con su revista?
10. ¿A su juicio cuáles son los personajes que más han aportado a lo largo de los años de su revista?
11. ¿Cuáles son las reflexiones más importantes que ha publicado su revista?
12. ¿Ha sido necesario comenzar a ser impetuados los personajes chilenos en su revista?
13. ¿Han publicado algún suplemento o números especiales por algún acontecimiento importante?
14. ¿Cuál es el nivel de la vida de la revista de esta revista?
15. ¿Cuáles programas venden al año y con cuáles programas?

Anexo n° 1

Cuestionario Tipo de Entrevista a Directores de Revistas.

1. ¿Qué entiende usted por prensa del corazón?
2. ¿Cree usted que su revista está dentro de este concepto?
3. ¿Cuál es el origen de su revista?
4. ¿Cuál es la fórmula que caracteriza a su revista?
5. ¿Ha tenido a lo largo de su historia alguna querrela o demanda por alguna de sus publicaciones?
6. ¿Qué porcentaje de lo que se publica en su revista se produce en la redacción y qué porcentaje se compra afuera?
7. ¿Comprueban las informaciones que compran y publican?
8. ¿Tienen ustedes alguna relación especial con algún personaje famoso (acuerdo, contrato, amistad, trato especial, etc.)?
9. ¿Hay algún personaje que colabore con su revista?
10. ¿A su juicio quienes son los personajes que más han aparecido a lo largo de los años de su revista?
11. ¿Cuáles son las exclusivas más importantes que ha publicado su revista?
12. ¿En qué momento comienzan a ser importantes los personajes chilenos en su revista?
13. ¿Han publicado algún suplemento o números especiales por algún acontecimiento importante?
14. ¿Cuál es a su juicio el tipo de lector de esta revista?
15. ¿Cuántos ejemplares venden al año? ¿Con cuántos empezaron?

16. ¿Hay personas que cobran por aparecer en su revista?
17. ¿Alguna vez han retirado algún reportaje por algún tipo de presión, amistad, dinero o a cambio de otro reportaje mejor o distinto?
18. A su juicio, ¿Cuál cree que es la revista líder del sector?
19. ¿Qué límites se imponen dentro de su revista a la hora de informar sobre la vida privada de las personas?

Anexo n° 2

Cuestionario Tipo para Entrevista a Expertos.

1. ¿Qué entiende usted por Prensa del Corazón?
2. ¿Qué elementos caracterizan a la Prensa del Corazón?
3. ¿Cuándo la Prensa del Corazón podría incurrir en una falta a la ética?
4. Si incurre en una falta ética, ¿Cuáles serían éstas?
5. A su juicio, ¿la prensa del corazón dignifica a la persona, en el sentido de que de cualquier forma le está entregando información?
6. ¿Por qué las personas no tiene derecho a conocerlo todo?, Como afirma Alexander Solzhenitsyn.
7. ¿Se experimenta el fenómeno de la Prensa del Corazón en Chile?
8. La intimidad es una realidad extrainformable, ¿Qué papel le cabe al medio en el caso de que haya una persona que quiera dar a conocer su intimidad a través de una exclusiva? : No debe informar o debe hacerlo y hasta qué punto.
9. ¿Puede estar aparejado el fenómeno de la prensa del corazón con la aparición de un 'jet set' criollo, que antes no tenía acceso a este tipo de canales de comunicación?
10. ¿Qué elementos caracterizan la Prensa del Corazón en Chile? ¿Es parecido al fenómeno europeo?
11. ¿Por qué el fenómeno europeo se traslada a Chile? ¿Tiene que ver con algún hito histórico?
12. ¿Qué consecuencias tiene la Prensa del Corazón para el Periodismo en Chile?

Anexo n° 3

Entrevista a Guillermo Hormazábal, Jefe de Asuntos Públicos de ENAMI, Ex presidente del Colegio de Periodistas y ex presidente de la Comisión de ética del Colegio de Periodistas.

1. ¿Qué entiende usted por prensa del corazón?

Es una terminología bastante nueva, por lo menos para verla acuñada en una frase. Esta prensa no la habíamos ubicado en un contexto pero, como su nombre lo indica, es una prensa que está dedicada a los temas que tienen que ver con la vida artística, con el mundo más mundano, no en el mal sentido de la palabra, un mundo más de espectáculos. El objetivo de esa comunicación es dar a conocer las características, la vida de personas que merodean el mundo del espectáculo y que causan un inmenso interés a nivel no sólo del país sino mundial. Conocer la vida de un artista al que uno admira, a la gente siempre le ha interesado. Lo veo referido como a ese mundo, no lo veo referido a otra cosa. Son figuras que la gente admira y que las ve a través de todos los medios de comunicación, esta prensa se dedica a descubrir que pasa detrás del deporte o detrás de la actividad principal del personaje.

2. ¿Qué elementos caracterizan a la prensa del corazón?

Tengo la percepción de que va a lo desconocido, a veces hasta lo más prohibido, lo que la gente desea saber. Pero no a la cosa valórica, sino que también, el principal pecado de esta prensa, que es destacar los antivalores. No es que esta prensa se haga parte de ello, sino que está referido a que por ejemplo, un animador cualquiera que puede tener muy buenas condiciones histriónicas se transforme en un consejero frente al aborto, frente al matrimonio,

a la guerra, al tema de Clinton o la vida del Papa, muchas veces la prensa cae en eso. Va formando líderes de opinión que me parece no son los más adecuados. Todos sabemos que hay líderes de opinión positivos y negativos, aquí en esta prensa se juega mucho con eso. Hay responsabilidad del medio porque se hace cómplice de esto. El periodista tiene una responsabilidad social, no puede ser un mero transmisor, debe saber que hay temas que no debe preguntarle a cierta persona, no por censura. Si sé que esa persona está separada cuatro veces y sus separaciones han sido escandalosas que no venga después ella misma persona a hablar de la familia o de los hijos, eso no. No lo estoy criticando por su vida, como periodista simplemente no lo entrevisto y el editor debe saber eso. La parte más negativa de esta parte es transformar a esta gente en 'Einsteins', cuando no lo son.

3. ¿Cuándo la prensa del corazón podría incurrir en una falta a la ética?

Esta es una contradicción, yo soy absolutamente respetuoso de la vida privada, mi libertad va a llegar hasta donde no te complique la tuya, distinto es el personaje público, el cual está sometido a eso y hace juego con esto, porque le gusta y le sirve para salir en los medios. Ejemplo de Diana Spencer, que llamaba a la prensa para levantar ciertas actividades. Si ella se expone públicamente, yo como periodista debo informar con ciertos límites. Si la persona no tiene ningún interés en que se conozca su vida privada, yo no tengo porque profundizar en ello. El asunto de cuando la persona no quiere, hay que respetarlo.

4. ¿Por qué se empieza a informar de la vida privada?

Porque hay un público ansioso de eso. La revista Ritmo era dedicada a la juventud pero no existía ese morbo de hoy. Desde el punto de vista ético no tenía ningún problema. La televisión despertó este espacio. Ahí se necesitó un espacio donde informar.

5. ¿Quién determina los límites a la hora de informar sobre los personajes

publicos?

Yo creo que los directores o editores, que tienen el criterio para llegar a esos niveles son los que tienen que determinar, por algo están allí, hay un sentido común en la sociedad donde estás, que te dice hasta donde puedes llegar. Eso se debe transmitir a quienes trabajan con uno. Ahí se determinan los límites. Yo creo que todo en la vida tiene sus límites, no hay total libertad. No puedo, en nombre de la libertad de expresión, meterme en la vida de los demás y juzgar lo que yo quiera de los demás. Hay un responsable. El que tiene que dar las pautas es el editor o los directores de los medios. Sin embargo creo que no se puede normar el límite porque se le quita la libertad. Nosotros creemos que debe ser el periodista quien ejerza la profesión. Eso porque se creemos que el periodista tiene ciertos parámetros éticos con los cuáles trabajar. Entonces es un profesional que puede informar con responsabilidad y sabe cuáles son los límites. Ese es el tema fundamental para resguardar la ética.

6. ¿Cuáles serían las faltas a la ética de la prensa del corazón?

El no respeto de la vida privada, no tan sólo del actor sino que del mundo que lo rodea, de su familia. Eso es la más fuerte y casi lo dice todo. Es lo fundamental. Exacerbar el morbo, yo creo que está presente en este tipo de prensa más que en otra. Es un sensacionalismo, al estilo amarillista. Esta prensa no vende si no utiliza eso. La gente lo exige, si no se lo da, el lector no la compra, entonces se potencian el lector y el medio. Entendiendo que en esta prensa mientras más secretos cuentas, explotes la vida, mientras más fuerte seas en eso la gente te va a leer más. Estas revistas son leídas con avidez. Eso es grave cuando el público tiene las ventanas abiertas, la niña de 14 años está abierta y todo puede influenciarla para bien o para mal, ahí viene la responsabilidad de los medios.

7. A su juicio ¿La prensa del corazón dignifica a la persona en el sentido de que cualquier forma le está entregando información?

Entregar información no significa entregar dignidad. Yo creo que entregar y recibir informaciones es uno de los derechos fundamentales que tiene el ser humano, pero depende de que tipo de información entregues. No porque entregues información y por ello tengas a las personas informadas, puedas estarle vendiendo un cuento absolutamente distinto a la realidad a la gente. Vaya uno a saber si esa información es correcta o incorrecta, si es verdad o no. Lo que pasa en la prensa del corazón, es que se confunde la ficción con la realidad. No es por entregar información que yo te dignifico a ti, sino que lo que te entregue es para dignificarte.

8. ¿Por qué las personas no tienen derecho a conocerlo todo?

Porque invaden la libertad de una persona, porque la libertad tiene un límite. Nada es total en la vida. Si tenemos que hablar de la libertad de expresión, no es total. Toda la gente no tiene porque conocer mis cosas, puede que yo no quiera. No se puede atropellar mi derecho. Si yo no quiero que publiquen algo, el periodista tiene el derecho a respetarme.

8. ¿Se experimenta el fenómeno de la prensa del corazón en Chile?

Se experimenta a distintos niveles. La que más me preocupa es TV y Novelas. En su forma de hacer propaganda. Se está en una irresponsabilidad con un público que es más sensible. CARAS y COSAS tienen otro nivel de lenguaje, no pueden engañar.

9. ¿Qué consecuencias éticas trae la prensa del corazón?

Es un poco peligroso. Cuando se tiene éxito con este tipo de revistas comercialmente, hay una tentación de explotar este tipo de medios. El tratamiento de mi diario es un poco

distinto. Esto tiene su gracia y su público. Este tipo de revistas va dando buenos resultados.

Eso puede llevar a un tipo de prensa más 'light'. Esto es patente. Yo creo que esta prensa

puede influir en la forma de tratar los temas.

1. ¿Que enfoque adoptó por Prensa del Corazón?

Nunca me he referido en el título del libro. Esto no es un fenómeno nuevo, el tema es del todo nuevo, viene antes incluso en el siglo pasado en Europa. Me parece que la prensa se corrió a la izquierda mucho con un cambio cultural muy interesante que se ha dado en la sociedad de lo público y lo privado. Hay todo un cambio que Angelica Ahl, recoge en una obra y señala que las revistas feministas han sido las pioneras en colocar en público los temas privados. En el fondo, esto, recupera el aprendizaje de uno de los temas privados.

2. ¿Que elementos caracterizan a la prensa del corazón?

La prensa del corazón toma una corriente que está presente en el resto de la prensa pero la excava la lleva al límite que es la vida íntima de las personas. Esto, porque trabaja el aspecto menos interesante de la vida íntima de las personas. Con posiciones éticas cuestionables de cómo exponer esos materiales. La prensa del corazón viene lo menos rico de la sociedad, es decir toma lo menos de la intimidad. Uno cree que está tratando en la casa que se muestra, pero no está tratando en la familia. La prensa del corazón se mueve en la capa externa de la intimidad.

3. ¿Cuándo la prensa del corazón podría incurrir en una falta a la ética?

Sería decir que la intimidad no es materia informativa salvo en dos excepciones cuando es dolor o cuando es relevante. A mí me parece que las faltas van por el terreno de

Anexo n° 4

ENTREVISTA A María José Lecaros, Decana de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Los Andes, Profesora de Etica Periodística.

1. ¿Qué entiende usted por Prensa del Corazón?

Nunca me he metido en el fondo del tema. Este no es un fenómeno nuevo, al menos no del todo nuevo, tiene antecedentes en el siglo pasado en Europa. Me parece que la prensa del corazón se relaciona mucho con un cambio cultural muy importante que se ha dado en la realidad de lo público y lo privado. Hay todo un cambio que Angélica Mir, recoge en una tesis y señala que las revistas femeninas han sido las innovadoras en colocar en público los temas privados. En el fondo, creo, recuperan el aspecto más frívolo de los temas privados.

2. ¿Qué elementos caracterizan a la prensa del corazón?

La prensa del corazón toma una corriente que está presente en el resto de la prensa pero la exagera la lleva al límite que es la vida íntima de las personas. Esto, porque trabaja el aspecto menos interesante de la vida íntima de las personas. Con posiciones éticas dudosas de cómo obtienen estos materiales. La prensa del corazón toma lo menos rico de la intimidad, es decir toma lo formal de la intimidad. Uno cree que está entrando en la casa (de un famoso), pero no está entrando en la familia. La prensa del corazón se mete en la capa externa de la intimidad.

3. ¿Cuándo la prensa del corazón podría incurrir en una falta a la ética?

Soria dice que la intimidad no es materia informativa salvo en dos excepciones cuando es dada o cuando es relevante. A mí me parece que las faltas van por el tema de la

libertad. Esta prensa entra en la vida íntima anulando la libertad, con los lentes de las cámaras, con la tecnología que permiten la invasión. El público sabe cuando la foto ha sido tomada ilícitamente, lo que no hace bueno el acto. Sin embargo, creo que es mucho más grave que la gente venda su intimidad. Me complica que en lo que nosotros denominamos prensa comience a venderse la información. Es un tema que hace atractiva la idea de decir que es periodismo y pseudo periodismo. Si yo no sé el matrimonio de una persona no pasa nada. Lo encuentro más grave es si un economista vende información sobre la crisis asiática que es para todos. Hay algo de inmoral en la venta de la intimidad. La intimidad no se vende ni se compra, se da. ¿Por qué va a ser más caro el matrimonio de Salas que el mío? Cómo califico esa venta, como se traspasa esa plata, etc.

4. Si incurre en una falta a la ética ¿Cuáles serían específicamente?

Faltas a la ética específicas: Lograr datos o imágenes de la vida íntima obtenidos ilícitamente, porque se atenta contra la libertad de la persona. Con ello, se le quita a la persona la riqueza de la intimidad. La exposición de Eliana Rozas en el Centro de Estudios Públicos, es muy clara. Allí, hace una acotación a la teoría de Desantes, no es que informar de la intimidad sea malo, sino que uno no puede informar sobre la intimidad. Cuando uno entrega la intimidad en forma masiva no se entrega la intimidad sino que es una apariencia de intimidad. Lo malo de la publicidad de la intimidad es que es falsa.

5. A su juicio, ¿La prensa del corazón dignifica a la persona, en el sentido que de cualquier forma le está entregando información?

Con la prensa del corazón tengo sentimientos encontrados. Yo le diría a una persona de la cual me interesa su futuro, que es una pérdida de tiempo. No creo que la prensa del corazón te haga sistemáticamente mal. Pero apelar al morbo, a la sensualidad que uno

exacerba ilícitamente, respecto de algo que no ha sucedido, eso me merece dudas. A mí me preocupa que la gente haya sentido tristeza por la muerte de la Princesa Diana de Gales. En cambio no me preocupa que sienta alegría o pena por Pinochet porque son sentimientos reales, porque vivimos con Pinochet durante mucho tiempo. A mí me preocupa este invento de sentimientos, que yo este de duelo por la muerte de Diana, que me alegre con la Carolina de Mónaco. Es irreal. A mí me parece que exagera pasiones y sentimientos que en sí no son malos, pero que son malos porque son irreales. Son imágenes a veces que me hacen mal objetivamente porque me tiran para abajo.

6. ¿Por qué las personas no tiene derecho a conocerlo todo? Como afirma Alexander Solzhenitsyn

Me encanta esta afirmación pero yo la cambio, a mí me parece que las personas si tiene derecho a conocer lo que ellos consideran que tienen derecho a conocer, habrá quienes piensan que tienen derecho a conocerlo todo pero están equivocado porque es imposible. De partida, son periodistas no tenemos derecho ni deber a dar a conocer todo. El periodista siempre selecciona. Vivimos omitiendo y es un mito porque tiene que ser así, el deber del periodista es seleccionar lo más importante, lo más relevante en esa selección en la última línea está el último amor de la Carolina de Mónaco, porque es lo menos relevante para el público. Yo concuerdo con Solzhenitsyn, en parte conocido con el espíritu de su afirmación. Yo no tengo ninguna obligación de darlo todo y menos de lo negativo. Cuando *La Cuarta* titula "Mujer se Comió a su Hijo Escabechado", ese título me dice: Ud. hoy día no se puede mostrar sin saber qué mujer se comió a su hijo escabechado. Lo que *La Cuarta* no capta es que ese título no lo necesitaba el lector. Lo que necesitaba saber es porqué es indispensable para la masa, por ejemplo. De partida comete una injusticia porque le entrega una cuestión que objetivamente desperfectiona a la persona. Todas las personas tienen una cuota de morbo

latente y se le está satisfaciendo. Si yo no produzco el producto que produce el morbo, es persona buscará el morbo por otro lado, pero al menos yo no soy responsable.

7. ¿Se experimenta el fenómeno de la prensa del corazón?

El fenómeno de la prensa del corazón se experimenta en Chile. Es un fenómeno mundial. La revista *¡HOLA!* es la más paradigmática que hay porque se ha internacionalizado. Yo creo que en Chile es una copia porque la sociedad, porque hay relación entre la prensa y las características del sistema social. La prensa satisface necesidades del sistema social resuelve problemas del sistema social. A mí me parece que esto coincide con un cambio del sistema social. Lo íntimo deja de tener valor propio y pasa a ser una mercancía. Se han dado vuelta los mundos privados y públicos, porque tienen una cierta dimensión cultural. Yo le otorgo privacidad o publicidad a determinados mundos aunque a veces incorrectamente o correctamente, en la medida en que determinados temas se hacen públicos y otros se hacen privados. Aparecen las formas periodísticas que trafican con la parte más formal de esos mundos privados que salen al público. Igual de ilógico que conocer el departamento de la Carolina de Mónaco son los reportajes de la revista *Hacer Familia*. Es de locos que haga un reportaje que me diga cómo tengo que pelear con mi marido, eso significa que yo no sé pelear con mi marido. Antes, si yo era tímida trataba el asunto de mi timidez en privado, con mi mamá, mi abuela, mi tía. A mí me parece que hay una gran carencia de relaciones interpersonales, esto lleva a que el ámbito de las relaciones personales sea muy desconocido para la gente. La gente no sabe cómo pololear. Yo estoy segura de que en *Miss 17* te dicen cómo dar besos. No hay un hito que cambie lo público y lo privado en Chile, a mí me parece que es por un cambio generacional. Se trata de la pérdida de las relaciones interpersonales y de la búsqueda de lo que el hombre necesita afuera.

8. La intimidad es una realidad extrainformable, como usted afirma en su libro ¿Qué papel le cabe al medio en el caso de que haya una persona que quiera dar a conocer su intimidad a través de una exclusiva? ¿No debe informar o se debe informar y hasta qué punto?

La intimidad es una realidad extrainformable en cuanto a venta de exclusivas se trata. A mí me parece que los medios no debieran aceptar la venta de exclusivas, porque es lo menos relevante en términos informativos. Me preocupa más, eso sí, la exclusiva política. Si hay una declaración pública me parecería fatal que fuera exclusiva.

9. ¿La prensa del corazón puede ser calificada como negativa?

Me parece que la prensa del corazón puede ser tan mala o tan buena como una novelita de amor y lujo, común y silvestre. Lo que te pasa con cualquier mensaje es que eso te toca a las dos facultades superiores: La inteligencia y la voluntad. Tu puedes leer algo que no te golpea la inteligencia, sin embargo no te podría decir que es malo. Empieza a ser malo cuando tu lees sólo cosas que no te tocan la inteligencia, porque la inteligencia permanece quieta y eso es contrario al hombre, lo propio del hombre es que mueva su inteligencia. Cuando sólo se mueve la voluntad es un peligro porque se empieza a vivir la vida de acuerdo a eso que he leído. Si una persona lee solo prensa del corazón, yo me preocuparía si soy su profesor, su madre, etc. Una persona que no tiene nada en la cabeza y además tiene su voluntad super deformada porque la ha acostumbrado a querer cosas que no son queribles, cosas que no son reales. Pero yo no puedo echarle en cara a ¡HOLA!, Usted está provocando esto, porque entonces no se podría escribir nada livianito.

10. ¿Qué consecuencias tiene la prensa del corazón para el periodismo en

Chile?

Las consecuencias para Chile, es que ha hecho que el periodismo en general se corazone. Los grandes afectados han sido las secciones culturales, porque se pueden transformar más fácilmente en prensa del corazón. Sé más de Isabel Allende que de sus libros, sé más de Gabriel García Márquez que de sus libros por eso creo que hay una deformación porque es lo que más pasa.

2. ¿Qué define a la prensa del corazón que la caracteriza

Los personajes populares públicos, tienen una vida privada ma es la que se hace en el grupo de un mundo de medios. Es un momento que también se da en la vida, en la televisión, se presentan aspectos de la vida cotidiana y de relevancia en la vida cotidiana y en la vida privada. Noticias, rumores, matrimonios, matrimonios, rupturas sentimentales, por un parte. Por otra parte aspectos de la vida cotidiana: el colegio de los niños, la casa que se compra, las compras que se hacen, el vestuario, todo este tipo de cuestiones. Es una especie de escaparate de la vida privada y de las costumbres rutinarias de la vida cotidiana de los personajes populares. Creo que las características que tiene son contar de manera no agresiva con personas sino de manera amable, también comparar la actualidad humana con una la actualidad general, pero que va con la inmediatez de la noticia, con el interés humano. La prensa del corazón más de los aspectos -veces muchas veces pero otros son verdaderos, historias de verdad. En la prensa del corazón la apariencia de verdad es muy

Anexo nº 5

*Entrevista Mar de Fontcuberta, Directora Magíster de Periodismo,
Universidad Católica*

1. ¿Qué entiende usted por prensa del corazón?

Es la prensa que tiene como contenido fundamental el publicitar la vida privada de los personajes populares públicos de una manera amable, no de una manera sensacionalista, por lo menos esta ha sido la característica fundamental hasta ahora. Me refiero a lo que se denomina prensa del corazón en Europa.

2. ¿Qué define a la prensa del corazón, que la caracteriza fundamentalmente?

Los personajes populares públicos, tienen una vida privada esa es la que se trata en un grupo determinado de medios. Es un fenómeno que también se da en la radio, en la televisión, se publicitan aspectos de la vida cotidiana y de relevancia en la vida cotidiana y en la vida afectiva: Noviazgos, romances, matrimonios, nacimientos, rupturas sentimentales, por una parte. Por otra parte aspectos de la vida cotidiana: el colegio de los niños, la casa que se construye, las compras que se hacen, el vestuario, todo ese tipo de cuestiones. Es una especie de escaparate de la vida privada y de las costumbres rutinarias de la vida cotidiana de los personajes populares. Creo que las características que tiene son tratar de manera no agresiva a las personas sino de manera amable, también combinar la actualidad inmediata con una actualidad general, tiene que ver con la inmediatez de la noticia, con el interés humano. La prensa del corazón trata de los aspectos veraces muchas veces pero otros son verosímiles, apariencias de verdad. En la autentica prensa del corazón la apariencia de verdad es muy

transparente, por ejemplo cuando alguien muestra su casa y sale con distinta ropa. En muchos casos hay noviazgos o rupturas que aparecen como preparados para que se publiquen. Hay un predominio de las noticias construidas o preparadas, esa es una de las características de la prensa del corazón.

3. ¿Por qué la prensa del corazón no sería sensacionalista?

La auténtica prensa del corazón no busca el sensacionalismo, en el sentido del amarillismo. Puede buscar la noticia sensacional en su aspecto sorprendente, pero la auténtica prensa del corazón no tiene nada que ver con el amarillismo porque los directores de esas revistas reivindican una cierta ética en el tratamiento de los personajes. Hay una mutua dependencia. El personaje popular vive de la prensa del corazón, se alimenta de ella, la mantiene y viceversa, por lo tanto no quieren matar a las fuentes, hay una especie de pacto de no mutua agresión. En ese sentido ellos trazan claramente una división con lo que denominan una prensa sensacionalista que busca el morbo y confunde intimidad con privacidad.

4. ¿Cuándo la prensa podría incurrir en una falta a la ética?

Yo creo que las faltas a la ética las ejecuta cualquiera, no creo que exista una especial para la prensa del corazón. Yo creo que la ética es la misma para todo el mundo, por ejemplo, cuando se miente, cuando se falta a la verdad realmente, cuando se calumnia, cuando no investiga sus fuentes. Yo no creo que haya una ética para la prensa del corazón sino que es común para todos.

5. ¿La prensa del corazón dignifica a la persona porque de cualquier manera le está entregando información?

Durante mucho tiempo el periodista de la prensa del corazón ha sido considerado un periodista menor, yo creo que desde el punto de vista netamente periodístico, no del literario, es exactamente igual. Un auténtico periodista de la prensa del corazón tiene una tarea difícil hasta que no se cree una agenda periodística. Un buen periodista de la prensa del corazón tiene que tener bien clara la ética. Porque en muchas ocasiones hay una especie de complicidad entre el personaje y el periodista y se crea una especie de "compadrazgo". Eso sería una falta a la ética. A lo mismo se ve sometido un periodista político, en ese sentido siempre he defendido la profesionalidad del periodista del corazón, del auténtico periodista del corazón el que no se limita a difundir rumores. Cuando alguien me dice que es una prensa del 'copuqueo', yo pregunto y la prensa política ¿Qué es? Ahí yo reivindico la prensa del corazón, porque es profesional per se.

6. A su juicio, ¿Se experimenta la prensa del corazón en Chile?

Por lo menos como yo la entiendo, a medias. No como se experimenta en España, que es uno de los países creadores de la fórmula. Se da a medias, una fórmula híbrida. Creo que hay revistas que están a caballo de la prensa del corazón y la prensa femenina que son dos aspectos distintos. También hay una prensa del corazón que juega también un papel político progresivamente, o sea cada vez combina reportajes de alto contenido político con reportajes con contenidos de la prensa del corazón. Eso también se dio en España, pero en menor medida pero aquí ha sido de manera más clara más continuada, ahí tiene una fórmula propia de Chile, que sería interesante analizar.

7. A su juicio, ¿por qué se daría esta fórmula en Chile, por las características de nuestra sociedad?

No puedo decir que conozco la sociedad chilena, pero como intuición, la prensa del corazón en España tuvo un auge en un momento de dictadura, donde no se podía hablar de otras cosas. Además se salía de un periodo de guerra civil española y la segunda guerra mundial. Se necesitaba hablar de cosas agradables. Lo que ocurre aquí es que se trata de temas políticos que quizás no se habían tratado hasta ahora. Por ejemplo, con motivo de la detención de Pinochet en Londres, la prensa del corazón ha sacado artículos de uno u otro lado bastante impactantes. COSAS sacó un artículo con Jaqueline Pinochet, donde señalaba que la derecha aquí es lo peor de lo peor. Eso tiene un impacto mucho mayor si sale en CARAS o en COSAS que si sale en *La Segunda*. La prensa del corazón en Chile se ha alimentado bastante de ese tipo de noticias que cada vez son más necesarias, que tiene un público real, evidente en el contexto chileno. Quizás por que existe dejación en otro tipo de medios, de ese tipo de reportajes. No sé si es lo normal, quizás en un futuro si este tipo de medios habla de este tipo de cuestiones más a fondo, quizás la prensa del corazón no lo haga, pero hoy por hoy está haciendo cosas que quizás la prensa de información general no hace. Yo no he visto nunca una entrevista como la de Jaqueline Pinochet en *La Segunda*, es más propio de semanario, se podría encontrar en el *Qué Pasa*. Es una circunstancia curiosa, creo que es producto de las circunstancias propias de ese país, mientras resulte la fórmula, mientras se vendan ejemplares, de aquí a un tiempo seguirá así si no cambia el otro tipo de prensa, pero creo que es algo temporal.

8. La mezcla entre entrevistas políticas y temas más frívolos es lo que caracteriza a la prensa del corazón en Chile

No es un invento chileno, es una adaptación. No existe una genuina prensa del corazón en Chile, a la manera española o francesa. Las características chilenas son propias y mixtas. El Mercurio tiene aspectos de las revistas del corazón, las páginas sociales son equivalentes a lo que existe en la revista ¡HOLA!, que es el paradigma de la prensa del corazón, a mi juicio. Esto no existe en la prensa en España de ninguna manera. Creo que hay una especie de mezcla, de intercambio de roles que si son características chilenas. Aquí está más diluido, hay una transversalidad de temas.

9. ¿Qué consecuencias tiene para Chile, la aparición de la prensa del corazón?

La prensa del corazón es la que más se lee en España de manera clarísima. Creo que el público chileno es el mismo que el resto del mundo, la prensa del corazón tiene enormes tiradas. Aquí faltaría que hubiese una clara delimitación de lo que es la prensa del corazón. Hay un tema que sí es importante, en España hay un número de personajes extranjeros. Chile, en cambio, es un país chico donde los personajes a los que se venera son pocos, entonces puede haber una saturación de las mismas caras. La aparición de las telenovelas ha hecho que sus personajes sean parte de la prensa del corazón, pero yo creo que ahí habría que tener más imaginación para sacar más personajes. Aquí hay una incidencia en cinco o seis que llega a saturar, porque se habla de ellos en todas las secciones. Hay personajes que de pronto desaparecen y no se vuelve a hablar más de ello. Se habla mucho de personajes locales, o de afuera, pero no de personajes cercanos como los argentinos. Hay poco personaje popular para alentar una prensa popular.

Anexo n° 6

Entrevista a Miguel González Pino, Fiscal del Consejo de *Ética* de los Medios de Comunicación Social. Profesor de *Ética* Periodística y Legislación de la Universidad Andrés Bello.

1. ¿Qué entiende usted por Prensa del Corazón?

Aquella que se especializa en una información que no sigue el parámetro de la noticia inmediata, sino que más bien apunta a sentimientos de personas que al ser conocidas atraen la atención o se proyectan en el público. Es una prensa que trabaja con los sentimientos tratándolos de universalizar y de personas que aparecen como más representativas o populares.

2. ¿Qué elementos caracterizan a la prensa del Corazón?

Apunta más a la subjetividad de los individuos protagonistas que a los hechos noticiosos y en eso van las motivaciones o las interpretaciones de las personas que son protagonistas y específicamente más que a sus razones, a sus sentimientos.

Además, bordea mucho el ámbito de la vida privada y constantemente se está refiriendo a la intimidad de las personas.

3. ¿Cuándo la Prensa del Corazón podría incurrir en una falta a la ética?

En primer lugar, en general la mayoría de los temas que trata son de vida privada. Por lo tanto, una primera aproximación es que se traten de vida privada incluso, vida íntima sin el consentimiento de la persona y sin que hubiere otra causal que justificara esta intromisión sin

consentimiento. La mayoría de las veces lo hay, por lo demás, pero expreso o tácito porque hay un consentimiento. Eso es lo primero, la intromisión no autorizada.

Lo segunda, es usar medios de invasión que no son éticos como formas encubiertas, fotografías, también están los paparazzi que tienen mucho que ver con esta prensa y hay un todo un ámbito por tratar.

También está el tema de la veracidad, muchas de las cosas que se hablan ahí son meros rumores, conjeturas, apreciaciones respecto de lo que una persona piensa o no piensa de otra, típico caso que se atribuyen romances o cambios de pareja que son a veces meras especulaciones, o sea, hay un poco de liviandad en cuanto a lo que es el tema de la veracidad.

Más difícil de pesquisar es que pueden haber conflictos de intereses, por cuanto mucho de esta aparición de personajes está motivada por factores económicos, relaciones públicas, pago al periodista o a su vez pago de los medios a personas para acceder a la vida privada de otra, o también, incluso, el pago de las mismas personas para hacer noticia. Por ejemplo, juntar a una pareja de artistas para que la gente se formara la idea de que existía un romance, es decir crear una noticia.

4. La prensa de información en general, ¿Puede cometer las mismas faltas que la denominada del corazón?

Claro, pero es más difícil que se metan precisamente en eso, salvo en otro ámbito como la prensa policial. La noticia de crónica es difícil que se inmiscuya en estos aspectos de la vida privada.

5. A su juicio, ¿La prensa del corazón dignifica a la persona, en el sentido de que de cualquier forma le está entregando información?

Hay que verlo caso a caso. Eso no es tan genérico, ya que el sólo hecho de informar a la persona no la dignifica. Muchas veces es una mera curiosidad por lo que esté o no haciendo una persona y no se centra realmente en sus sentimientos sino en una mera especulación. Por ejemplo, no creo que muchas de las revistas del corazón hayan entrevistado a la Princesa Carolina de Mónaco sobre lo que siente o no siente respecto a las personas con quien aparece. Por lo tanto, no se puede decir que se le esté dando una oportunidad para que exprese sus sentimientos, para que afloren y que todo el mundo los conozcan sino que se está interpretando o inventando sentimientos de una persona.

6. ¿Por qué las personas no tiene derecho a conocerlo todo?, como afirma Alexander Solzhenitsyn.

Porque en la vida de una persona hay un cierto ámbito de intimidad, que es propio y que le permite desarrollar parte de su personalidad y que no quiere que sea expuesta a terceros que pudieran causarle algún daño. Esa parte debe estar a resguardo de gente que no tienen un interés verdadero o que yo no lo autorizo a que tenga interés sobre ciertos ámbitos de mi vida. La intimidad es propia y nadie puede penetrar más que uno sólo. Existe, naturalmente, el límite al derecho a la información. Por otro lado, la información si lo analizamos estrictamente como derecho, no es toda la información, o sea, lo que está protegido por el derecho es la información necesaria y relevante, por lo tanto, tendría que pasar por ese cedazo. La información innecesaria e irrelevante no es información, no está protegida por el derecho. Hay un juego de libertades donde no hay quien fije eso sino que está dado por el propio ejercicio responsable de la profesión periodística. No pueden haber

recetas tan claras pero sí existen. El hecho de que no se pueda decir hasta donde llegan los límites de las esferas, no quiere decir que el límite no exista.

7. ¿Quién establece el límite a la hora de informar sobre la vida privada de los personajes públicos?

Hay dos posturas sobre ese tema. La primera del profesor José María Desantes, señala que existe una esfera de la vida privada y otra de la intimidad, y esta última se abre en la medida que el protagonista lo hace. La otra postura es la norteamericana, señala que son los medios y los periodistas los que determinan hasta dónde llega la esfera privada. Ninguna de las dos posturas cuestiona que, en definitiva, hay un núcleo que en cierto momento o para ciertas personas no tiene porque ser informado.

8. ¿Qué posición predomina en Chile?

En Chile no hay una política clara en esta materia ética. Pero en lo que respecta al Consejo de Etica de los Medios, la política es que existe una esfera de intimidad que no debe ser traspasada y una esfera de privacidad que solamente debe ser traspasada en determinados casos en que el interés público predomine por sobre el interés en particular.

9. ¿Se experimenta el fenómeno de la Prensa del Corazón en Chile?

En cierto modo sí, en las revistas *VEA*, *CARAS*, *COSAS* y *TV y Novelas*. Ellas son las que exploran un poco ese terreno aunque no se dé tan a full time y lo mezclan con otro tipo de información. Se podría hablar, también, de una corriente distinta que es la que existe en las radios donde se ventilan los problemas personales, que podríamos llamar del corazón. Esas personas podrían hacer una consulta privada pero, ¿Cuál es el objetivo de hacerlo público? Para generar noticias.

10. La intimidad es una realidad extrainformable, ¿Qué papel le cabe al medio en el caso de que haya una persona que quiera conocer su intimidad a través de una exclusiva? : No debe informar o debe hacerlo y hasta qué punto.

La intimidad no es algo tan transable para la persona misma. A lo mejor ésta no se da cuenta en el papel que se pone al dar a conocer su intimidad tan crudamente. En general, debiera haber alguna razón más como para hacerlo, no por el mero hecho de exponer su intimidad sino porque hay otra consecuencia o característica más relevante. Por ejemplo, el caso de Clinton donde se dan a conocer todos detalles de la relación con Mónica Lewinsky, lo que era totalmente íntimo. Pero habría la justificación de que eso era el tema que precisamente estaba en disputa y ponía en juego el cargo del Presidente de la República. Por lo tanto, había una razón más allá que la morbosidad de conocer la intimidad de una persona. El mero afán del espectáculo de lo íntimo no es una información relevante.

11. ¿Puede estar aparejado el fenómeno de la prensa del corazón con la aparición de un jet set criollo, que antes no tenía acceso a este tipo de canales de comunicación?

Sí. Pero es curioso ya que la gente que se podría llamar del 'jet set' criollo aparece en las revistas pero sólo las fotografías y no se meten en su vida, pensamientos, etc. Son otros, los artistas, los que están en la onda del espectáculo, en la parte del corazón propiamente tal. Habría que definir esto. En Chile hay un 'jet set' económico - social y otro del espectáculo propiamente tal. El artista quiere aparecer para estar vigente y al medio le interesa porque vende con eso. Hay un círculo y eso se completa con el consumidor. En definitiva, porque tiene consumidores es que se desarrolla. Es una necesidad comercial. Hay medios que al

explotar estos temas inconscientemente, también están afirmando determinados valores o disvalores.

12. ¿Qué consecuencias éticas tiene la Prensa del Corazón para el Periodismo en Chile?

Consciente o inconscientemente está reafirmando valores o disvalores y, como normalmente, lo más probable es que sea inconsciente, en el fondo está siendo irresponsable al afirmar o reafirmar ciertas conductas.

Otra cosa, es que se trivialice mucho lo que es privado de las personas y dado que hay gente que no tienen reparo en exponer su intimidad, se vaya creando una consciencia de que la intimidad no está protegida o que no debe mantenerse como tal. Además, a fuerza de repetir esto se va haciendo más chabacano, se va bajando de nivel. Como hay que llenar siempre una cantidad de noticias de este tipo y no siempre se dan, llega un momento en que o se va a la minucia muy chica o sencillamente se rellena con falsedades. Eso son los peligros más graves.

La prensa del corazón elige a gente para ponerla como modelo o para ponerla en vitrina de su pensamiento y valores no porque éstos sean valiosos en sí, sino porque esta gente está más dispuesta a entrar en este juego. Además, a la gente le gusta un poco la transgresión que lo normal.

13. ¿Este fenómeno se está traspasando a los medios de información general?

En ocasiones sí. Lo que ocurre es que los diarios están asumiendo el papel de las revistas a través de sus suplementos. En eso sí pueden haber atisbos de prensa del corazón.

Anexo n° 7

Entrevista a Eliana Rozas, profesora de ética periodística de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

1. ¿Que entiende usted por Prensa del Corazón?

El elemento central que define a la prensa del corazón es que es una prensa que está focalizada en las personas. El interés está en ellas más que en los acontecimientos que son socialmente relevantes, que van a producir un cambio. Se centra en los protagonistas, lo que los periodistas denominamos en términos muy simples como la "prominencia". Las personas prominentes son el centro del contenido de la prensa del corazón. Y fundamentalmente las personas prominentes en su vertiente más privada, o sea, cuando se preocupan de la familia real o de la reina Isabel, no están preocupados del papel de ella en la conducción de Gran Bretaña ni en sus relaciones con el Primer Ministro sino que en lo que es propiamente privado, a lo que habitualmente el público no tiene acceso.

Es una prensa focalizada en la actividad de las personas prominentes, fundamentalmente desde el punto de vista del espectáculo y de la cultura y en su vertiente privada no por lo que dice relación con su actividad propiamente tal. Incluso cuando se aborde el tema de los actores, por ejemplo, no está en la línea de su actividad cinematográfica o teatral sino en la línea de sus actividades personales.

2. ¿Qué elementos caracterizan a la Prensa del Corazón?

Desde el punto de vista del contenido, la prominencia y esta prominencia en el espectáculo, cultura, etc. Y desde el punto de vista formal es una prensa más bien popular, tiene una estética popular, tiene mucho color, un lenguaje que es muy fácil porque no tiene

mayores pretensiones estilísticas. En la perspectiva de la gráfica apunta mas bien a un público popular porque presenta vidas que son "modelos expectables" para su público.

En primera instancia, no se produce un proceso de identificación con el público sino lo contrario, se presentan unos modelos a los cuales ese público aspiraría a llegar y que no tienen nada que ver con él. Las personas que leen la vida de la duquesa de York saben que no tienen nada que ver con su propia vida pero se presenta un modelo susceptible de ser imitado desde la ropa hasta el corte de pelo pasando por la decoración de su casa. No obstante, si se produce un proceso de identificación, me parece a mí y eso es lo que busca la prensa del corazón, desde el punto de vista de las emociones y por eso es atractivo, o sea, la princesa Diana engañada es más menos lo mismo que 'yo' lectora engañada. Sentimos lo mismo, nos da la misma rabia, nos sentimos igualmente traicionadas. Hay un proceso de distanciamiento desde el punto de vista del estatus que ocupan los protagonistas representados y el lector, pero hay una cuestión de identificación en lo narrado, las emociones.

3. ¿Cuándo la Prensa del Corazón podría incurrir en una falta a la ética?

No se puede decir a priori ni sí ni no. Habría que analizar caso por caso. Ahora, es una prensa que puede ser más proclive que puede andar mas por la cuerda floja, precisamente porque se preocupa del tema vida privada.

Ocurre con estas revistas que muchas veces los protagonistas no sólo están dispuestos a narrar su vida privada sino que utilizan la narración de ella como un mecanismo de ascenso dentro de su actividad. Soy más famoso cuanto más escándalos sobre mi vida filtro o hago saber. De repente se produce una especie de "simbiosis" entre los objetivos de esas personas que aparecen allí representadas y los objetivos de la prensa que no son siempre objetivos. No es una prensa que anda a la caza de unas vidas privadas que se tratan de ocultar. En

ocasiones sí, pero en otras ocurre que hay un intento de exposiciones de esas vidas, de utilización para ir adquiriendo más estatus en la actividad cultural o del espectáculo.

4. Si incurre en una falta a la ética ¿Cuáles serían estas?

Invasión a la vida privada y sobre todo, una frivolidad de una temática que puede tener cierta importancia, que puede ser trascendente para el público en términos de que esas personas se constituyen en modelos. Eso puede ser un riesgo desde el punto de vista ético. Si yo empiezo a frivolidar toda la actividad de esas personas, las transformo en temas de comentario, de rumor, etc. Pero también hay cosas que son más técnicas, desde el punto de vista del reportaje, de la narración de cuestiones que no son importantes. Pero que igualmente se difunden en ocasiones contra la voluntad de los protagonistas.

Partiría de la base que no son temas socialmente relevantes los que trata la prensa del corazón. Pueden ser interesantes para la gente, desde el punto de vista subjetivo. Pero desde el punto de vista objetivo no son socialmente importantes, no se va a modificar nada relevante para efectos de la comunidad por una cierta circunstancia de la vida privada de las personas. Pero si tienen esta cosa de la imitación, y este es un punto importante desde la perspectiva ética mirada desde el público y desde la fuente, me parece que está la voluntad de esos protagonistas de querer contar o no esas cosas, de si quiere que lo fotografíen o no. La violación de la vida privada, de la imagen es por ahí donde está lo más preocupante y este tipo de frivolidad de estas personas que son "ejemplares".

5. A su juicio, ¿La prensa del corazón dignifica a la persona, en el sentido de que de cualquier forma uno le está entregando información?

Dignifica al público. Habría una manera de que la dignificara, o sea, a mí me parece que la narración de lo privado no por ser privado se supone necesariamente un atentado

contra la dignidad de la fuente o del público. Al contrario, en ocasiones podrá ensalzar esa dignidad. Lo que pasa es que habitualmente eso no ocurre porque estas revistas suelen contar los traspies de estas personas, el engaño, el divorcio, etc. En esa perspectiva no la dignifica. Además, se narra de una manera que tampoco pretende crear una conciencia sobre un determinado problema sino simplemente contar el chisme. Entonces, hay un riesgo de no contribuir o de atentar contra el público, pero me parece que no es una característica del género.

6. ¿Por qué las personas no tienen derecho a conocerlo todo?, como afirma Alexander Solzhenitsyn.

Me parece que el tema de la verdad es una condición de la información sin la cual no hay información. Pero no es una condición suficiente, no basta con que las cosas sean verdad para que sean informables. Por eso es evidente que no tienen derecho a conocerlo todo y que no es bueno que lo conozcan todo, tanto desde la perspectiva del público como desde los objetos narrados. No es bueno que se conozca toda la verdad.

7. ¿Se experimenta el fenómeno de la Prensa del Corazón en Chile?

A la manera española, no. Pero si creo que hay ciertos medios que tienen elementos. Por ejemplo CARAS y COSAS, las que se nutren de estos modelos españoles. Pero en éste, hay un componente que en Chile no existe, que es la "nobleza". Tenemos nuestra "socialités", Julita Astaburuaga por ejemplo, que la vemos mucho en los medios, que se transforman en personajes que todo el mundo ubica, pero que no son conocidos por su actividad. Pero tenemos otros que sí son conocidos por su actividad: los actores, modelos.

Sin embargo, en esas dos revistas hay un "plato más fuerte" que es el periodismo de verdad: entrevistas a políticos, abogados, cuya narración si puede alterar determinados supuestos de la comunidad.

En VEA y TV y Novelas no existe ese plato fuerte periodístico, o sea, todo lo que se narra ahí no tiene una relevancia social, en algunos casos para el mundo del espectáculo sí, pero sólo en algunos casos limitados ya que no se aborda el mundo del espectáculo desde la perspectiva de las matrices en que se manejan esos mundos. Es muy infrecuente ver en unas de estas revistas, por ejemplo, la representatividad del people meter.

Se dirigen a un público de menor edad, lo que no ocurre en CARAS y COSAS donde la edad aumenta precisamente por esos platos más fuertes, y luego, tienen un público socialmente que es menos educado. Es una prensa del corazón "rasca". Se exagera el morbo del público por la temática, por el público al cual abordan. En CARAS, COSAS y ¡HOLA! hay una pretensión de elegancia, hay un intento de representar la sofisticación. En estas otras, no. Las personas que aparecen en VEA y TV y Novelas cumplen menos el rol de ejemplo y no se constituyen en modelos expectables. Se produce con mayor fuerza la identificación en la línea de las emociones pero no ese distanciamiento del modelo que me gustaría ser, en términos sociales, estéticos, etc.

7. La intimidad es una realidad extrainformable, ¿Qué papel le cabe al medio en el caso de que haya una persona que quiera dar a conocer su intimidad a través de una exclusiva? : No debe informar o debe hacerlo y hasta qué punto.

La intimidad en el momento que se comunica se destruye. Pero esa destrucción tiene un valor cuando uno la comunica a un amigo, hay una destrucción de la intimidad pero hay una construcción de otra cosa, que es una intimidad en conjunto y eso es bonito, es decir,

uno sacrifica algo por el otro. Hay una donación. Pero eso no existe en los medios, entonces hay la pura destrucción que puede tener un cierto valor en términos ejemplares.

Pero ¿Qué hago yo con una persona que quiere dar a conocer algún aspecto de su intimidad? ¿Debo prohibirlo? No me parece. Puedo darlo a conocer, pero en el momento que lo doy a conocer dejará de ser intimidad. Pero ¿Qué valor tiene eso? Hay que preguntarse si eso puede tener un beneficio para la sociedad. Entonces, en algunos casos puede ser bueno pero en otros no.

Con la intimidad ocurre que la respuesta nunca es yo debo dar a conocer. No hay una obligación de dar a conocer la intimidad por parte de los periodistas, como si ocurre con otras fuentes. Una información de política exterior yo debo darla a conocer y el silencio en ese caso, es una falta a la ética. Pero con la intimidad no ocurre eso, el silencio nunca es una falta a la ética. Yo puedo darla a conocer, cuando eso cumple alguna función ejemplarizadora o ayudar a la comprensión de un fenómeno que individualmente está muy difundido. Por ejemplo: una persona quiere contar su experiencia con la droga y cómo logró salir de ello. Esto no es socialmente relevante, pero en vistas de que es un fenómeno en que hay muchas personas que están viviendo el mismo problema puede ser beneficioso. En otros casos no, por ejemplo cuando la Madonna dice un día que es lesbiana y en otros que es heterosexual. No tiene ninguna función esa narración. Al medio le cabe responsabilidad por cada palabra que pone. Le cabe una responsabilidad respecto del público.

8. ¿Puede estar aparejado el fenómeno de la prensa del corazón en Chile, con la aparición de un jet set criollo, que antes no tenía acceso a este tipo de canales de comunicación?

Si puede tener que ver con el 'jet set', pero creo sobre todo que tiene que ver con el consumo. Las personas que aparecen en la prensa del corazón más sofisticada se transforman

en modelos de vida, yo quiero vivir como la Diana de Gales, cortarme el pelo como ella, eso tiene que ver con el ascenso del consumismo. Es por la vía de las cosas que yo puedo asemejarme al estatus o a las vidas de esas personas (es la vía del ejemplo, del distanciamiento no de la identificación). Por el otro lado, hay un auge de la prensa del corazón también desde la perspectiva del consumo, pero no en la relación del público con los protagonistas sino en la relación del público con el medio. El medio es un producto (las revistas del corazón) que no me sirven en la medida que no son socialmente relevantes. No así otros medios que son útiles como *La Estrategia*, *El Mercurio*. La prensa del corazón pura no es revistas útiles, en el sentido de adquirir revistas que no necesito pero que sí me hacen salir del tedio.

TV y Novelas es una de las revistas que más vende por eso mismo. Tiene que ver con el tedio, la apatía de los jóvenes, que me parece que una década atrás no se veía. La última gran preocupación en términos comunitarios, fue la preocupación de botar a Pinochet. Hoy día, no hay un objetivo que los movilice. No hay una preocupación social por ejercer la profesión sino más bien por la plata. Es acorde con el conventillo.

9. ¿Por qué le fenómeno europeo se traslada a Chile? ¿Tiene que ver con algún hito histórico?

Tiene que ver con el tedio. En el caso chileno, el fenómeno del caso del VEA y *TV y Novelas* tiene que ver con eso, no sólo hay el elemento del tedio sino también de la representación de una posmodernidad, de esa gente glamorosa, con plata, etc. que choca con la premodernidad, en ocasiones, a la que pertenecen los sectores más bajos de este país. La sociedad chilena es más escindida que una sociedad europea, entonces tenemos sectores completamente posmodernos que viven al lado de uno que está en la prehistoria.

10. ¿Qué consecuencias éticas tiene la Prensa del Corazón para el Periodismo en Chile?

No se puede calificar el género a priori. Es una prensa que camina más en la cuerda floja. Pero no me parece que se pueda decir de plano que es negativa. Hay una manera de hacer una prensa del corazón que no caiga sistemáticamente en la frivolidad o en la vida privada de los personajes públicos.

Los grandes medios se han ido trivializando. Han perdido la brújula de lo que es importante. Están pendientes de los movimientos de la audiencia. Pero, parece que han hecho un experimento sacando esos temas de lo que es su cuerpo central. Por ejemplo, la Carolina de Mónaco no sale en el canal 13, pero sí en el 'Viva el Lunes' o el Matinal. Esa trivialización, cuando es muy evidente tratan de buscarle un espacio que no "contamine" el resto de su estructura clásica.

11. ¿Este fenómeno es momentáneo, transitorio o va en aumento?

Los grandes medios tienen que revertir eso, deben hacer un esfuerzo por presentarse de una manera que sea individualmente interesante para cada uno de sus lectores o televidentes. Mostrarles aquello que es importante. Eso, por el momento, no lo están haciendo. Cada uno de nosotros, como consumidores de medios piensa cada vez menos en términos de la comunidad y más en términos individuales. El consumo de medios es cada vez más individual. Los medios se segmentan, fragmentan, se 'suplementizan'. Está Internet, donde accedo a una noticia individual.

12. ¿Por las características de la sociedad chilena, llegaremos alguna vez a vivir una prensa del corazón como la que existe en España?

Es probable que no. Es cierto que la sociedad chilena es más conservadora. La gente suele decir que esta es una sociedad muy cínica y liberal. Pero en verdad es una sociedad muy dividida entre dos sectores, el premoderno y el posmoderno. No somos una prensa que haga denuncias muy fácilmente como la argentina. Por otra parte, tampoco somos semejantes a la prensa española en cuanto a las libertades sexuales, el famoso destape. Aquí eso no existe. Incluso los sectores más liberales se sorprenden de los programas de televisión que se transiten en España.

Anexo n° 8

Entrevista a Guillermo Sandoval, profesor de ética periodística en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Artes, Ciencias y Comunicaciones (UNIACC).

1. ¿Qué entiende usted por Prensa del Corazón?

Como lo dice un profesor español, es aquella que se lee con el corazón y no con la cabeza. Se trata de un tipo de prensa que se dedica fundamentalmente a apelar a las emociones de la gente más que a promover su desarrollo o crecimiento como persona.

2. ¿Qué elementos caracterizan a la Prensa del Corazón?

Son varios elementos mezclados como la confidencialidad, el sensacionalismo, el escándalo, la frivolidad, algo de morbosidad y, sobre todo, el apelar a las emociones. Se trata de una prensa que es fundamentalmente comercial, es decir, un negocio de vender revistas.

3. ¿Qué elementos comparte con la prensa de información general?

Uno no encuentra el tipo puro de prensa del corazón en algún medio. Si miramos el caso chileno, específicamente CARAS y COSAS, no encontramos una expresión químicamente pura de prensa del corazón. Hacen un periodismo serio en conjunto con este tipo de prensa, la que es fundamentalmente es traída por agencias de magazine de distintos países o agencias fotográficas a las que después les incorporan textos que son producidos localmente pero que no tienen un fundamento real más que la fotografía que se ha agregado.

4. ¿Cuándo la Prensa del Corazón podría incurrir en una falta a la ética?

Creo que cualquier prensa incurre en faltas a la ética por las mismas razones. No es que la prensa del corazón vaya a incurrir en faltas a la ética en determinados casos por ser tal. Lo que ocurre es que la prensa del corazón tiene mayores posibilidades de degradar el ejercicio del Periodismo porque avanza hacia la chismografía. Es muy fácil que invente cosas, que apunte a lo sensacionalista y a generar una situación ambigua que va favoreciendo las faltas a la ética. Pero no creo que se pueda decir, cuándo la prensa del corazón incurre sino que cuándo toda la prensa del corazón puede incurrir en faltas. Tiene más posibilidades de deslizarse por el tobogán.

5. A su juicio, ¿La prensa del corazón dignifica a la persona, en el sentido de que de cualquier forma le está entregando información?

Uno de los deberes del Periodismo es hacer crecer a las personas y a la sociedad, y la chismografía no ayuda a elevar a las personas. Comparto la declaración de ética de los periodistas de las Naciones Unidas que señalan que hay que distinguir entre interés general y curiosidad general. El interés general es material periodístico y lo que es curiosidad general, ciertamente, no. Esto se satisface de otra manera, desde luego a través de la chismografía. Pero no es propio del trabajo periodístico lo que es de curiosidad. El interés es mucho más objetivable.

6. Pero, ¿Si el fin es entretener a través de la curiosidad?

Sí, se puede entretener con muchas cosas a la gente, pero no todas las cosas con las que se entretiene son buenas. El objetivo es hacer crecer la dignidad de la persona.

7. ¿Por qué las personas no tienen el derecho a conocerlo todo? Como afirma Alexander Solzhenitsyn.

Hay cosas que necesito saber para desarrollarme en la sociedad y esas son válidas. Pero hay cosas que no las necesito, por ejemplo si la Estefanía de Mónaco se puso o no calzones amarillos para el último año nuevo. Eso es materia de trabajo de la prensa del corazón.

8. ¿La prensa del corazón de suyo sería negativa?

No se puede decir a priori si esa prensa es mala o no. Hay que ver caso a caso. Por ejemplo, si observamos un caso británico, la relación del Ministro Profumo con la modelo Keller es un tema típico para la prensa del corazón. Pero resulta además, que la modelo que era la amante del ministro era una espía de la KGB. Entonces, sí afecta la situación de la sociedad británica y occidental de ese momento. Ahora bien, ¿Dónde están colocados los acentos, en la parte morbosa de la relación o en la parte informativa de ella? No condenaría a priori este tipo de prensa, pero es muy fácil para esta prensa deslizarse por faltas éticas.

Hay cinco principios básicos en el Periodismo: verdad, libertad, justicia, responsabilidad social y humanidad. Si uno mezcla esos cinco principios básicos en el desarrollo de su gestión profesional, va a tener una actividad periodística que aporta en el crecimiento de la sociedad y en las personas. Sin embargo, si esos principios no son guía de mi actividad no se ejercerá una profesión sana.

9. ¿Se experimenta el fenómeno de la Prensa del Corazón en Chile?

Químicamente pura no. En las revistas COSAS y CARAS hay mucho aporte, en el plano de las entrevistas, para la comprensión de fenómenos importantes. La parte de la prensa del corazón que se observa allí no creo que alcance los ribetes de escándalo y

sensacionalismo que se da en Europa. Pero sí apunta mucho a la frivolidad, que está bastante más cercana a la frivolidad que se observa en las páginas sociales del resto de los diarios como *El Mercurio* o *La Segunda* y no se puede decir que ellos se acerquen a la prensa del corazón.

10. La intimidad es una realidad extrainformable, ¿Qué papel le cabe al medio en el caso de que haya una persona que quiera dar a conocer su intimidad a través de una exclusiva? No debe informar o debe hacerlo y hasta que punto.

El periodista tiene una formación profesional y universitaria que le ayuda a discernir qué es lo que la sociedad necesita que se informe y qué no. Si el periodista sigue los intereses comerciales de la empresa antes que los profesionales, ciertamente va a informar todo lo que pueda vender diarios o revistas. Pero si el periodista está imbuido de su responsabilidad en la sociedad no lo va a hacer.

Hay que hacer una distinción: ¿Cuándo uno puede invadir lo privado? Uno puede hacerlo siempre y cuando eso tenga relevancia para la sociedad, que alcance un interés más global que satisfacer la morbosidad o la curiosidad. Si uno apunta a lo privado para satisfacer curiosidad solamente, pero no porque haya necesidad social de conocer, entonces hay una complicación ética de por medio. Por ejemplo, cuando una persona quiere dar a conocer su intimidad con un afán publicitario o propagandístico.

11. ¿Puede estar aparejado el fenómeno de la prensa del corazón con la aparición de un jet set criollo, que antes no tenía acceso a este tipo de canales de comunicación?

Aquí en Chile ha surgido algo que llaman el 'jet set' criollo, pero más bien se trata de una suerte de snobismo. Por ejemplo, cuando una persona paga por aparecer en los medios. Las páginas sociales son pagadas, pero hay una "cierta nobleza" mayor.

12. ¿Qué consecuencias éticas tiene la Prensa del Corazón para el Periodismo en Chile?

En Chile o en cualquier parte del mundo, la prensa del corazón pone al Periodismo en la pendiente, en la facilidad de caer en faltas éticas. Una de las principales faltas es que no aporta nada a la sociedad. El periodismo tiene un rol en la sociedad que es ayudar a la gente a que tenga los elementos para tomar decisiones en lo económico, político y social. No veo en que pueda aportar la última pelea de Raquel Argandoña con Eliseo Salazar en la toma de decisiones sobre la libertad de información en Chile.

13. ¿Este fenómeno puede ir en aumento o es algo transitorio?

Los chilenos somos de medias aguas, poco explícitos para hacer las cosas, entonces, parece que no es acorde con nuestra idiosincrasia. Esto va de alguna manera motivado por los requerimientos comerciales de la empresa. Las empresas periodísticas no son periodísticas sino que comerciales fundamentalmente. Si esa empresa comercial que vende noticias, vende más con chismografía va a haber mas disponibilidad para poner el acento en eso. Si en un momento la sociedad chilena le empieza a exigir más a ese medio sobre esos temas, la empresa se inclinará para ese lado.

Los medios que se dedican a lo que se llama prensa del corazón no van dejando huellas para nada. Y lo que no deja huella no puede durar en el tiempo. Habrá un momento que la gente se sature de ese tipo de cosas y se cambie a otro. El tema será si se cambia a otra cosa que apunte aún más a los bajos sentimientos o a la inteligencia de las personas. Afloran más fácilmente los sentimientos más bajos que la inteligencia. También, cada parte es responsable de eso.

Lo que caracteriza a una persona, es ser. Hay algunos que han agregado el tener, que caracteriza lo que es esa persona. Hoy en día, es el aparecer lo que lo caracteriza, si no aparece no existe.

La prensa del corazón es así, está regada en Chile y aquella que viene acá es

el espectáculo, en la televisión, en la prensa, en los libros de opinión del mundo del show business.

2. ¿Cree usted que la revista *TV y Novelas* está dentro de este concepto?

Si, pero creo que la definición más correcta de la revista sería aquella que se centra en la especulación y la especulación familiar. Es una revista del corazón porque muestra la vida íntima.

3. ¿Cuál es el origen de la revista?

TV y Novelas es una revista que se genera en Chile, hace 30 años y que se dirige a la prensa para dar a conocer la gran producción de prensa que en ese país. Fue creada por Luis Callego, el actual director de *Intereles*. Luego se crearon otras ediciones en *El País*, *El Mundo*, *Argentina* y en *Chile*, que son revistas independientes pero que obedecen a la

Anexo n° 9

Entrevista a Darío Rojas, director de la revista TV y Novelas

1. ¿Qué entiende usted por prensa del corazón?

Es una denominación española. Aquí en Chile se llama prensa del espectáculo o de entretenimiento. También se puede asimilar a lo que se llama prensa sensacionalista, en el buen sentido del término, es decir, que produce sensación. Básicamente en Chile está centrada en el espectáculo con acento en la televisión. Esto es muy fuerte luego de 17 años de gobierno militar. Con muchos años de toque de queda la alternativa era ver televisión, la cual era bastante avanzada.

La prensa del corazón tal cual está evaluada en Chile es aquella que pone acento en el espectáculo, en la televisión, en las parejas, en los líderes de opinión del mundo del show business.

2. ¿Cree usted que la revista *TV y Novelas* está dentro de este concepto?

Sí, pero creo que la definición más correcta de la revista sería aquella que se centra en el espectáculo y la entretenimiento familiar. Es una revista del corazón porque produce emoción, alegría, simpatía.

3. ¿Cuál es el origen de la revista?

TV y Novelas es una revista que se genera en México, hace 20 años y que se origina en Televisa para dar a conocer la gran producción de telenovelas en ese país. Fue creada por Jesús Gallego, el actual director de Televisa. Luego se crearon otras ediciones en EEUU, Puerto Rico, Argentina y en Chile, que son revistas independientes pero que obedecen a la

matriz mexicana. En estas publicaciones, se produce si un intercambio de informaciones, textos, fotografías de algunos artistas que son conocidos internacionalmente.

En enero de 1993 se creó en Chile, con una edición de 80 mil ejemplares que luego se reeditaron en 40 mil más. Fue previa al Festival de Viña de ese año y con Luis Miguel en la portada.

4. ¿Cuál es la fórmula que caracteriza a su revista?

Como toda publicación lo que pretendemos es encontrar y dar todas las respuestas a lo que el público se pregunta respecto de los ídolos de la televisión y del espectáculo chileno. Lo importante es que sea entretenida y que el público pueda dialogar con los temas de la revista.

5. ¿Ha tenido, a lo largo de su historia, alguna querrela o demanda por alguna de sus publicaciones?

Sí. Tuvimos una querrela por parte del padre legal de los hijos de la señora de Dino Gordillo. Él aparecía junto a ellos en una fotografía, pero no eran sus hijos.

6. ¿Qué porcentaje de lo que se publica en TV y Novelas se produce en redacción y qué porcentaje se compra afuera?

La totalidad se produce y se procesa aquí. Normalmente los periodistas viajan a donde se genera la noticia. La comprobación de las informaciones es un tanto sui generis como puede ocurrir en casi todos los medios de comunicación. Nosotros no nos metemos en el interior de las casas sino que indagamos e investigamos periódicamente. Toda la información se comprueba dentro de los márgenes que son factibles, porque si cada

información tuviera que atestiguar ante notario, por ejemplo, no saldría en los diarios ni en la televisión.

7. ¿Tienen ustedes alguna relación especial con algún personaje famoso (acuerdo, contrato, amistad, trato especial, etc.)?

No tenemos ningún contrato especial. Tratamos de ser lo más objetivos que nos es posible en entregar a la gente lo que quiere saber de sus líderes. Hay grados de amistad mayor o menor con algunos casos, pero no como compromiso. Hay artistas que son más proclives a conversar con los periodistas y otros no porque son más reservados. Por ejemplo, Marcelo Salas es una persona reacia a hablar de su vida privada y dar entrevistas. Incluso, cobra por las entrevistas pero nosotros no pagamos por eso.

En Chile, el mercado de figuras es muy pequeño. Las grandes figuras aparecen cada 10 años y estas han sido, Raquel Argandoña en los años 80 y en los noventa, Cecilia Bolocco, en menor medida Don Francisco.

8. ¿A su juicio quienes son las personas que más han aparecido a lo largo de los años de su revista?

Cecilia Bolocco, Luis Miguel, Enrique iglesias, Back Street Boys, Ricky Martin. Y las figuras de las teleseries que se transmiten en su momento, Angela Contreras y Carolina Arregui.

9. ¿Cuáles son las exclusivas más importantes que ha publicado TV y Novelas?

La entrevista exclusiva a Luis Miguel en Los Angeles, a través del celular. Eso fue durante el segundo año de la revista. Luego, la de Cecilia Bolocco cuando recién inició su

romance con Kike Morandé. También, cuando Carolina Arregui contó su separación matrimonial.

10. ¿En qué momento comienzan a ser importantes los personajes chilenos en su revista?

Siempre lo han sido. Hay un hecho bien significativo, hasta hace algunos años existía una o dos teleseries nacionales. En esa época, en los ochenta, no era bien vistas las teleseries, incluso se pensaba que su único público eran las empleadas de casa particular. Pero cuando comienza la "guerra de las teleseries" entre TVN y canal 13, se reivindica el género. Ingresan actores y actrices de teatro a la televisión. Por su parte, la gente también empezó a admitir que las veía. Así, poco a poco, surgieron figuras importantes que fueron reconocidas por el público chileno.

Las teleseries cumplieron un papel fundamental en la selección de estas figuras. Pero son fugaces en algunos casos ya que permanecen durante la transmisión de las teleseries.

Otro hecho significativo fue cuando los sellos discográficos empiezan a apostar por ciertos artistas chilenos y hacen producciones musicales. Así surgen *Los Tres* o *La Ley* dando vida al espectáculo.

11. ¿Han publicado algún suplemento o números especiales por algún acontecimiento importante?

Sí, bastantes. El de los Back Street Boys, Cecilia Bolocco, Chino Ríos cuando fue número uno. No sólo nos centramos en personajes del espectáculo sino también en las figuras de la televisión. Todo lo que acontece ante las cámaras y detrás de ellas nutre a la revista.

12. ¿Cuál es a su juicio el tipo de lector de esta revista?

Los artículos tratados en la revista son temas de conversación de todo el mundo, por ejemplo el romance de Cecilia Bolocco con el Keko Yunge. Los grandes personajes son los de la televisión. Es la era de la televisión y cada vez se le dedican más páginas en los diarios.

El público de la revista atraviesa todas las capas sociales. Es básicamente femenino, de 12 a 45 años.

13. ¿Hay personas que cobran por aparecer en su revista?

Ninguna. Han intentado pero la política de la editorial es no comprar ni pagar. Si tuviéramos que pagar por cada artículo publicado en la revista no podríamos funcionar. Hay revistas norteamericanas como *People* o españolas como *¡HOLA!* de un gran tiraje y publicidad que tienen un ítem para pagar alguna exclusiva.

14. ¿Alguna vez han retirado un reportaje por algún tipo de presión, amistad, dinero o a cambio de otro reportaje mejor o distinto?

No me acuerdo de un caso específico. Pero ha ocurrido es que, en ocasiones, no se han comprobado ciertas cosas y si no tenemos la certeza real, sacamos el artículo.

15. A su juicio ¿Cuál cree que es la revista líder del sector?

La revista que vende más en Chile es *TV y Novelas*, 80 mil ejemplares al año de acuerdo a las cifras que maneja la distribuidora.

16. ¿Qué límites se imponen dentro de su revista a la hora de informar sobre la vida privada de las personas?

Los límites son los valores. El de no agredir ni al lector ni al personaje. No nos metemos en el dormitorio de nadie. Llegamos hasta cierto grado de intimidad que ellos quieran contar.

La vida de los personajes más conocidos en todo el mundo, no hay ninguna duda, también nos plantea, en su momento, hacer una revista del corazón. La técnica de una revista así cambia. Nuestra idea no es la de seguir en la vida privada de la gente, porque si se realiza en España desde un punto de vista a algunos sectores psicológicos, se sabe, con un nivel de desarrollo que los límites no son nada más que gente que, por una circunstancia especial en la vida que es ser famoso, popular y conocido por razones de trabajo. Se trata de demostrar que tienen las mismas debilidades y virtudes.

Nosotros nos planteamos en unos términos la revista del corazón. Una revista interesada en los sentimientos, en las emociones de la gente para revelar experiencias de vida. Consideramos que una experiencia de vida es válida y digna de ser contada que, más allá de aquello que tuviera relación con el tema de la independencia de la vida, la política y las ideas, la gente no lo compra. Ha pasado a que las personas tienen sus propios dramas y profundos.

Además, la estructura de nuestra revista más que ser conductos sin gente de actualidad que tiene una prominente noticia en un determinado momento.

Por lo tanto, nuestra revista es de personajes de actualidad que cuentan experiencias de vida relacionadas con el hecho noticioso.

3. Pero, ¿Cómo influye usted la prensa del corazón?

Es el perfilado que el lenguaje de la experiencia humana: sus sentimientos, sus ideas, sus emociones, lo que es una redacción de habla de cosas serias, del amor, política,

Anexo n° 10

Entrevista a Jaime Godoy, director de la revista VEA.

1. ¿Qué entiende usted por prensa del corazón?

Es uno de los géneros más vendidos en todo el mundo, no hay ninguna duda. Cuando nos planteamos, en su momento, hacer una revista del corazón lo hicimos de una manera sui generis. Nuestro afán no es el de fisgonear en la vida privada de la gente, lo que sí se realiza en España donde se trata de acceder a algunos secretos peyorativos, o sea, con un afán de demostrar que los famosos no son nada más que gente que tiene una circunstancia especial en la vida que es ser famoso, popular y conocido por razones de trabajo. Se trata de demostrar que tienen las mismas debilidades y virtudes.

Nosotros nos planteamos en otros términos la revista del corazón. Una revista interesada en los sentimientos, en las emociones de la gente pero como experiencia de vida. Consideramos que toda experiencia de vida es válida y nos dimos cuenta que todo aquello que tuviera atinencia con el tema de la trascendencia de la vida, la política y las ideas, la gente no lo compra. Esto debido a que las personas tienen sus propios dramas y problemas.

Además, los personajes de nuestra revistas más que ser conocidos son gente de actualidad que tiene una prominencia noticiosa en un determinado momento.

Por lo tanto, nuestra revista es de personajes de actualidad que cuentan experiencias de vidas relacionada con el hecho noticioso.

2. Pero, ¿Cómo define usted la prensa del corazón?

Es el periodismo que se preocupa de la experiencia humana: sus sentimientos, sus sueños, sus emociones, lo que le gusta o disgusta. Se habla de cosas serias, del amor, política,

de la familia. No queremos hurgar en las debilidades de la gente ni develar secretos de su vida. Sin embargo, hay determinados personajes que por la importancia o popularidad están en el ojo del público y una experiencia por simple que sea les interesa. La gente del espectáculo es la más conocida y popular, la que vende y atrapa el interés de la gente. Las revistas se hacen para venderlas porque pintar papel es muy caro. Es la experiencia humana la que queremos rescatar pero no la juzgamos.

3. ¿Cuál es el origen de la revista VEA?

El origen es bastante antiguo, se fundó el 19 de abril de 1939. En su momento fue una revista de actualidad que ha tenido muchas caras en su evolución, desde una gaceta policial para luego llegar, hoy día, a ser pionera en revistas del corazón en nuestro país. En 1995 se reactivó con este nuevo concepto. También fue una revista del espectáculo, la compró la editorial Zig-Zag y el grupo Cruzat - Larraín dejando de ser tabloide. Ahora, la cambiamos a un tamaño 'Time' internacional.

4. ¿Cuál es la fórmula que caracteriza a su revista?

Gente de actualidad, experiencias humanas que interesen a la gente.

5. ¿Ha tenido, a lo largo de su historia, alguna querrela o demanda por alguna de sus publicaciones?

El único problema deontológico de la revista VEA fue cuando estaban condenados a muerte dos tipos en Calama por un horrendo crimen para un día jueves a las cinco o seis de la mañana. La revista salía al mercado los días jueves a todo el país y como era una gran noticia se colocó en la portada con la información que ambos personajes ya habían sido fusilados, en circunstancias de que a las cinco de la mañana se había suspendido el fusilamiento.

6. Pero, ¿Han tenido alguna querrela o demanda por alguna de sus publicaciones?

Somos muy cuidadosos con ese tema. Sólo algunos malestares por gente que esta separada y de pronto aparece su contra parte conyugal.

7. ¿Qué porcentaje de lo que se publica en su revista se produce en la redacción y qué porcentaje se compra afuera?

Todo se produce en la redacción. Muy poco se compra afuera, el porcentaje es bajísimo. Tenemos un grupo de corresponsales a quienes les encargamos ciertos temas. Hoy día con Internet las cosas son distintas porque hay agencias que funcionan a través del satélite.

8. ¿Tienen ustedes alguna relación especial con algún personaje famoso (acuerdo, contrato, amistad, trato especial, etc.)?

Nada.

9. ¿Hay algún personaje que colabore con su revista?

No.

10. ¿A su juicio quienes son los personajes que más han aparecido a lo largo de los años de la revista Veá?

No sé.

11. Pero ¿Hay algún personaje que venda más cuando aparece su revista?

Eso es eventual, depende de las circunstancias. En el Festival de Viña, cualquiera sean los personajes que asistan a ese evento, hacen noticia.

12. ¿Cuáles son las exclusivas más importantes que ha publicado revista Vea?

La edición que más ha vendido fue la primera, la del 9 de enero de 1995. Vendimos 26 mil revistas a las doce del día y al final terminamos vendiendo 87 mil ya que no pudimos editar más.

La otra exclusiva fue un hecho bastante fortuito. Fue cuando murió Raimundo Tupper. Teníamos una periodista que quería entrevistarlo y se dio la circunstancia, ya que se nos había caído una noticia. Así, que le pedí que lo entrevistara. En el momento en que estábamos cerrando la edición, el día miércoles, recibimos la noticia de que se había suicidado. Por lo tanto, cambiamos la portada con la exclusiva. La persona que habíamos entrevistado la semana anterior, por un hecho absolutamente fortuito, se suicidaba en la próxima edición y esa vendió 117 mil ejemplares.

13. ¿Los personajes chilenos tienen más importancia en su revista?

Sí. Sólo ha habido una o dos veces una portada internacional, de Claudia Schiffer por ejemplo. Nos interesa más la gente local. Hay una máxima en el fútbol: cuando el equipo está ganando no se le hace cambios, ya que es absurdo. Hicimos un esquema de revista que funcionó y ha funcionado tan bien que no ha necesitado cambios.

14. ¿Han publicado algún suplemento o números especiales por algún acontecimiento importante?

Sí. Ocurrió el viernes que murió Diana de Gales y en ese momento la revista ya estaba en circulación sin esa noticia, por lo tanto estábamos totalmente fuera de contexto y tuvimos que hacer una edición extraordinaria.

15. ¿Cuál es a su juicio el tipo de lector de esta revista?

Nunca hemos hecho un perfil. Sabemos por estudios de venta, que la revista VEA vende en los sectores altos, en este momento, cuatro veces más que CARAS y COSAS. En los sectores medios y bajos, diez veces más.

16. ¿En qué edades están sus lectores?

Como revista familiar, es para toda edad. El sujeto que la compra es fundamentalmente femenino de 35 años en adelante.

17. ¿Cuántos ejemplares venden al año?

Eso es relativo. Hoy en día la venta de revistas ha bajado considerablemente y teniendo los niveles más altos de venta en estos momentos, no es comparable a los del año pasado.

18. ¿Hay personas que cobren por aparecer en su revista?

Muchos han tratado de hacerlo, pero no es una política de VEA. No queremos caer en el vicio que cometió Canal 13, que después tuvo que desdecirse. Tampoco queremos que nos suceda como algunas revistas, CARAS y COSAS, que derechamente pagan.

19. ¿Alguna vez han retirado algún reportaje por algún tipo de presión, amistad, dinero o a cambio de otro reportaje mejor o distinto?

Si hay otra cosa mejor sí, es el caso de la muerte de Raimundo Tupper, por ejemplo. De pronto nos ha pasado que se suscita algo importante en materia internacional o nacional y se cambia. Pero nunca por presiones de nadie. Además, la revista no trata de la contingencia.

20. A su juicio, ¿Cuál cree que es la revista líder del sector?

VEA, lo dicen las ventas. Si vendes un promedio de 70 o 80 mil ejemplares, eres el líder.

21. ¿Qué límites se imponen dentro de su revista a la hora de informar sobre la vida privada de las personas?

El límite del buen criterio y el de respetar la honra de las personas. El sentido común que es el menos común de los sentidos. No vamos a decir nada más allá que lo que quiera decir nuestra fuente. Hay dos máximas en el periodismo: Uno hace preguntas y publica respuestas, y uno pregunta tonteras para decir cosas inteligentes. Es importante preguntar de manera sutil respetando el sentido de las respuestas.

Anexo n° 11

Entrevista a Paula Escobar, directora revista CARAS.

1. ¿Qué entiende usted por prensa del corazón?

No he estudiado el tema de la prensa del corazón y no soy especialista en ello. La imagen de la prensa del corazón que tengo es la de revista *¡HOLA!*.

2. Pero su percepción hacia este género, ¿Es positiva o negativa?

No sería correcto catalogarla de negativa ni de positiva, es un género que a las personas les interesa leerlo, es decir, hay un nicho en el mercado. Existe así como las revistas de autos, deporte, etc.

3. ¿Cree usted que su revista está dentro de este concepto?

Pienso que no. Claro que hay algunas entrevistas, portadas o un porcentaje de la revista que tiene ese apelativo. Por ejemplo, cuando hacemos notas de la gente que aparece en la televisión en Chile, que cuentan algo de su vida privada se podría pensar que es eso. Pero más del 60% de la revista equivale a notas de actualidad o política o cultura. Por eso me parece que no estamos en presencia de una revista del corazón como se entiende universalmente. Ahora sí que tiene elementos, pero a esta altura casi todos los medios tienen también elementos de la prensa del corazón. Por ejemplo la revista *Qué Pasa* tiene una sección donde cuenta chismes, los diarios también se han puesto magazinescos. Creo que es algo que permea todo, pero no me parece que ni *CARAS* ni *COSAS* sean revistas del corazón. La mayor cantidad de material que hay dentro de las dos revistas es impensable que sea como los que aparecen en la revista *¡HOLA!*.

4. ¿Cuál es la fórmula que caracteriza a su revista? ¿Cómo la define usted femenina, de actualidad general o una creación original?

Es una revista de actualidad general que tiene lectores masculinos y femeninos, así como también es leída por toda la familia, por los adolescentes, las mamás jóvenes y mayores. Tiene distintos temas de los más magazinescos hasta lo más importantes en términos políticos o los más densos en términos culturales y con la panorámica de lo que está pasando a nivel país, es decir, con la noticia como centro.

5. ¿Ha tenido a lo largo de su historia alguna querrela o demanda por alguna de sus publicaciones?

No. Ninguna querrela o demanda con respecto a la vida privada.

6. ¿Alguna carta de queja?

Sí. Una vez César Antonio Santis, pero no porque hubiéramos hablado de él sino por que creía que la entrevista no reflejaba la cantidad de tiempo que había hablado con la periodista del tema televisivo.

7. ¿Qué porcentaje de lo que se publica en su revista se produce en la redacción y qué porcentaje se compra afuera?

No compramos noticias afuera. Estamos suscritos a una agencia, que es Sygma, que nos provee de fotos y de texto y ahí uno completa la nota. Pero, los temas sobre la realeza los escribimos acá.

8. ¿Comprueban las informaciones que compran y publican?

Sygma es una de las agencias más importantes del mundo y confiamos en ella, luego los textos los comprobamos con los otros medios. Se busca aquella prensa que trate de forma seria el tema.

9. ¿Qué ocurre con las fotos sacadas a distancia, cuál es el criterio que utilizan frente a ellas?

El tema de las fotos sacadas a distancia tiene una muy distinta connotación si esa foto es chilena o extranjera. Las fotos del exterior llegan por Sygma y las publica todo el mundo. Lo único que yo me preocupo es que la foto no la haya comprado ya que no puedo estar pirateándolas. Además, siempre esas fotos son con consentimiento, el personaje hace como que no quiere que le saquen la foto pero igual llaman a la prensa para que se la saquen. Ese es el caso de la Diana de Gales, por ejemplo, ella fue la que llamó a la prensa para que le sacaran las fotos. No aparece posando pero ella quiere ser fotografiada.

Además, hay una pila de restricciones legales para los paparazzi en el mundo. En Chile, no existe el fenómeno de los paparazzi, así que no voy a entrar a discutir sobre ese tema. No se sacan fotos a distancia y el que no quiere salir en una foto, no lo hace.

10. ¿Por qué comienzan a ser importantes los personajes chilenos en su revista?

A causa de la globalización la gente quiere rescatar los contenidos locales, entonces más allá de lo que ocurra en Estados Unidos u otra parte del mundo, les interesa saber lo que pasa acá. Por eso son tan importantes las figuras acá en Chile y en todos los ámbitos: políticos, culturales, de la televisión. El bombardeo constante de todas partes del mundo

produce el hecho de buscar una colección más local en los medios y también pasa lo mismo con la televisión.

11. ¿Qué límites se imponen dentro de la revista a la hora de informar sobre la vida privada de los personajes?

Creo que, hasta ahora, hemos seguido una política de que toda la información sobre la vida privada ha contado con el consentimiento de la gente salvo un par de excepciones, los cuales han sido temas bastante públicos. Por ejemplo, las informaciones de Cecilia Bolocco con Keko Yunge sobre su amistad, que ya había salido en todos los diarios. Ellos se pasean públicamente por todas partes. Es distinto si es un romance que está entre cuatro paredes. Hay por parte de ellos una publicidad de su romance al aparecer en un lugar público juntos, al no desmentir la información que aparecía en los diarios sobre su romance. Hay un juego ya que, por una parte, hay cierta veracidad y por la otra, una cierta disposición por parte de ellos al no desmentir el cuento.

Otro ejemplo, fue cuando Felipe Camiroaga terminó con la Angélica Castro. Alimentamos ese tema, lo tratamos ya que nos pareció importante explicar que todo se había terminado, nada más. No fue más allá de eso. Nuestra norma es informar estas materias con el consentimiento de los personajes.

12. Hay dos posiciones para informar sobre la vida privada de las personas:

La posición norteamericana, donde es el periodista o el medio de comunicación social los que establecen el límite a la hora de informar. La posición de Desantes, en cambio, señala que hay una esfera íntima de la cual no se puede informar. ¿Con cuál de las dos posiciones se identifica la revista?

Depende mucho del grado de publicidad que tiene el personaje en sí mismo. No hay una regla general. El tema de la vida privada se toca cuando las personas quieren hablar de ese asunto. Por ejemplo, si una persona es homosexual uno tocará ese tema en la medida de que ella quiera hablarlo o en el caso de que esa figura ostente un cargo público y el hecho de ser un homosexual le haya traído problemas directos con su trabajo.

Pero en el caso de Cecilia Bolocco que anda con Keko Yunge es una historia blanda y eso no lo veo como una invasión a la vida privada cuando se está paseando por todos los rincones de Santiago con él y no desmiente el hecho. No se le está causando ningún perjuicio a la imagen de ella. Es un juego entre los medios de comunicación y los personajes públicos.

Todos los casos que implican una decisión ética al final se toman un poco sopesando las condiciones que tiene el caso en particular. Depende de lo que estemos hablando. Si se está hablando de un personaje público, de un ministro que está envuelto en la droga, es parte de su vida privada el consumir drogas. Sin embargo, allí hay una conducta que se debería analizar, viendo si uno tiene derecho o no a publicarla. Hay que analizar cada caso, también por ejemplo si un personaje público le pega a su señora, por ejemplo.

13. Pero ese tipo de informaciones, ¿Son relevantes y necesarias para el público?

En el caso de personajes públicos, como la Cecilia Bolocco, claro que sí. Por eso todos los diarios lo publican y juegan con el tema. No es tan relevante, tal vez, como saber si la bolsa de valores vaya a subir o bajar, pero es un juego al que se prestan la mayoría de los personajes en la esfera del entretenimiento. Es un juego al que cualquier figura pública debe saber entrar. En otros países es lo más 'leonino' que hay, en Estados Unidos por ejemplo o en Europa un personaje público no tiene vida privada, todo lo que haga entra en el ámbito de lo público, porque se entiende que una figura pública lo es, las 24 horas del día.

En el caso de las personas de televisión, me inclino a que el límite de la vida privada lo coloquen ellos mismos. Si son personajes públicos, de la esfera del poder, se informa de la vida privada en la medida que eso sea información relevante para sus electores o para las personas que lo mantienen en el poder.

14. En el caso de los personajes internacionales, ¿Hay un límite o se informa todo lo que llega de las agencias?

No llega de las agencias sino de los otros medios de comunicación extranjeros, por ejemplo el *Washington Post*. Todo lo que proviene de esas publicaciones son informaciones públicas. Las restricciones son a criterio de uno, en el caso de las informaciones de Mónica Lewinsky hay pasajes que no pusimos y que no nos parecen ni importantes ni interesantes o simplemente, son de mal gusto. Pero en el fondo uno se agarra de cómo reportean afuera los medios más serios. Los no serios no se toman en cuenta.