



ESCUELA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

**FARÁNDULA A LA CHILENA
LO QUE HAY DETRÁS DEL FENÓMENO**

Tesina para optar al grado académico de Licenciado en Comunicaciones y
al Título de Periodista.

ALUMNA: Paula Gaete Helguero.

PROFESOR GUÍA: Rodolfo Arenas R.

SANTIAGO DE CHILE

- 2010 -

Agradecimientos

En primer lugar agradezco a mis padres y familia más cercana, por apoyarme incondicionalmente, en todos los desafíos que he emprendido en mi vida. Ellos han sido fundamentales en todo mi desarrollo como persona, estimulando e impulsando a confiar en mis instintos y seguir mis sueños.

También a mis amigos, que me han acompañado en este proceso y me animaban a seguir y terminar este trabajo que a ratos se vio dificultado, por diversas situaciones, pero al fin está culminado y ha sido un trabajo muy gratificante de realizar.

Gracias de corazón a todos.

Paula Gaete Helguero.

Santiago, abril 2010.

Índice

1. Introducción	página 5
1.1 Descripción del problema	página 6
1.2 Fundamentación	página 8
1.3 Contextualización	página 9
1.4 Preguntas centrales de la investigación	página 16
1.5 Objetivos	página 17
1.6 Hipótesis de trabajo	página 17
2. Marco Teórico:	
“El Pornochic”	página 18
3. Metodología	página 32
4. Análisis	
4.1 Hitos de la farándula en Chile	página 33
4.2 Causas - “atontamiento colectivo”	página 39
4.3 Función de los medios de comunicación	página 44
4.4 Rating y TV, “cosa de puntos”	página 45
4.5 TV y farándula	página 49
4.6 La vida cotidiana como protagonista de la TV	página 52
4.7 La entrada de los privados a los medios de comunicación	página 54
4.8 Los conglomerados comunicacionales presentes en Chile	página 54
4.9 Grupos que operan en Chile	página 58
5. Empresarios, políticos y faranduleros	página 62
6. Revolución LUN	página 73
6.1 “Era Benítez”	página 76
6.2 La guerra del click	página 81
6.3 Network Centric Warfare (NCW)	página 83
6.4 La influencia de LUN en la TV	página 84
6.5 Piñera y Chilevisión	página 86

6.6 Periodismo de espectáculo v/s farándula	página 89
6.7 Todos sabíamos...	página 91
6.8 ¿Quién ganó la batalla?	página 92
7. Protagonistas: perfil, quiénes son, características	página 94
7.1 Opinólogos	página 94
7.2 Famosillos	página 97
7.3 Hablemos en pe\$os	página 99
7.4 Rostros abc1	página 101
7.5 Sueldos de la industria	página 102
7.6 ¿Después de la fama qué?	página 103
7.7 Physical	página 107
8. Proyecciones	página 108
8.1 ¿Algo huele mal?	página 108
8.2 ¿Caerá la prensa light?	página 110
9. Ética periodística y farándula	página 112
9.1 Casos emblemáticos	página 115
9.2 ¿Víctima o victimario?	página 119
9.3 Paparazzeo en primera persona	página 120
10. Conclusiones: ¿Está todo perdido?	página 121
11. Bibliografía	página 135

1. Introducción

Lo que se verá en el desarrollo de éste trabajo es, básicamente, analizar la irrupción de este “nuevo género periodístico”, que en muchos casos ha desplazado al periodismo de espectáculo, re significando lo que es talento, éxito, etc.

Más allá de lo entretenido que pueden resultar los programas de farándula, también destacar que no es necesario ser periodista para hablar del tema, surgiendo los famosos “opinólogos” que siendo actrices o modelos, pueden ocupar la tribuna para hablar de algún famosillo, que a su vez han obtenido la fama por enredos de faldas, celos, infidelidades, entre otras cosas.

Quienes pueden dar cátedra o antecedentes de la también llamada prensa rosa o del corazón, en primera instancia son los medios españoles, siendo nuestro referente más cercano y también con más años es la prensa rosa argentina.

Los frutos obtenidos son variables, como también su durabilidad ya que al parecer “famosillo que no hace un escándalo no come”.

Este género puede parecer inofensivo y superficial pero finalmente, puede sepultar o engrandecer a cierto personaje según su conveniencia y rentabilidad, ya que cómo negocio la farándula genera dividendos monetarios que nos son menores.

Ética y moral son conceptos que también se han visto transformados, ya que todo recurso vale para obtener la “noticia”. Elementos cómo dinero, cámaras escondidas y traición, son los condimentos que ensalsan esta tendencia mundial.