

Universidad Academia de Humanismo
Cristiano

CHILEVISIÓN: ¿TE VE DE VERDAD?

Análisis del concepto de calidad en un medio de comunicación privado dentro de un sistema comercial aplicado a los contenidos de sus programas: estudio sobre “La Jueza”, “Yingo” y “Chilevisión Noticias, Edición Central”.

Felipe López Miranda

Esteban Sánchez Herмосilla

Profesor Guía: Renato Leyton R.

Agradecimientos

Felipe López:

Terminó una etapa en mi vida y comienzo otra... Ah! Ojo, no lo hice solo, esto se lo debo a muchas personas.

A mis padres, Humberto López y Ana Miranda, quienes mantuvieron y nutrieron la idea de ser lo que soy en la actualidad. ¡Nunca aflojaron y sé que nunca lo harán! Son unos maestros, viejos. Mis hermanas, Ana López y Lorena Díaz, quienes soportaron a un hermano mañoso y tendrán que seguir aguantando. Mi cuñado, Víctor Cabrera, quien a pasos agigantados ingresó a una familia pequeña, pero llena de cariño. Por supuesto, imposible dejar de nombrar a la hermosa Sare Conley, mujer más completa y única... No, imposible encontrar una igual.

A Renato Leyton, quien fue parte del triunvirato que pensó y ejecutó este trabajo, sacándolo adelante a pesar de “partir como caballo inglés y terminar como corcel de feria”, gracias profe.

Por último, al Barba. Loco, ‘aperraste’ con turnos de noche, muerto de sueño y encuartelado injustamente. ¡Historia de pocos!

Esteban Sánchez:

En estas líneas agradezco a quienes me apoyaron, de alguna u otra forma, para que este escrito signifique lo que es hoy: el fin de un ciclo en mi vida.

A mi mamá, la Keka, por el día a día. También a mi hermano, el Juaco. A ellos por sus retos y la insistencia. Están aquí. Desde lejos, pero junto a mí, la preocupación de mi papá, el Kako. A toda mi familia, que siempre esperó, hasta ahora.

A mi colega, María Paz Núñez, por la ayuda, paciencia, comprensión, enseñanza y amor.

A Felipe López, el compañero de labores, amigo y colega, por las fuerzas. Por último al profesor, a Renato Leyton, que en todo esto, mucho tuvo que ver.

Para terminar, ambos damos las gracias infinitas a todos los involucrados, directa o indirectamente, en el resultado final de nuestra investigación. A nuestros entrevistados, quienes de manera muy responsable nos atendieron y contestaron cada una de nuestras preguntas. A los que corrigieron a pulso nuestro escrito, especialmente a Sarella Rodríguez, quien leyó cada palabra que redactamos. También a los que opinaron y que de cierta forma están presentes en alguna página del trabajo. A todos, simplemente gracias...

Índice

1. Introducción	<u>66</u>
2. Marco teórico	<u>1040</u>
2.1 ¿A qué se puede llamar hoy televisión Pública?	<u>1212</u>
2.2 Rol político en la televisión	<u>1414</u>
2.3 Rol del mercado y económico en la televisión	<u>1919</u>
2.4 Televisión actual	<u>2424</u>
2.5 Televisión como industria cultural	<u>2727</u>
3. Problematicación del concepto de calidad	<u>2929</u>
4. Hipótesis	<u>3636</u>
5. Objetivo Específico	<u>3636</u>
6. Objetivo General	<u>3636</u>
7. Preguntas de Investigación	<u>3636</u>
8. Metodología	<u>3838</u>
9. Perspectiva de calidad según bibliografía y especialistas	<u>4747</u>
9.1 Conceptualizaciones atributos de calidad.....	<u>4848</u>
10. Guiones	<u>5151</u>
10.1 Programa 1: La Jueza.....	<u>5151</u>
10.1.1 Cruce de datos.....	<u>5959</u>
10.1.2 Análisis del guión.....	<u>6262</u>
10.1.3 Conclusión guión La Jueza.....	<u>6464</u>
10.2 Programa 2: Yingo.....	<u>6565</u>
10.2.1 Cruce de datos.....	<u>7373</u>
10.2.2 Análisis del guión.....	<u>7676</u>
10.2.3 Conclusión guión Yingo.....	<u>7878</u>
10.3 Programa 3: Chilevisión Noticias, Edición Central	<u>7979</u>

10.3.1	Cruce de datos.....	<u>8989</u>
10.3.2	Análisis de guión	<u>9292</u>
10.3.3	Conclusión guión CHV Noticias	<u>9494</u>
11.	Conclusiones	<u>9595</u>
12.	Bibliografía	<u>9898</u>
12.1	Libros y textos:	<u>9898</u>
12.2	Revistas:	<u>9999</u>
12.3	Sitio Web (Prensa, artículos de revistas, textos):.....	<u>9999</u>

La siguiente tesis desarrolla un análisis de contenido hacia tres programas representativos de la parrilla programática del canal Chilevisión. Ello con el objetivo de determinar la concordancia entre el contenido emitido y diversos atributos que de acuerdo al estudio, expresan los contenidos mínimos de calidad.

Lo anterior busca hacer un aporte metodológico a la discusión sobre calidad en televisión y si esta es posible en el contexto de una televisión guiada por lógicas mercantiles, en que la creación de contenidos está, en gran medida, ligada a los réditos económicos que un medio pueda obtener.

1. Introducción

Necesidad básica en cada hogar del mundo y con una influencia considerable en las vidas, decisiones y puntos de vista de las personas que este producto, la televisión es el medio de comunicación más masivo que existe y Desde sus primeros años, se ha consolidado progresivamente con hitos como el Mundial de Fútbol, la llegada de la imagen a color, creación de franjas programáticas, llegada de TV por cable, entre otras más.

Nosotros asumimos que los contenidos que este medio emite se guían por los intereses de los sujetos que componen la sociedad. Ahora bien, también es verdad que muchas veces los televidentes podrían ser engañados por lo que se muestra en pantalla y nadie cuestionaría si lo que se entrega es contenido de calidad o no.

Durante años se ha generado un debate sobre qué tipo de televisión se está dando en el mundo. Es más, se ha originado la interrogante de si hay calidad en las emisiones de cada estación televisiva. Existe la necesidad de definir y conceptualizar lo que se entiende por calidad y esto se ha visto mediado por dos corrientes principales: las diversas y distintas opiniones sobre qué es calidad

aplicada a la televisión y la falta de claridad respecto del rol de una televisión de carácter público, o si esta debe funcionar sólo con criterios de mercado.

Es a partir de lo expuesto, que sentimos la necesidad de encontrar una explicación al por qué se emite lo que se emite en la televisión, aplicado en este caso, a la realidad chilena y a un canal en particular. Lo que nos importa, es saber si el medio privado cumple con criterios determinados de calidad o si en algún momento se rige por parámetros externos en sus parrillas programáticas.

Al momento de ver esta situación, sentimos que es importante analizar en profundidad lo ocurrido y entendemos que los mecanismos de medición de calidad en la actualidad no cumplen con nuestras expectativas de esclarecer realmente lo que se muestra, con qué objetivo y por qué. Esta duda, también surge a partir de la idea del nacimiento de una cultura televisiva caracterizada por una superficialidad crónica, respaldada por el concepto “TV Basura”.

Aproximando lo dicho al caso chileno, nos llamó la atención que uno de los canales de TV más vistos en nuestro país –Chilevisión-, según estadísticas del Consejo Nacional de Televisión –CNTV-, sea parte de uno de los cuatro canales que concentran más del 90% del consumo total del país.¹ Para conocer el medio que analizaremos, es importante resaltar que Chilevisión tiene una base universitaria. Hasta los 80’, sólo las universidades y el Estado podían tener concesiones de TV. Es más, la de Chilevisión sigue perteneciendo a la Universidad de Chile, la que comenzó el 4 de noviembre de 1960. Fecha muy alejada al inicio de transmisiones del primer canal privado de nuestro país, Mega, el 23 de octubre de 1990.

El público chileno tiene una clara preferencia por Chilevisión y queremos entender el porqué de esto. Creemos que se tiene que definir la calidad en determinados contenidos, para razonar lo que consumimos a través de la televisión. Si bien, existen métodos de análisis de calidad en la televisión, cumple

¹ MONTENEGRO CORONA, Sebastián; POLIDURA BRUN, José Ignacio
2010 “Anuario de oferta y consumo en la TV abierta 2010”, Consejo Nacional de Televisión, pp. 9

con las expectativas que tenemos y creamos uno propio para lograr explicar qué es calidad y que no en contenidos televisivos de un medio privado.

En este estudio, desarrollaremos el análisis de contenido de tres programas representativos de la parrilla programática del canal. Es importante explicar el porqué de la elección de estos programas. Según el “Anuario de oferta y consumo en la TV abierta 2010”, la parrilla programática de Chilevisión se basa fundamentalmente en tres géneros muy reconocibles: informativos, misceláneos y de conversación. Estas tres áreas abarcan un 66% del total de la oferta del canal y son los programas más consumidos, entregando cifras como 30,1% de demanda para los de corte informativos, un 22,5% para misceláneos y un 16% para los de conversación. Además, el canal con la señal 11 en Santiago, es el que más tiempo le dedicó a los informativos en su parrilla programática durante 2010 y por sobre todo, el que obtuvo la mayor respuesta de los televidentes en términos de sintonía. Por su parte, también posiciona programas misceláneos como Yingo en el segundo lugar de los más consumido por la oferta del canal.² Por consiguiente, la injerencia que logran tener estos programas en la opinión pública y en lo que la gente consume, es importante de analizar para saber qué es lo que nos llama la atención y cómo entendemos lo que nos muestran. A partir de esta definición seleccionamos un programa representativo de los géneros descritos.

El primero se llama “La Jueza”. Un espacio en donde se replica una audiencia judicial y donde una decisión de un magistrado se tiene que acatar por las partes (protagonistas de los problemas). En el espacio se tocan temas cotidianos, en dónde muchas veces la gente podría verse reflejada en ellos.

El segundo programa es de corte absolutamente juvenil. “Yingo” es un espacio misceláneo de entretención y que contempla la participación activa de representantes del mundo de la adolescencia de nuestro país. Concursos,

² MONTENEGRO CORONA, Sebastián; POLIDURA BRUN, José Ignacio
2010 “Anuario de oferta y consumo en la TV abierta 2010”, Consejo Nacional de Televisión, pp. 9

historias, miniserias, problemas y soluciones se plantean, pero siempre desde la perspectiva de los jóvenes

El tercer programa, dentro del género informativo, es “Chilevisión Noticias, Edición Central”. Este espacio correspondiente al noticiario clásico es uno de los más importantes para el canal, pues refleja la cara del medio, es decir, permite identificar la línea editorial que tiene la estación.

Para abordar estos tres programas, recurriremos en un primer momento a la visión de expertos en torno al tema de la televisión con el fin de identificar atributos de calidad.

De cada una de estas entrevistas con los expertos, obtendremos una serie de atributos, los que contrastaremos con los que permite definir la revisión de la literatura disponible sobre el tema, de donde también obtenemos referencias de atributos en textos como *“Televisión de calidad y pragmatismo”*, de Eva Pujadas Capdevilla, docente de Comunicación Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra, entre otros. Todo esto, tiene el fin de aplicarlos a través del análisis de contenido de los guiones de una muestra acotada al correspondiente a la emisión de los citados programas el día 16 de diciembre de 2010.

2. Marco teórico

Es difícil poder definir los comienzos de la televisión en nuestro país. Esto, principalmente por el carácter experimental que tuvo este medio a fines de la década de los 50.³ El gobierno de Jorge Alessandri no le entregaba mayor significado a este nuevo medio de comunicación y justamente el mandatario no potenciaba este fenómeno en un país que estaba lejos de una globalización que estaba naciendo en todos lados del mundo.⁴

A partir de esto, los comienzos de la televisión en Chile se limitaron principalmente a niveles universitarios. El libro "Los primeros 50 años de la Televisión Chilena" en el capítulo "Paradojas en los inicios de la televisión chilena" de María de la Luz Hurtado ayuda a entender cómo fueron los inicios de este fenómeno y cómo las universidades más prestigiosas de nuestro país comenzaron a ejecutar una televisión que en esos tiempo no tenía esperanza por parte de las personas.

Hasta ahí, prácticamente nula intervención estatal en la TV. Hace más de 50 años, Chile fue testigo de transmisiones con tres características fundamentales: Horarios muy reducidos, una programación tentativa y muchas veces improvisada y no se emitía publicidad,

La Universidad Católica de Chile y la Universidad Católica de Valparaíso fueron los pioneros y primeros en comenzar a transmitir. En agosto de 1959 se realizó la primera transmisión y un año después la Universidad de Chile emitió una nueva señal. Hay que explicar que prácticamente no hubo impacto social por la poca existencia de aparatos receptores en Chile. Sin embargo, hubo un hecho fundamental que tradujo la importancia de la televisión en nuestro país.

³ ACUÑA, Fernando, "Los primeros 50 años de la Televisión Chilena", 2007. Extraído el 14 de noviembre 2011. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-71942009000100007&script=sci_arttext&tlng=en

⁴ ACUÑA, Fernando, "Los primeros 50 años de la Televisión Chilena", 2007. Extraído el 14 de noviembre 2011. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-71942009000100007&script=sci_arttext&tlng=en

El Mundial de Fútbol de 1962 ayudó a la expansión de la televisión en Chile, transmitiendo partidos importantes que las personas querían ver. No hay que hacer un análisis profundo para identificar que el fútbol llama la atención de las personas y claramente también llamó la atención de las autoridades de ese tiempo.

En 1963 el debate sobre un estatuto para la TV llegó al Parlamento y por primera vez se estaba planeando legislar al respecto. No obstante, recién en 1967, bajo el gobierno de Eduardo Frei Montalva, se creó un canal de televisión estatal, pero a través del Ministerio de Educación y bajo el mandato del ex Rector de la Universidad de Chile, Juan Gómez Millas.

Bajo este escenario se dieron varias novedades en el mundo de la televisión chilena. Por una parte estaba este canal del estado –TVN-, pero también se había consolidado Canal 13, el medio de la Universidad Católica y también la señal de la Universidad de Chile.

Estos tres medios comenzaron a definir posturas en sus contenidos y la política marcó mucho lo que se mostraba. TVN, complementó sus emisiones con las ideas de Salvador Allende y su campaña política. En tanto, la señal proveniente de la Universidad Católica complementó su parrilla programática con contenidos que apoyaba la oposición ideológica del propio Allende. En cambio, la señal de la Universidad de Chile optó por una emisión de carácter más cultural. No obstante, es importante hacer un pequeño hincapié en un hecho que marcó presencia. La transmisión en simultáneo –de los tres canales- del momento de la llegada del hombre a la luna demostró la importancia de la televisión en términos de instantaneidad, proximidad, relevancia e integración a un mundo que avanzaba a pasos agigantados.

Ahora, también existe otro factor que se hizo presente en los medios de comunicación, y que hasta la actualidad ha tenido un rol importante, hablamos del modelo neoliberal. Según Alonso Azócar Avendaño, Magíster en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de La Frontera, la forma en la que está presente

este fenómeno en los medios, es principalmente a la participación de privados, hablando siempre del caso chileno. Azócar Avendaño sostiene que los medios de nuestro país mantienen un fuerte monopolio “lo que significa que los mensajes difundidos estén determinados por los empresarios, quienes, en su rol protagónico dentro del sistema capitalista, elaboran un discurso particular producido en el marco de la ideología dominante y puesto en circulación no como un producto de intercambio entre los distintos sectores sociales, culturales y /o políticos sino como propuesta hegemónica”.⁵

Importante punto que sin duda ha afectado a lo que se tenía estipulado para un principio en la televisión. Por lo mismo, surge la necesidad de saber qué rol cumple el estado en la televisión en la actualidad y Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón en su texto “Televisión pública, cultural, de calidad” plantearon la siguiente interrogante:

2.1 ¿A qué se puede llamar hoy televisión Pública?

La más clara caracterización de esta televisión es que interpela, se dirige, al ciudadano más que al consumidor. Y por lo tanto su objetivo primordial reside en contribuir explícita y cotidianamente a la construcción del espacio público en cuanto escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las diferentes comunidades culturales.

El segundo rasgo que marca a la televisión pública se halla en la elaboración audiovisual de las bases comunes de la cultura nacional, sobre las que se articulan las diferencias regionales y locales. Para ello la televisión pública debe, de un lado, hacerse cargo de la complejidad geopolítica y cultural de la nación tanto en el plano de las prácticas sociales, como de los valores colectivos y las expectativas de futuro, y de otro, trabajar en la construcción de lenguajes comunes.

⁵ AZÓCAR AVENDAÑO, Alonso

“Medios de comunicación y democracia en la sociedad neoliberal chilena de inicios del siglo XXI”. Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. pp.7-8

El tercer rasgo que configura la especificidad de esta televisión es ofrecer una imagen permanente de pluralismo social, ideológico y político, abriendo espacios a las voces más débiles, como las minorías culturales (los indígenas, los homosexuales) y los creadores independientes (en video, música, teatro, danza).⁶

A partir de esto, se devuelve la pregunta que se realizó en el texto recién mencionado. ¿Es eso lo que contempla realmente la televisión pública en nuestro país? Podrían existir muchos debates al respecto y realmente nadie podría tener algún tipo de definición al respecto.

En la actualidad, sólo TVN es la entidad que se podría considerar pública y el sector privado se ha hecho presente en el sistema de gran manera. El holding Bethia es la matriz de inversiones de Liliana Solari, una de las dueñas de la empresa “Falabella” y en la actualidad tiene gran presencia en la televisión a través de Mega. El grupo Luksic también se hizo presente en Canal 13 comprando un parte de la estación televisiva y justamente Chilevisión ha pasado por diferentes dueños privados en los que cuentan el grupo Cisneros y la persona natural de Sebastián Piñera.

Es complicado definir si tenemos una televisión pública, por la sencilla razón que existen aristas importantes que permiten entender relaciones estrechas entre muchos factores que contempla una condición de televisión mixta, que es precisamente el modelo que adopta el medio en nuestro país. Por ejemplo, la política es un factor importante y absolutamente aplicable a la pantalla chica, tomando en cuenta la retroalimentación que pueda haber. Por lo mismo, es un punto a analizar en profundidad.

⁶ BARBERO, Jesús Martín; REY, Germán; RINCÓN Omar.
2000 “*Televisión pública, cultural, de calidad*”, Revista Gaceta, nº 47. Bogotá, pp. 50-61

2.2 Rol político en la televisión

“La política es una actividad propia de los seres humanos. Mediante ella, los hombres se organizan socialmente, pues crean y modifican normas de convivencia que tienden a la búsqueda de objetivos comunes para todos los miembros de la comunidad”. Así lo manifiesta Mauricio Duverger, jurista de la Universidad de Bordeaux y fundador en 1948 del Instituto de Estudios Políticos de Burdeos, una de las primeras facultades para la ciencia política en Francia.

Bajo esta lógica es absolutamente entendible que la relación entre ‘políticos’ y ‘sociedad’ tiene que ser estrecha, más aun tomando en cuenta lo que diría el pensador moderno Georg Hegel de que lo que más se busca entre ambos sujetos es el reconocimiento mutuo en el rol que desempeñan.

Por lo mismo, hay que pensar en la forma de comunicación entre política y sociedad y entenderemos que los medios de comunicación son los encargados de ser los interlocutores entre esta política, entiéndase a la política como políticos, instituciones, gobiernos, etc. y la propia sociedad.

Mencionamos que la televisión tiene una gran demanda en las personas, las que componen la sociedad. Los políticos entienden esta situación y la cercanía entre política y sociedad se ha ido intensificando con los años. En el pasado, ese rol lo cumplía la prensa escrita, posteriormente fue la radio y ahora lo es la televisión. La respuesta es simplemente porque *“la televisión nos hace ver los acontecimientos en lugar de oírlos, esta sustitución del oído por la vista tendrá seguramente sus propias consecuencias. Citemos el ejemplo de la entrada de las tropas alemanas a Viena en 1938; en el lugar de los hechos se encontraba un reporte de una estación privada, éste hizo que los franceses escucharan el ruido de las botas alemanas sobre el pavimento de las calles de Viena, con lo cual aseguró que este acontecimiento, por más alejado que estuviese, en realidad viviera se en los hogares de millones de franceses. En cambio, la televisión*

*presentaría ante los ojos del gran público una larga secuencia de imágenes políticas sobre el caso, diluyendo con ello el impacto logrado por la radio”.*⁷

Existe una dicotomía con respecto al cómo uno entendería ocupar un medio con tal llegada en las personas, porque a pesar de pensar que la política pueda utilizar a la televisión como una herramienta para generar representatividad en las personas, simplemente tiene, en ocasiones, objetivos alejados al citado y no necesariamente en función de las personas.

Según la publicación del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), a través de su publicación “La Televisión y Política”, “En Inglaterra, es lo bastante conocida (televisión) como para desempeñar un papel importante en el marco político, pero según tenemos entendido, la televisión preferentemente se encarga de “despolitizar” en lugar de “politizar” a los ciudadanos. Hace poco mencionamos, a propósito de la radio bajo el régimen totalitario, que los ahora denominados medios de comunicación de masa, tienden a distraer la atención del público y a dictar una ideología conformista. Actualmente la televisión inglesa, no solamente es poco política sino es más bien partidaria de la despolitización. Esta acción está encaminada a producir en el telespectador imágenes que le hacen olvidar su trabajo cotidiano y abandonar sus reuniones sindicales o políticas”.⁸

Es decir, la política no ocupa a la televisión para tener adherentes a su pensamiento ideológico, sino para distraer a las personas y hacerlas olvidar de lo relevante dentro de una sociedad: la televisión nos hace ver los acontecimientos en lugar de oírlos, esta sustitución del oído por la vista tendrá seguramente sus propias consecuencias”.

Una de las primeras consecuencias de la televisión será precisamente la de “despolitizar” los hechos. No creemos que el ciudadano medio de los Estados Unidos alimente un culto especial por los dirigentes de los partidos más

⁷ ITAM, “La televisión y política”, 1988. Extraído el 24 de junio 2011. http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras12/trad1/sec_8.html

⁸ ITAM, “La televisión y política”, 1988. Extraído el 24 de junio 2011. http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras12/trad1/sec_8.html

importantes en el momento en que éstos nombren a sus candidatos a la presidencia. Sin embargo, la sola presentación de este hecho por televisión tiende más bien a reducir el respeto de cualquier ciudadano por los políticos. ¿Por qué razón?, se puede deducir que esos políticos no son precisamente estrellas de televisión. En efecto, cuando los políticos se ven sometidos al suplicio de las cámaras, la estima del ciudadano decae muy a menudo, en comparación con la situación previa al descubrimiento de la televisión”.⁹

Ahora bien, esta última interrogante sobre la falta de respeto de los políticos, producto de que no son precisamente estrellas de televisión, sucede en todas partes. Llevémoslo a nuestro territorio, tratar de explicar esto de la manera más próxima.

El área Sociología de las Comunicaciones de la Escuela de Sociología de la Universidad de Valparaíso a través del escrito hecho por Mirla Utreras, analizó el debate presidencial emitido por las pantallas de Televisión Nacional de Chile (TVN) el día 23 de Septiembre del 2009 en el marco de las elecciones presidenciales de ese mismo año.

Según Utreras en la televisión se encuentran los roles de informar, entretener y educar; sin embargo, la programación de los canales nacionales, evidencia que la función con primacía absoluta es la de entretener.

“La masividad de la televisión, permite por una parte informar a la ciudadanía, al menos someramente de los planteamientos de los candidatos, sin embargo, por otra parte, sus planteamientos, refutaciones y opiniones están supeditadas a la finalidad primera de la televisión. El episodio más ilustrativo es sin duda el emplazamiento realizado por Eduardo Frei, candidato por el pacto Concertación por la Democracia a Sebastián Piñera, candidato de la Coalición por el Cambio por el informe de Transparencia Internacional, puesto que tal hecho

⁹ ITAM, “La televisión y política”, 1988. Extraído el 24 de junio 2011.
http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras12/trad1/sec_8.html

relegó cualquier análisis político sustantivo del debate a un segundo plano. Finalizado este, los análisis posteriores giraron en torno a dicho episodio.

El debate transcurrido aproximadamente en una hora y treinta minutos no permitió profundizar en los ejes fundamentales de los programas de los respectivos candidatos, pero constituyó un espacio privilegiado para ellos en cuanto a visibilidad y efectos mediáticos”.¹⁰

Increíblemente después de ese debate, que por cierto era absolutamente relevante para el futuro de un país y además de no analizar temas que realmente eran de importancia para las personas, fue una constante definir o determinar el ganador de dicha instancia. Piñera perdió, Frei y Enríquez- Ominami se mantuvieron y Arrate triunfó, pero ¿de qué forma uno obtuvo un triunfo y otro terminó perdedor? Sólo a través de un análisis subjetivo que hace pensar que se perdieron o se sumaron votos a una campaña presidencial.

Eduardo Sepúlveda, editor de reportajes del diario el Mercurio, entregó un análisis al respecto a través del mismo medio de comunicación, y que por cierto, también fue resaltado en el texto de Utreras, “Sociología de la Comunicaciones”. En la publicación, Sepúlveda advierte que “el objetivo de un debate televisado entre los candidatos presidenciales, como el de anoche, tiene una meta clara, conseguir más votos. Y desde ese punto de vista, es probable que el único hoy día pueda sentir que ganó concretamente votos, es el candidato Jorge Arrate. “La performance de él”, ante todos los entendidos y si uno revisa los diarios y los distintos medios en el día de hoy, lo muestran a él como el que tuvo el mejor desempeño, la mejor performance en este primer debate presidencial. Es claro que él logro definir con una postura tranquila, clara, precisa que él es el representante de la izquierda.”

¹⁰ UTRERAS, Mirla, “*Sociología de las Comunicaciones*”, Escuela de Sociología de la Universidad de Valparaíso. Extraído el 14 de julio 2011.
<http://sociologiadelascomunicaciones.bligoo.com/content/view/632026/Relacion-entre-televison-y-la-politica-a-proposito-del-debate-presidencial.html>

En conclusión, podemos analizar la relación de ambos factores en la utilización de la televisión por parte de la política, en donde sólo prevalece la despolitización de la ciudadanía, en donde se busca la distracción de los hechos importantes.

Eso conlleva a que por ejemplo, ocurran hechos como el debate presidencial emitido por las pantallas de TVN el 23 de Septiembre del 2009, que más allá de analizar cuestiones de carácter importante para la ciudadanía, se terminó hablando de hechos banales que sólo estaba en función de sumar votos en una campaña, dejando en segundo plano un análisis profundo de un Estado y los mejoramientos de este mismo.

Este punto es fundamental, porque hace entender muchos aspectos de uno de los roles trascendentales dentro de una sociedad como lo es el de la política. Sin embargo, también existen otros factores, como el rol del mercado y económico, que tienen una influencia clara en lo que es la televisión y que, en muchas ocasiones, lo que se muestra en televisión.

2.3 Rol del mercado y económico en la televisión

Se puede estimar que la economía es la ciencia que se ocupa de la manera en que se administran unos recursos que son escasos, con objeto de producir bienes y servicios, y distribuirlos para su consumo entre los miembros de una sociedad.

Partiendo de esta afirmación, es importante determinar dos perfiles de economía dentro de un contexto que se ve afectado por el dinero. Estos son principalmente los sectores públicos y privados, donde sin duda que las variables son distintas.

La economía, en términos de mercantilización del producto, ha encontrado dentro del mundo de los medios de comunicación una seguridad de rentabilidad. La economía como tal, se ha mostrado favorable frente a los distintos problemas financieros y ha mostrado ganancias impresionantes cuando se trabajó bajo una normativa comercial capitalista y neoliberal.

Sin ir más lejos, el caso de la compra por la familia Luksic de la estación televisiva de la Pontificia Universidad Católica es un hecho que demuestra lo que se está tratando de reflejar y particularmente sobre el rol de la economía en la televisión y cómo afecta esto la calidad de sus contenidos.

“La televisión se ha constituido en un muy rentable negocio, ligado de manera directa a la entretención -que en este formato es alienación-, y al consumo de masas. Pero no sólo es una buena fuente para generar dinero. Es también un medio de comunicación, una herramienta para influir en la opinión pública y en el comportamiento ciudadano. Que el inversionista que toma el control de Canal 13 sea uno de los principales grupos económicos del país con posiciones en sectores clave de la economía, no es una simple circunstancia: revela la importancia que tienen los medios de comunicación para representar los intereses del poder. Y qué poder más evidente y activo que el económico. La competencia por los mercados se reproduce en la televisión. Hace un par de meses, la abortada venta de

Chilevisión al fondo de inversión Linzor Capital lo señaló con claridad: la televisión atrae a los inversionistas que buscan negocios de alta rentabilidad, como los supermercados, los artículos de consumo masivo, la telefonía, la banca... En el caso de Linzor, es como sus negocios en la entretención (cines Hoyts), en la salud (isapre Cruz Blanca) o en la educación (Universidad Santo Tomás). Da lo mismo el sector, lo atractivo es la rentabilidad”.¹¹

La venta de canal 13, y a modo de relación con la privatización de Chilevisión, ayuda a entender la integración de muchos agentes económicos dentro de las comunicaciones, apelando fundamentalmente a lo que ellos podrían lograr como una empresa rentable. Es más, incluso no necesariamente siendo rentable desde un principio, ya que la compra de la estación que pertenecía en su totalidad a la Iglesia Católica, conllevó el pago de una deuda que sostenía esta misma entidad, sin embargo, los nuevos modelos económicos saben que dentro de este mundo, la posibilidades de obtener poder son enormes.

Por esto mismo, Walder sabe y señala que “Entretención, alienación y mucho consumo. Una fórmula perfecta que va de la mano de la banca y está íntimamente emparentada con las bases del modelo de libre mercado. Ya lo dijo Andrónico Luksic a minutos de firmar el contrato con la Universidad Católica: “Nos permite ingresar a un sector de las comunicaciones que tiene enormes expectativas de desarrollo a través de una marca, como es Canal 13, que fue pionera en Chile y que cuenta con un enorme prestigio en el país”. Luksic no es el único grupo económico en la televisión chilena. Desde inicios de la década de los noventa tras Mega está el Grupo Claro (los herederos de Ricardo Claro)”.¹²

¹¹ WALDER, Paul,
20 de agosto, 2010 “*Grupo Luksic controla Canal 13: La TV como mercado*”, Centro de Estudios Miguel Enríquez, Publicado en revista “Punto Final”, N° 716, pp. 1-4

¹² WALDER, Paul,
20 de agosto, 2010 “*La TV como mercado*”, Centro de Estudios Miguel Enríquez, Publicado en revista “Punto Final”, N° 716, pp. 1-4

Y no solo el grupo Luksic se ha hecho parte de este mundo, sino que gran parte de los medios de comunicación, ya sea escrito, radial o televisivo pertenecen a estos sectores de la sociedad que busca rentabilidad y establecerse como empresa con una herramienta que además de entregar dinero, entrega control sobre las masas.

También existe otro factor. La economía en la televisión también se refleja en la publicidad, auspicio, patrocinadores, todo lo que pueda generar ingresos. Y en respuesta a eso es obvio que las grandes cadenas de productos identifiquen ese canal como una posibilidad de llegada clara a las personas, a las masas para el consumo de sus productos.

Sin embargo, es tanto el ingreso que pueden generar distintas marcas dentro de un medio de televisión, que muchas veces podría provocar y tener tal grado de injerencia de decidir que emitir a través de la pantalla de un determinado canal.

Este el caso de la huelga que llevó a cabo el segundo semestre del 2010 la cadena de Farmacias Ahumada. La huelga fue iniciada por más de 800 trabajadores de 210 locales que se movilizaron para que se les pagara el salario mínimo de 172 mil pesos establecido en la ley.¹³Una situación dentro del mundo laboral que se podría dar en cualquier circunstancia. El tema cambió de color cuando Fidel Leiva, secretario del Sindicato N°1 de Farmacias Ahumada, afirmó en radio Cooperativa que la huelga que protagonizaron había tenido baja cobertura en televisión específicamente por los "extraordinarios" contratos de publicidad.

Y todo se intensificó más cuando el mismo Fidel Leiva declaró igualmente a radio Cooperativa que "Solamente nos tienen vetados en la televisión. Sabemos

¹³ PALACIOS, Juan Pablo.

"Trabajadores de Farmacias Ahumada en huelga legal por salarios de 35 mil peso". Extraído el Jueves 7 de octubre 2010. <http://radio.uchile.cl/noticias/85710/>

que Farmacias Ahumada cancela dividendos extraordinarios en publicidad, y por eso creemos que estamos vetados por la prensa televisiva".¹⁴

Situación que, se podría deducir que es el reclamo de una parte de la realidad. Los afectados apelan a eso, pero el tema se convierte en algo más cuestionable, cuando un ex Presidente de la República sentencie lo mismo.

Ricardo Lagos "criticó la campaña del silencio que algunos medios de comunicación han hecho frente a la huelga de los trabajadores de FASA. "¿Qué pasa con Farmacias Ahumada? La misma farmacia que estuvo involucrada en colusión de precios, ahora ¿quién informa de esto? Nadie. Hay una campaña del silencio respecto de lo que pasa con Farmacias Ahumada.

¿Cómo es posible que lleven cuantos días de huelga y eso no aparece en ninguna parte? No es noticia 800 personas (en huelga). Esta huelga no es cubierta por los medios escritos de este país y muchos de los medios televisivos y espero que ahora aparezca. 32 mil pesos dicen que es el sueldo mínimo, pero algunos dicen que ganan 22 mil pesos y están pidiendo ganar el salario mínimo y lo que ganan como comisión se le impute. No están pidiendo un aumento de sueldo".¹⁵

A modo de conclusión, la economía ha visto un nicho rentable en la televisión, generando dividendos positivos y desarrollando nuevas ideas para hacer crecer esta situación. Claro, todo comenzó justamente cuando se pensó en este medio como empresa privada, y en nuestro país el pionero fue Mega, al conformarse como tal y comenzar sus transmisiones en octubre de 1990. Fue el primer paso para que otros canales de televisión adoptaran el mismo perfil, entre ellos, Chilevisión.

¹⁴ COOPERATIVA, Radio

"Sindicato de Farmacias Ahumada: La huelga está vetada en TV por la publicidad". Extraído el lunes 25 de agosto 2010, "http://www.cooperativa.cl/sindicato-de-farmacias-ahumada--la-huelga-esta-vetada-en-tv-por-la-publicidad/prontus_notas/2010-10-25/123439.html

¹⁵ CAMBIO 21, Página web

"Ex Presidente Ricardo Lagos acusa "campaña del silencio" en huelga de trabajadores de Farmacias Ahumada. Pidió mayor preocupación por damnificados por el terremoto". Extraído el lunes 25 de octubre del 2010, <http://www.cambio21.cl/cambio21/site/artic/20101025/pags/20101025123903.html>

También está el tema de la economía como eje de publicidad dentro de la televisión. La publicidad genera ingresos millonarios y en ocasiones puede condicionar en la información que se entrega como lo fue el caso de la huelga de Farmacias Ahumada.

2.4 Televisión actual

Todo lo expuesto, también sirve para comentar en que está la televisión actual y por sobre todo qué se viene para la pantalla chica en un futuro que hace un par de años lo veíamos muy lejano, pero que ahora está a la vuelta de la esquina.

La televisión digital es un hecho. Con el acuerdo de los distintos agentes del mundo político –Gobierno y Parlamento-, se llegó al consenso de definir cuál es la ley que regirá para definir la televisión digital en Chile.

¿Qué es la televisión digital y que diferencia trae a la actual? Lo primero es que este concepto se refiere a las nuevas tecnologías de transmisión, recepción de imagen y sonido, a través de señales digitales que vienen en conjuntos claros y específicos.

Son dos tipos de receptor de este mencionado sistema: el decodificador o adaptador y el televisor, los que en la actualidad, y gracias al crecimiento de este desarrollo tecnológico, muchas veces vienen incorporados en los nuevos aparatos, sin embargo, también se pueden adquirir de forma independiente. Los televisores que cumplen estas especificaciones son llamados Hi-visión TVs. Justamente son seis ejemplares que cumplen con estas características: Las pantallas de plasma, las pantallas LED, las pantallas 3D, los CRT, LCD y DLP.

La principal diferencia con la televisión tradicional es que codifica sus señales de forma binaria y la actual lo hace de forma analógica. Los beneficios son varios: por una parte, crea vías de retorno entre consumidor y productor de contenidos, abriendo la posibilidad de crear aplicaciones interactivas. Y por otro lado, y una de las características que más debate ha causado, es que tiene la capacidad de transmitir varias señales en un mismo canal asignado.

En Chile ya está en marcha todo un desarrollo con respecto a la televisión digital. Por lo pronto, ya optó por la norma japonesa para su sistema de televisión digital terrestre. La norma nipona, o técnicamente llamada ISDB (Integrated

Services Digital Broadcasting o Transmisión Digital de Servicios Integrados), rige televisión y radio digital, lo que compone la familia de normas como la satelital (ISDB-S) y la por cable (ISDB-C) servicios multimedia (ISDB-Tmm) y radio digital (ISDB-Tsb) y la ya mencionada terrestre (ISDB-T).

Otra interrogante que importa es la nueva Ley de Televisión Digital. Este nuevo método de televisión ya está puesto en marcha como se mencionó, ya que los actuales canales en nuestro país tienen un plazo de 5 años para que su transmisión análoga pase a ser High Definition -HD- (Televisión de Alta Definición).en todo el país, es decir, dentro de ese tiempo se ejecutará el llamado 'apagón analógico' y los televisores que tenemos en nuestro hogar, sin este mencionado decodificador simplemente no funcionarán. Anterior a eso, existe un plazo de menor tiempo -3 años- para asegurar mínimamente el 85% de las zonas de la región con recepción en Alta Definición de la señal de la televisión.

A partir de todo esto, hace por lo menos 10 años que se está dando un debate entre los entendidos en la materia. Al mismo tiempo, gran parte de la población chilena no maneja este tema y tampoco se le ha culturizado al respecto. Es muy importante lo que ocurrirá y el real cambio de todo esto, quizá son pocos los que le han tomado un real significado. El Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, hace varios años ha instaurado el debate en sus temáticas de estudio y justamente ha involucrado a personas relacionadas con el tema de la televisión digital terrestre. Bajo esta lógica, cuatro miradas sobre este tema se dieron a conocer en un debate organizado por la casa de estudio el año 2008 y que sin duda apuntaba a lo que pudiera suceder en los próximos años.

Estas cuatro miradas, fueron expuestas por cuatro personas que fielmente creyendo en su concepción de la televisión, piensan en las mejores posibilidades para ser aplicada a la era digital. Christian Nicolai, en su momento asesor de la Asociación nacional de Televisión -ANATEL- y ex Subsecretario de la Subsecretaría de Telecomunicaciones del Estado; Felipe Pozo, periodista y ex Director Ejecutivo de Chilevisión; Rodrigo Moreno, ex Gerente General de la

Asociación Regional de Televisión del Bío Bío y Daniel Calvelo, experto en informática y asesor del Gobierno de Perú, sostuvieron posturas y entrelazaron puntos de vista con respecto a este tema y que sin duda es el debate que se está dando en la actualidad.

Christian Nicolai adoptó una postura más del mercado afirmando que “no se debería enfocar el debate en qué norma televisiva eligió nuestro país para regir la era digital, sino que en aspectos económicos, porque esta es la base de la televisión en nuestro país”. Por su parte, Felipe Pozo también mostró su postura al respecto y fue enfático en plantear que “mientras que la TV se financie con la publicidad, la televisión que observamos en la actualidad, junto a todas sus características, es lo que va a haber”. En tanto, Rodrigo Moreno apela a que la centralización de las comunicaciones en nuestro país es un hecho y eso deja afuera a muchas entidades importantes. A esto apunta Moreno, al cómo se ha dejado de lado a la ciudadanía en decisiones de temas importantes como la elección de concesiones de bandas de transmisión. Por consiguiente, Daniel Calvelo sostiene que “la televisión debería verse como un negocio o un servicio público según los intereses que tiene el país”.¹⁶

Claramente existen otras posturas sobre la TV digital en Chile. Observatorio de Medios Fucatel, en voz de su directora general Manuela Gumucio, sostiene que existen riesgos frente a una ley que se limite a fiscalizar el paso de un estado analógico a la TV digital, dejando de lado necesidades como el mejorar los contenidos que se transmiten.¹⁷

Otro ente que también tiene postura sobre la TV digital es el Colegio de Periodistas, los que plantean una idea focalizada en que TVN, como canal público,

¹⁶ INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN, Universidad de Chile, “Normas de TV Digital Terrestre y sus contextos: Cuatro miradas sobre la televisión actual y la del futuro” 2008. Extraído el 2 de noviembre 2011. http://www.icei.uchile.cl/?_nfpb=true&_pageLabel=notiCEI&url=46901

¹⁷ NOTICIA DE LA INDUSTRIA, “Observatorio de Medios Fucatel Entrega su Postura al Congreso”. Extraído el 4 de diciembre 2011. <http://www.onoff.cl/revistapub-det.php?idpub=711>

pueda cumplir cabalmente con su misión manteniendo señales de tipo comunitarias no competitivas con financiamiento estatal.¹⁸

El Gobierno de Sebastián Piñera, por su parte, hace rato que ya tiene planes en funcionamiento. Según el documento de TV Digital en Chile del Gobierno de Chile, el Estado Actual y nuevas Oportunidades, existe un plan de trabajo en desarrollo en donde destacan aplicaciones como la implementación del método de frecuencias para TV digital; La certificación de equipamiento en conjunto con la industria de electrónica y de la televisión; Implementación de un programa de información a los usuarios del equipamiento; Seminarios de difusión de TV Digital en regiones, entre otras cosas.¹⁹

Por lo demás, también existen objetivos en el corto y mediano plazo que necesitan desarrollar para cumplir con los tiempos impuestos. Lo primero es que existe un plan de información para los usuarios. Sin duda que la culturización de las personas es necesario para entender este proceso y aún la comunidad no entiende lo que viene. Esto, también se complementarán con seminarios de capacitación técnica y nutridas de misiones técnicas de expertos. Además, la búsqueda y obtención de fuentes de financiamiento para completar todo el proceso de educación de la TV digital.

Claro, también es estrictamente necesaria la ampliación de transmisiones de la TV digital a otras ciudades de Chile, junto con la promoción de cursos y encuentros académicos al respecto.

2.5 Televisión como industria cultural

A propósito de esto, es importante decir que en la séptima encuesta nacional del CNTV de la televisión 2011, los chilenos ven televisión un promedio diario de 3 horas 24 minutos, tanto en televisión abierta como pagada. El número

¹⁸ FUCATEL, Observatorio de Medios, "Colegio de Periodistas se pronuncia sobre TV digital", 2009. Extraído el 2 de noviembre 2011. <http://www.observatorioducatel.cl/nuevo-congreso-del-colegio-de-periodistas/>

¹⁹ GOBIERNO DE CHILE, Subsecretaría de Telecomunicaciones Diciembre 2010 "TV Digital en Chile: Estado Actual y nuevas Oportunidades". Extraído el 3 de noviembre 2011. http://www.subtel.gob.cl/seminario_apagon/descargas/ppt_chile.pdf

de televisores por hogar posee un promedio de 2,7 y el acceso de TV de pago alcanza un 63% en comparación con el 43% registrado en 2008.²⁰

Cifras que se comparan en algo con las entregadas por la encuestas Adimark-Time Ibope y Mindshare, las que mostraron cifras como que niños de 4 a 12 años ven 4 horas de TV al día; El 70% de niños menores de 3 años ve TV en forma habitual y el 75% de niños tiene TV en su pieza.

²⁰ CNTV, Consejo Nacional de Televisión.
2011 *“Séptima encuesta nacional del CNTV de la televisión 2011”*, Consejo Nacional de la Televisión,
Departamento de Estudios, pp. 15-17

3. Problematización del concepto de calidad

Desde sus orígenes se ha debatido acerca de si la televisión -pública y privada- debe regirse según criterios de calidad, más que en torno a los beneficios económicos y audiencias altas. Es importante entender el proceso que ha vivido la televisión no sólo en Chile, sino también en todo el mundo sobre qué es calidad, y el debate que se ha venido dando producto de esta misma disyuntiva, ya que hasta el momento no existe un único análisis para medir esta propiedad, y bajo esa premisa, nuestro motivo es crear un mecanismo, simple, con bases de experimentales y que ratifica cuánto de calidad existe en distintos espacios de la televisión.

Lo primero es entender qué es calidad. Existen varios conceptos que tratan de explicar esta propiedad. Según la Real Academia Española, calidad es la “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”. Esta definición no ayuda mucho al objetivo de esta investigación. Lo importante, es saber cómo se podría conceptualizar y determinar en la práctica.

Para Eva Pujadas, Profesora de Comunicación Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra, *“cuando se habla de televisión de calidad se habla de cuatro grandes temas que, a su vez, son el escenario de controversias entre diferentes nociones de calidad y que, por tanto, establecen variables diferentes para su evaluación. Estos temas son, de alcance más amplio a más concreto”*.²¹

Estas cuatro vertientes apelan a la calidad televisiva como sistema televisivo en primera instancia; a calidad televisiva de la programación como segundo factor; a la calidad televisiva de las cadenas de televisión en tercera etapa y a la calidad televisiva de los programas de televisión como cuarto agente.

Cada una de ellas entrega aspectos importantes para entender el proceso con contenidos buenos y es importante definir las claramente. El primer gran tema

²¹ PUJADAS CAPDEVILLA, Eva
“Televisión de calidad y pragmatismo”. Extraído el 14 de abril 2011.
http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q13pujadas_ES.pdf

de la calidad como sistema televisivo es principalmente la globalidad del medio, citando dos puntos importantes: El área política y económica. En términos políticos, se entienden tres elementos, en donde la expresión de carácter nacional, que es la 'fundamentación social' de los inicios de la BBC es uno; La producción de programación en el propio territorio de difusión, haciendo referencia a lo que pertenece a un lugar determinado, ya sea en lenguaje, temáticas, protagonistas y recursos es el segundo elemento. El tercer elemento es el que permite el perfeccionamiento del sistema político democrático. La llamada democratización de los medios cuenta como parte de la calidad en este sentido.

Por su parte, en el aspecto económico, se busca una televisión más accesible y que compita de forma correcta en el mercado, generando rentabilidad y competitividad.

El segundo gran tema es la calidad televisiva de la programación. Aquí, se plantean dos asuntos. Por una parte se dice que una programación de calidad afecta a la globalidad de la programación, apelando a que no es determinante la presencia de géneros o temáticas específicas. Por otro lado, la política de programación también es importante y complementa lo dicho con el punto anterior. Pujadas entrega un ejemplo muy claro de esto, ya que *"la BRU (British Research Unit) considera que una programación de calidad es aquella que ofrece una diversidad de elección, una amplia gama de temas y niveles de tratamiento y «una programación que no se construye siguiendo criterios de maximización de la audiencia constantemente, sino una parrilla de programación que busca ofrecer oportunidades en horarios buenos al máximo número posible de gustos e intereses»*.

Otro gran tema es la calidad televisiva de las cadenas de televisión. En este punto, se explican varios procesos importantes también en la televisión. Es muy importante mencionar que *"lo que hace depender la calidad es el ordenamiento jurídico o los mandatos específicos que las cadenas definen como sus objetivos de producción, programación y organización interna; según este criterio, la calidad*

de la cadena dependería del cumplimiento de los preceptos establecidos desde instancias externas a la propia cadena”.

Además, también es importante recalcar otros elementos de medidas bajo este parámetro. Algo que resalta de las cadenas de televisión es cómo queda afectada la calidad general de la programación de un determinado contexto con o sin la programación de una determinada cadena. Por su parte, también es considerado como calidad si el medio tiene identidad propia; si existe equilibrio entre programaciones propias y externas; también si hay distribución de contenidos para públicos específicos de forma original; la creación de nuevos hábitos para consumir televisión, etc.

Ahora, también este punto sostiene la calidad de forma interna de la cadena televisiva. Aquí se habla que es importante la estructuración interna de la cadena, la profesionalidad de sus trabajadores, el grado de independencia en términos de desarrollo que le dan a sus trabajadores, Innovación en términos de producción y presencia de nuevos formatos televisivos. Todo lo mencionado contempla este punto dentro del concepto de televisión con calidad.

El último gran tema es la calidad de los programas de televisión. Para muchos, este aspecto es el que más se presta para definir la existencia de calidad. Justamente es este punto el que enfatizaremos para nuestra investigación, pero vamos por orden. *“La valoración que se hace de la calidad de los programas desde la perspectiva económica equipara la calidad a la eficacia, al éxito empresarial y comercial o a la consecución de determinados índice de audiencia”.* Es este último punto el que más llama la atención, ya que es el público el que rige a cada una de estas aristas.

También existe la ética y también *“la diversidad de criterios evaluadores de la calidad de los programas, que no depende solamente de la adopción de perspectivas externas o internas al medio, sino del ejercicio y la valoración de determinadas profesiones que intervienen en la elaboración de los programas”.*

Por su parte, uno de los ejes en donde todos convergen como calidad en la televisión y por ende en los programas emitidos, es en la capacidad de los criterios de evaluación propios. Por consiguiente, lo que se está estableciendo es que se cree la necesidad de reconocer como criterios de calidad la innovación y la experimentación en el lenguaje televisivos. Esto tiene una suma importancia, ya que se relaciona en lo que nos dirán expertos de la televisión, los que ayudarán a manejar mejor el conocimiento sobre qué es calidad en la pantalla chica.²² Todo esto se ratifica cuando se consideran también aspectos como la relevancia del tema para la audiencia, la proximidad y el realismo de lo mostrado.

Esta sería la lógica más cercana a nuestra investigación, que ayudará a determinar calidad de tres programas determinados de un canal de televisión privado en Chile.

No obstante, y a modo de ejemplo, la entidad nacional “Chilecalidad” también tiene una postura sobre la calidad y es importante mencionarla, ya que si bien ayuda a determinar la existencia de esta virtud, no necesariamente ayuda a definir en totalidad lo que estamos buscando. “ChileCalidad” fue creada por decisión del Foro de Desarrollo Productivo (1994) e inició sus operaciones como Comité CORFO en 1996, ha tenido como objetivo central generar en el país un movimiento nacional que desarrolle la productividad y la calidad como un impulso fundamental a la competitividad del país. En ese contexto promueve la aplicación de modelos, herramientas y prácticas de gestión que han demostrado su eficacia y eficiencia en empresas y organizaciones exitosas en todo el mundo”²³. Uno de esos es el Premio Nacional a la Calidad.

En base a esto, es importante comentar que los valores que rigen a “Chilecalidad” al momento de medir justamente la calidad dentro de una organización son: Orientación al cliente de la empresa que analiza, trabajo en

²² PUJADAS CAPDEVILLA, Eva

“*Televisión de calidad y pragmatismo*”, Quaderns del CAC, pp. 4-9

²³ CHILECALIDAD, Centro Nacional de Productividad y Calidad

“*Criterios de excelencia y guía para la elaboración del informe de autoevaluación*”, Chile Calidad, pp. 5

equipo de la empresa, desarrollo de las personas, vocación de servicio, excelencia y tripartismo. Todo esto es aplicable a empresas de cualquier tipo, ya sean del ámbito público o privado, que quieran ser un stakeholders de “Chilecalidad”, en este caso un cliente. Todo esto compone el significado de calidad y satisfacen las expectativas, necesidades o intereses de determinados agentes.

No nos quedamos con estas premisas, y nos surgió la inquietud de saber que piensa el ente que fiscaliza a la televisión en Chile. El Consejo Nacional de Televisión tiene sus criterios para determinar qué es calidad, pero simplemente limitando el concepto a qué no se debería mostrar en la pantalla chica, dejando muchos vacíos difíciles de entender. El CNTV lo define –término calidad- como las normas sobre contenidos de las emisiones de la TV abierta, es decir, que prohíbe a los servicios de televisión de todo tipo y transmisiones de cualquier naturaleza, que contengan violencia excesiva, truculencia, pornografía, participación de niños o adolescentes en actos reñidos con la moral o las buenas costumbres.

Para efecto de investigación hay que conceptualizar los siguientes términos en función de lo que dice el CNTV.

Violencia excesiva: el ejercicio de la fuerza o coacción en forma desmesurada, especialmente cuando es realizado con ensañamiento sobre seres vivos, y de comportamientos que exalten la violencia o inciten a conductas agresivas.

Truculencia: toda conducta ostensiblemente cruel o que exalte la crueldad o abuse del sufrimiento, del pánico o del horror.

Pornografía: la explotación de imágenes sexuales obscenas o degradantes, de comportamientos sexuales aberrantes o que inciten a conductas desviadas, y cualquiera exposición abusiva o grosera de la sexualidad.

Participación de niños o adolescentes en actos reñidos con la moral o las buenas costumbres: actuación o utilización de menores de edad en escenas de extrema violencia o crueldad, o de sexualidad explícita, o en otras

circunstancias que inciten a comportamientos contrarios a la moral o las buenas costumbres".²⁴

Bajo nuestra perspectiva, estos puntos no ayudan a dirimir de forma minuciosa qué es calidad, ya que sólo se encarga de fiscalizar que estas aristas no sean emitidas. Incluso, el problema se intensifica, ya que a modo de ejemplo, habla de pornografía, con exhibición de imágenes sexuales u obscenas, pero sin entender procesos de trabajos que pueden ser utilizados con fines de información, ya sea a través de documentales, reportajes, películas, etc. Por lo demás, también deja fuera contenido que podrían considerarse bueno o malo –da lo mismo- pero al no estar dentro de este cerrado parámetro, simplemente no se analiza.

Los medios de comunicación televisivos en Chile han estado en la palestra del debate producto del manejo de distintas áreas de la información. Ese tratamiento se ve cuestionado, tanto por la utilización de imágenes, lenguaje y contenido, haciendo de una información, noticia o caso aislado una generalidad de hechos puntuales.

Según Valerio Fuenzalida “la TV chilena abierta aún mantiene una alta sintonía para el conjunto de los noticiarios centrales; pero ello ocurre en tanto los canales compiten en ese género; la contraprogramación con un exitosa telenovela en ese horario por parte del canal La Red está cambiando la situación”.²⁵

En base a esto, se puede recalcar la necesidad de la televisión por crear nuevos contenidos enfocados como áreas informativas, pero con perfiles que cumplan con un contenido policial, denuncia y reportajes de la realidad chilena. La pregunta que se genera aquí es: ¿Se puede mantener calidad, cuando existen parámetros tan reducidos y que mantienen esquemas que llamen la atención de las personas sin importa cómo? Y sí se pudiese, ¿A qué costo? Por lo mismo,

²⁴ CNTV, Consejo Nacional de Televisión.

“Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión”. Extraído el 22 de febrero 2011.
http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110217/pags/20110217152006.html

²⁵ FUENZALIDA, Valerio

“Calidad en la TV chilena”. Extraído el 12 de diciembre 2010.

http://www.blogsuc.cl/2006/04/10/calidad_en_la_tv_chilena/

hemos observado que la televisión entrega contenidos que favorecen ciertos sectores que no son compatibles directamente con la calidad de contenido.

Con esto, levantamos la hipótesis que buscamos corroborar y esta apela principalmente a que para 'Chilevisión', la calidad se circunscribe en la emisión de contenidos específicos relacionados exclusivamente con sectores económicos y de audiencia. El problema gatilla en que las emisiones de la televisión que consumimos, no tienen un parámetro claro de calidad, porque no existen referencias establecidas de cómo hacerlo.

Por consiguiente, apelamos realizar una metodología para entender este proceso y que permita describir, comparar y analizar.

Entendemos también, que es factor fundamental el sistema de financiamiento televisivo, el que cumple roles claros en las parrillas programáticas y emisiones de contenido. Por supuesto, los canales están sujetos, muchas veces, a normas económicas que responden a la necesidad de empresas, es decir, entregar como resultado un producto que se venda a los televidentes/consumidores.

En vista de los tópicos que entregamos anteriormente, cabe recalcar el objetivo primordial de esta investigación que es analizar un medio de comunicación, con parámetros de empresa privada que entrega un producto a las personas. En base a esto, interesa resaltar qué tipo de calidad existe en el medio a investigar, el cual será Chilevisión. Repetimos que la elección del medio es principalmente, porque es parte de uno de los cuatro canales en Chile que mantienen más del 90% de la demanda chilena y en dónde sus programas son consumidos de gran manera según estadísticas de estudios del CNTV, que contempla el 2011.²⁶

²⁶ CNTV, Consejo Nacional de Televisión.

"Oferta y Consumo de programación en TV abierta". Extraído el 25 de diciembre 2011.

http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120514/asocfile/20120514095957/anuario_estadistico_tv_abierta_2011_ult_version_angelica.pdf

4. Hipótesis

Chilevisión enfatiza más en formatos que en contenidos, los cuales no necesariamente cumplen con estándares de calidad y, que por ende, apuntan a segmentos sociales y etarios determinados.

5. Objetivo Específico

Analizar y generar porcentajes del contenido parcial de un canal de TV de carácter privado.

6. Objetivo General

Analizar el contenido parcial de un canal de televisión de carácter privado y determinar si en ellos hay calidad.

7. Preguntas de Investigación

La investigación tendrá como enfoque analizar al medio de comunicación audiovisual Chilevisión y la parrilla programática, el contenido y de qué manera se aplica calidad a la televisión.

Preguntas:

- **¿Existe calidad en el canal de TV Chilevisión?**
- **¿Se puede determinar si hay calidad en Chilevisión?**

- ¿Es CHV un canal que, en su parrilla programática, recoja la demanda y necesidad de la sociedad?

- ¿Es la TV chilena un negocio inscrito en el mercado?

- ¿Es la "TV digital" un cambio en los patrones de calidad en la televisión?

- ¿Es la entretención un factor importante en la televisión?

8. Metodología

Son muchos los métodos para analizar el concepto de calidad. A modo de ejemplo, se encuentra el que realizó Giuseppe Richeri, Doctor en Ciencias Económicas y Comerciales. Dentro de su historia cuenta el haber sido Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Suiza Italiana en Lugano. Además, tiene como virtud centrar sus investigaciones en la economía política de los medios y la historia social de la comunicación. Richeri, realizó una investigación de campo que analiza trabajos académicos sobre calidad en televisión. Todo esto, también lo relaciona directamente con opiniones recogidas en una encuesta internacional a gerentes de programación, guionistas, productores, directores y críticos, obviamente todo relacionado con la televisión de calidad.²⁷ Bajo nuestra lógica, es un buen mecanismo de medición, el asunto es que consideramos que deja muchos agentes afuera, que también son importantes en términos de opinión al momento de definir criterios para tomar en cuenta calidad.

Otros métodos para medir calidad son pronunciar criterios y ver si el contenido emitido por los medios cumple o no con lo establecido, justamente eso es lo que se hará en esta investigación. Por ejemplo, aristas como si el propósito de todo es servir las demandas del público de información, entretenimiento y ocio. También se considera si se respeta la pluralidad de las creencias, opiniones, tradiciones étnicas o si estimula positivamente la imaginación de los espectadores, entre otras cosas.

Por su parte, otros formatos de análisis también contiene puntos como ofrecer una diversidad o buscar constantemente la innovación, no repetir fórmulas, explorar, etc.

²⁷ LA CRUJIA, Revista

“¿Es posible medir la calidad de la televisión?”. *Extraído el 14 de mayo.*
<http://lacrujiarevista.com.ar/index.php/articulos/1-latest-news/28.html>

En síntesis, muchas veces son análisis que se enfocan en criterios particulares, Por lo pronto, decidimos crear un nuevo procedimiento, ya que no hay ninguno que cumpla con nuestras perspectivas de estudio. Claro, siempre se tienen referentes de qué es lo que buscamos, pero la opinión de los agentes que hacen televisión es lo que importa bajo nuestra lógica y por consiguiente a eso apuntamos, crear algo nuevo, para que posteriormente se pueda utilizar para medir calidad. Por lo demás, esta nueva forma de estudio, contempla la posibilidad de analizar minuciosamente y sacar conclusiones, detalladas de qué es lo que se ocupa en televisión y de qué forma.

El medio televisivo se ha visto sometido a distintos niveles de análisis en dónde muchas veces llegar a un acuerdo es difícil y la sensación que queda es que claramente hay un criterio para estudiar, pero sin satisfacer lo que se necesita saber. Bajo esta lógica, estudios como el realizado en Colombia por Marithza Sandoval, son lo que demuestran tendencias que tienen un punto final publicitario y en algunas ocasiones académicos.²⁸ De este tipo hay muchas más, y a nosotros nos parece que en esa perspectiva, no existe una metodología aplicable a nuestro enfoque sobre análisis de la calidad televisiva.

Al realizar la investigación, llevaremos a cabo el describir, analizar e interpretar los datos obtenidos, adaptando un método que se usa en el estudio de la industria de servicios. Tenemos que mantener parámetros de referencia y el "análisis de contenido" sirve con el fin de guiar el resultado que buscamos y determinar niveles de calidad.

El tipo de investigación será descriptiva. Este tipo de trabajo "consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no

²⁸ SANDOVAL ESCOBAR, Marithza

"Los efectos de la televisión sobre el comportamientos de las audiencias jóvenes desde las perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales". Extraído el 8 de noviembre del 2011.

http://www.konradlorenz.edu.co/images/investigaciones/psicologia/efectos_mediosdecomunicacion.pdf

se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento" según Rocío Arenas Carillo, Licenciada en Letras Españolas.

Para poder conceptualizar y entender en primera instancia el análisis de contenido, nos basaremos en el libro de Laurence Bardin, "Análisis de contenido". El texto afirma que este tipo de análisis "es la identificación y explicación de las representaciones cognoscitivas (aquello perteneciente o relativo al conocimiento; conjunto de información almacenada mediante la experiencia) que otorgan el sentido a todo relato comunicativo. Bajo esta orientación, las citadas técnicas pueden ser aplicadas más allá de los ámbitos a los que habitualmente se han visto reducidas: el análisis de los textos, es general, de los Mass Media".

"El análisis de contenido de los mensajes que debería ser aplicable, con mayor o menor facilidad, a toda forma de comunicación, cualquiera que sea la naturaleza del soporte (desde el código lingüístico, hasta la imagen), tiene dos funciones, que en la práctica, se pueden o no disociar:

1- Función heurística: El análisis de contenido enriquece la vacilación exploratoria, aumenta la propensión al descubrimiento. Es el análisis de contenido "para ver".

2- Función de administración de pruebas: De hipótesis bajo la forma de cuestiones o de afirmaciones provisionales que; sirviendo de líneas directrices, recurrían al método de análisis sistemático para resultar verificadas en el sentido de una confirmación o una validación. Es el análisis de contenido para "probar".²⁹

²⁹ Bardin, Laurence
"Análisis de contenido", editorial Akal, pp. 5- 22

En base a esto, y para efectos de la investigación, sin duda que la segunda opción es el mejor método para llevar a cabo el mencionado análisis de contenido, es decir, la Función de administración de pruebas, y por cierto, es la más congruente con la forma de investigación que se plantea desde un principio.

A través de la investigación, recogeremos las pruebas que observaremos y con ese análisis, y las variables que puedan darse, nuestra hipótesis será validada o simplemente no tendrá veracidad alguna.

Nuestro método de trabajo se divide en dos grandes vertientes. La primera, es la recopilación de conocimientos televisivos que nos permitan crear una lista de atributos fundamentales al momento de definir calidad en la televisión. Para poder lograr todos los objetivos, nos centraremos básicamente en conocer las perspectivas, puntos de vistas, experiencias e interacción que tengan sujetos con estrecha relación al medio, en distintas áreas de esta misma. Las miradas estarán dadas por quienes tengan una visión estudiosa o académica de la televisión y/o en su defecto, críticos de la pantalla chica, gente que la consume, etc. con el fin de darle un énfasis tanto interno como externo de la realización de la TV actual. A su vez, gente ligada al mundo político con interés o relación en la televisión, también serán consultados.

En síntesis, es la experiencia lo que necesitamos de los personajes, para que enfatizen en qué es calidad para ellos, desde lo que han vivido y por supuesto, desde los principios y conocimientos que tengan al respecto. Entendemos que es un proceso difícil, pero ya hemos dicho que no hay ningún método de análisis de calidad en la televisión actual que cumpla con la necesidad de entender qué es calidad.

Nuestro objetivo es poder introducir a todos los agentes pertenecientes y participantes de la televisión, para que todos los sectores se sientan identificados con este análisis. Por lo mismo, acudimos a cinco personas, también estratégicamente seleccionadas y con conocimientos claros de qué es lo que esperan y qué consideran cómo calidad.

El primer sujeto al que acudimos es Alejandro Guillier. Él es Licenciado en Periodismo en la Universidad Católica del Norte. También consiguió la Licenciatura en Sociología. Como comunicador se ha desempeñado en el mundo radial y televisivo, llegando a ser el Director de Prensa del canal Chilevisión. También se desempeña como profesor y Director de la Escuela de Periodismo de la Universidad Mayor de Chile. Bajo todos esos cargos, Alejandro Guillier cumple con el perfil para contribuir en este nuevo método para definir calidad.

Al periodista, le sigue María Elena Herмосilla. Ella fue ex consejera de la entidad reguladora de las emisiones televisivas en nuestro país, el Consejo Nacional de la Televisión. por eso buscamos su visión, la de una persona que estuvo en esta entidad y cómo ve ella el concepto de calidad bajo esos parámetros.

El tercer personaje es relacionado con el mundo del documental. Patricia 'Pachi' Bustos es una realizadora chilena y su trabajo se ha visto muchas veces involucrado con la televisión. La documentalista, realizó trabajos como la película 'Actores Secundarios' y 'Ángeles Negros'. Ambos expuestos en televisión y con las características que conllevan presentar esto en la pantalla chica.

El aspecto político y su estrecha relación con la televisión no se pueden quedar afuera, y por lo mismo pensamos que la diputada Andrea Molina califica para entregar experiencia para consolidar el concepto de calidad. Partió como actriz, después fue conductora de televisión de programas de corte social, llegando a ser premiada por la Asociación de Periodistas de Espectáculos (APES) como mejor animadora el 2001, y posteriormente asumió una carrera política. En diciembre de 2009, fue electa diputada independiente por la Quinta Región de Valparaíso, Distrito N° 10, por el periodo legislativo del 2010 al 2014. Con todos estos cargos, entendemos que Andrea Molina es un personaje pertinente para decirnos qué se califica como calidad.

La quinta y última entrevistada es un usuario de la televisión. Una persona que demande el contenido del medio y que tenga claro qué es lo que se entiende

como calidad. Nicole Daroch Mercado es una estudiante de la Escuela de Periodismo de 4to año de la Universidad del Desarrollo y bajo esos parámetros – usuario y estudiante que cumplen la función de tomar una muestra de un consumidor de televisión- entendemos que califica como una parte de la gran masa que consume televisión y tiene opinión.

Presentada cada postura de los entrevistados, lo que conlleva es la elección de estos atributos ya mencionados, que serán lo medular de este nuevo método de análisis. En nuestras cinco entrevistas, hubo una interrogante que se la planteamos a todos: ¿Qué atributos considera más importante para que exista calidad en la televisión? Cada uno fijó sus puntos y fundamentó lo expuesto. Posterior a eso, se eligieron los dos atributos que más enfatizaron los entrevistados y que consideraban fundamentales. En definitiva, conseguimos diez atributos que servirán para determinar calidad.

La segunda gran vertiente de nuestro trabajo metodológico es la recopilación de datos para el estudio posterior. Esos datos los remitiremos específicamente al análisis de la parrilla programática de Chilevisión enfocado en tres programas escogidos por representar, cada uno, a un grupo social determinado, un grupo etario específico y en horarios disímiles. Pese a que es una muestra referente a un día de sus emisiones, tiene por intención, al ser diferentes unos de otros, tomar una imagen más global del canal Chilevisión, aquí analizado.

Con estos programas, haremos una transcripción (en formato de guión, con seis columnas, desglosadas en minutaje, texto, imagen, conclusiones, atributos y calificación) de cada uno de los programas, donde se expondrá escena por escena lo que se emite. Las primeras tres celdas muestran explícitamente los que es el programa. Las tres restantes celdas tienen una valoración importante y con una necesidad impetuosa de explicar. La cuarta casilla, ayudará a concluir la intención de la emisión en cada cuadro por programa (guión), con el fin de explicar qué es lo que se muestra en el hilo conductor del espacio en sí. A partir de esto, la quinta columna del guión es la calificación de atributos de las escenas expuestas,

es decir, asignamos atributos a cada cuadro según lo que se muestra en pantalla, mirando nuestro guión. Esta calificación fue hecha a partir de rasgos generales, asignándoles los atributos –que nos dieron nuestros expertos- para posteriormente ser analizados en base a la minuciosidad de la descripción de cada criterio que nos entregaron los expertos. Justamente esto aparece en la sexta columna, de forma clara, diciéndonos cuál atributo califica y cuál no.

Para ilustrar lo dicho, esta será la tabla que será aplicada a los guiones y los detalles de lo que se efectuará.

Tº	Texto	Imagen	Conclusiones	Atributos	Calificación
00:01'	Detalle explícito de lo narrado.	Detalle explícito de lo mostrado.	Definir intención de lo mostrado y narrado.	Designar atributos en base al análisis de las conclusiones.	Definir si existe o no calidad en base a los conceptos de atributos.
00:02'	Detalle explícito de lo narrado.	Detalle explícito de lo mostrado.	Definir intención de lo mostrado y narrado.	Designar atributos en base al análisis de las conclusiones.	Definir si existe o no calidad en base a los conceptos de atributos.

Es importante volver a enfatizar lo que mencionamos. La calificación de cada escena que contiene atributos, la hemos hecho en función de criterios generales de lo que se muestra en la pantalla chica y guiándonos por los atributos que recopilamos de las entrevistas con expertos. Creemos importante que se entienda este paso, ya que posteriormente valoraremos si estos atributos en las escenas entran en la calificación de los atributos, como parte del concepto de calidad, que nos entregaron los experimentados.

Para el análisis de los programas, utilizaremos tres espacios de la estación televisiva Chilevisión, elegidos por la demanda de los televidentes. Estos son: “La Jueza” (10:00 – 11:00 a.m.), “Yingo” (18:30 – 20:00 p.m.) y “Chilevisión Noticias Central” (21:00 – 22:00 p.m.).

Tomando en cuenta estos programas, lo que haremos será revisar la emisión del 16 de diciembre de 2010, desglosando casos, noticias o hechos presentados, características y todo lo que conlleve el espacio, entendiendo el perfil de cada uno de los programas.

Es de suma importancia mencionar que en primera instancia, para nosotros “La Jueza”, cumple una función de programa misceláneo con funciones de entretenimiento, que va dirigido a las dueñas de casa o asesoras del hogar. Por su parte, “Yingo” es un programa juvenil emitido en horario juvenil que cumple la función de entretener a su audiencia. En tanto, “Chilevisión Noticias Central”, es un programa informativo que recoge los grandes hechos noticiosos del día y los entrega a la audiencia, que principalmente enfoca los hechos exhibidos a los estratos sociales medios y bajos, según consideramos.

Recopilando, ya tenemos nuestras dos vertientes de metodología que se basan fundamentalmente en recopilación de datos, que son nuestros guiones con un desglose explícito de lo que se muestra y también nuestra recopilación de experiencia que nos servirá para conceptualizar calidad. Por consiguiente a lo ya dicho, lo que corresponde es aplicar estos diez atributos a los escogidos programas determinados de la parrilla programática de Chilevisión, según lo estipulamos.

Para determinar, entonces, si el programa es de calidad o no, calcularemos mediante porcentajes, primero el total de atributos por guión. Luego total de atributos por escena, que “califican” de los que “no califican”.

Todo el proceso metodológico, finalizará tomando los porcentajes de cada atributo en el guión y en base a ellos se determinará si los programas tienen calidad o no.

Para eso adoptamos el criterio de que todo atributo que, en un sentido mínimo, igual o supere el 60% de escenas calificadas, con un aproximado de nota 4.0, en nuestra escala de notas de 1 a 7, será considerado de calidad.

Con esto se establece y reitera que los programas son analizados en base a atributos, a un desarrollo, a diversas áreas propias de la realización televisiva y no como un todo o algo general.

La precisión para la calidad en ese "todo", a saber un programa completo, se verá reflejada en la medida que el guión presente un número igual o superior a 6 atributos (del total de 10) que hayan sido exitosos en su calificación (la anteriormente detallada).

Así, optamos por lo que a nuestro juicio es un patrón que sirve para éste y otros trabajos, al tiempo que consideramos son cualidades mínimas y básicas para el cumplimiento óptimo de un desarrollo y su consecuencia, un resultado, producto o en esta tesis, tres programas de CHV.

9. Perspectiva de calidad según bibliografía y especialistas

Tomando en cuenta la serie de conceptos sobre calidad que hemos planteado, rescatados de nuestro material bibliográfico y también de nuestras entrevistas, que nos facilitaron dilucidar criterios, nosotros continuaremos por definir los atributos de calidad aplicables a nuestro objeto de análisis.

Es importante señalar y enfatizar un aspecto de investigación que citamos en nuestro trabajo y que se complementa fácilmente con lo que queremos hacer para analizar calidad.

Es muy importante entender el concepto de calidad, y Eva Pujadas Capdeville los limita al análisis de 4 áreas fundamentales para poder estudiar. Estas cuatro vertientes apelan a la *calidad televisiva como sistema televisivo; calidad televisiva de la programación; calidad televisiva de las cadenas de televisión y calidad televisiva de los programas de televisión.*

Bajo estos cuatro parámetros entendemos que tenemos que movernos para delimitar los atributos que necesitamos al momento de aplicarlos a programas de televisión de un medio privado y así dilucidar si hay calidad o no. Por ejemplo, en ese marco de análisis, Pujadas apela a que *“la BRU (British Research Unit) considera que una programación de calidad es aquella que ofrece una diversidad de elección”*. Claramente se enlaza con lo que nosotros dilucidamos como necesidad para medir calidad, porque en el total final de atributos que rescatamos de todas las entrevistas con especialistas de televisión, uno de los criterios fue “Diversidad”, ratificando principalmente evitar lo parejo de la televisión, en términos de contenidos, dando como resultado una heterogeneidad en el contenido de la pantalla chica, y que por cierto, esa definición también se entremezcla con lo que se plantea en nuestra revisión bibliográfica.

Para seguir ejemplificando la conclusión de cómo se puede entender calidad y esta misma, ser aplicada para el análisis, es cuando Pujadas sostiene en su texto ---- que *“La valoración que se hace de la calidad de los programas desde la*

perspectiva económica equipara la calidad a la eficacia, al éxito empresarial y comercial o a la consecución de determinados índices de audiencia". Bajo nuestra lógica y la que también rescatamos de las entrevistas, entendemos esta cita como "Competencia" televisiva, ya que investigamos y explicaron que las noticias y contenidos en general van de la mano con el mercado, el cual muchas veces regula a los medios.³⁰

Este punto también es un ejemplo y pudimos identificar para posteriormente hacer nuestro trabajo de análisis en los espacios televisivos.

Bajo nuestro material bibliográfico y entrevistas a especialistas, pudimos identificar 10 importantes atributos finales que se pueden registrar para ser aplicados dentro de la televisión al momento de analizar calidad. Los mencionaremos de forma numérica y daremos el concepto de cada uno de ellos, para que se sepa cómo aplicarlos a los guiones de cada programa. Estos son:

9.1 Conceptualizaciones atributos de calidad

1- **Drama:** (como "impacto emocional" y factor de presión): El drama como motor que mueve a la persona y a la TV. Según Guillier, el drama no sólo es bueno y posible aplicarlo a la televisión, si no necesario ya que "la vida está hecha de dramas", lo que le entrega una cercanía al público de conflictos externos. Para el entrevistado, el drama funciona también como medio de presión ante la autoridad (ejemplificó con los familiares de los 33 mineros del yacimiento San José y la guardia que hicieron esperando a que fuesen rescatados, situación que los medios inmediatamente retrataron). De esa manera, cree que el medio de comunicación y sobre todo la televisión (porque explota de mejor manera el drama), es un canal, un medio, un conducto entre la audiencia, el público y la autoridad.

³⁰ AZÓCAR AVENDAÑO, Alonso

"Medios de comunicación y democracia en la sociedad neoliberal chilena de inicios del siglo XXI". Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. pp.7-8

2- **Competencia:** Las noticias, contenidos y su emisión van de la mano con el mercado. En la medida en que los medios opten por entregar (ofertar) temáticas con el fin de ser más y más demandadas, la competencia pasa a ser un componente lógico dentro de la televisión. Se ve reflejada en bruscos cambios de contenidos o en la profundización de materias cuyo análisis pudiese ser repetitivo.

3- **Lenguaje audiovisual:** Para la entrevistada, la manera de poder hablar más allá de las palabras es fundamental. Lo que se muestra en pantalla, a través de buenos planos, secuencias coherentes de imágenes y que todo sea grato y placentero para el televidente, contribuye a que exista calidad en la televisión y no algo plano y monótono.

4- **Veracidad:** Lo que plantea Hermsilla en sus palabras es poder apelar a la autenticidad del contenido que se está emitiendo, es decir, que lo entregado tenga verosimilitud para el televidente y no se convierta en una farsa que sea identificable y sin ninguna lógica ética.

5- **Diversidad:** En primera instancia, la entrevistada apeló a lo parejo de la televisión, en términos de contenidos. No hay algo que sobresalga ni que tampoco diga otra cosa. A partir de lo dicho, dentro de esa paridad televisiva, la entrevistada también enfatizó, además, en la poca variedad. Hay temáticas muy establecidas, sin salirse de esquemas.

6- **Innovación y Creatividad:** Aquí se apela a la capacidad de ir mostrando nuevas ideas durante los programas y no repetir fórmulas que en un momento dieron resultados. La idea, es que se sigue ratificando las cosas que se sostienen en un hilo conductor.

7- **Representación:** En la medida que un medio de comunicación represente a su audiencia con distintos programas, horarios y temáticas, la televisión pasa a ser un espejo de la sociedad. Sin embargo,

según la entrevistada, la reiteración de contenidos supone una visión monotemática de la sociedad y no representaría a la gente.

8- **Cultura:** Para la entrevistada la televisión debe presentar distintos puntos de vista, creencias, entre otros, con el fin de contribuir a una expansión cultural del televidente, entregando conocimientos y no sólo interpretación de los hechos.

9- **Información de interés público:** Se plantea que, independiente del carácter del programa o su perfil, la calidad se reflejará en la información que éste entregue. Mientras se muestren hechos masivos y de interés público, ya sea en hechos noticiosos, puntos de vista, recreaciones, conflictos de personas o ficción, se estará frente a un programa de calidad.

10- **Entretención:** Para la entrevistada, la calidad apela a la entretención o distracción de los televidentes de su cotidiano. Ello, gracias a lo emitido, pero siempre y cuando se contemple algo distinto y novedoso en la forma. Entregar un contenido, sin abusar de este mismo.

Hemos llegado a estos 10 atributos, los que son comparables en alguna medida con los expuestos durante la investigación y que tienen como virtud enriquecer aún más las aristas existentes sobre qué es calidad en la televisión, partiendo con una metodología nueva, aplicable en posteriores investigaciones. Por consiguiente, los atributos escogidos están en el rango del análisis completo de la televisión abierta y específicamente del medio Chilevisión con tres programas de la parrilla del canal.

10. Guiones

Para nuestra investigación, vamos a trabajar con los tres programas mencionados, cada uno manteniendo su guión transcrito, desglosados en unidades informativas y que seguirán los atributos que rescatamos de los especialistas.

10.1 Programa 1: La Jueza

El análisis de contenido del programa de Chilevisión ‘La Jueza’ está principalmente en función de lo que estamos buscando como nuevo concepto de calidad. Este programa es básicamente la simulación de una audiencia judicial en donde existe un Juez que permanece en un estrado y dos litigantes que cumplen la función de partes dentro de este proceso legal. Se exponen los detalles del problema que afecta a las partes y posteriormente el ‘juez’ –conductora del programa- toma una resolución del caso que tiene que ser acatada por los litigantes.

La Jueza es un programa de corte misceláneo, en donde la conversación de personajes, hablando de un problema, es lo medular del espacio, dándole “poder” a un juez para que tome una solución al respecto. El bloque es emitido de lunes a viernes, desde las 10:00 horas, hasta las 11:00 horas. Seleccionamos para efectos de este estudio la emisión del 16 de diciembre del 2010.

Escrito:

T°	Texto	Imagen	Conclusiones	Atributos	Valoración
00:01'	Introducción de la conductora del espacio con respecto al objetivo de este programa –‘ayudar a las personas’-	Plano general en secuencia mostrando a la conductora y el público del estudio	Una introducción inmediata al eje medular del programa. Bien las imágenes que ayudan a contextualizar qué veremos.	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica
00:01'	Los panelistas del programa – protagonistas- se presentan en pequeñas entrevistas y comentan brevemente su postura del caso.	Primer plano de los litigantes usando la regla del 3/4.	Comienzan a crear la historia presentando a los involucrados del problema. Esto es a través de un video que por medio de dirección televisiva insertan en el programa. Bien, porque sigue contextualizando.	-Veracidad -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica

00:02'		Cortina del programa	Las gráficas de un programa ayudan a la identidad y si existen, complementa y suma. En síntesis, es más grato y placentero ver quiebres de imágenes.	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica
00:03'	Conductora del programa da la bienvenida a la gente del estudio y a las personas que están viendo por la televisión. Además, entrega el pase para comenzar a debatir sobre el primer tema del programa que se busca solucionar.	Tres planos durante esta escena: Planos medios de la conductora del programa y de las dos partes. Al momento de ver la pantalla, se entrega la sensación de estar en una audiencia de verdad. Recalcar que la conductora del programa se encuentra en un estrado recogiendo testimonios de los 'litigantes' para tomar una resolución del caso.	Se presenta un estilo de programa. Planos normales y sin mucho dinamismo en su lenguaje audiovisual. Se entiende que no hay riesgo en ese sentido y eso no ayudará a dejar de ser plano. En el contenido, se comienza a crear la historia, con temas relevantes y que provocan una diversidad en el contenido de la TV en general. Esto sin duda es lo más importante del programa, sólo que de manera muy lenta y eso perjudica, sin embargo, es absolutamente creíble hasta el momento y con temáticas que podrían importar apelando al drama de dos partes que buscan solución.	-Lenguaje Audiovisual -Veracidad -Representación -Información de interés público -Drama -Diversidad	-> No Califica -> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:05'	Las personas que buscan solucionar su problema en común, comienzan a exponer su tema con relativa tranquilidad. Durante varios minutos se plantean las cosas y 'la jueza' hace las preguntas típicas que hace un sujeto que está a cargo de solucionar problemas judiciales.	Se mantienen los planos medios, intercalando la imagen de los tres protagonistas de esta escena -2 litigantes y el juez- . Además de esto, también se nutre con imágenes de planos generales en donde se muestran al público del estudio y a los guardias de la supuesta 'audiencia'.	Poco juegos de cámara y los mismos planos -Cero creatividad- y existen silencios incómodos en donde no se estima si son intencionales, naturales o por no saber qué decir. Claro, clave atentado a la realidad, porque no se identifica una lógica clara. Lo mismo también gatilla a que más que una distracción para las personas, es una situación que no gusta observar. Ahora, el punto a favor es la exposición de temáticas de relevancia que generan un conflicto entre dos individuos.	-Lenguaje Audiovisual -Entretenimiento -Veracidad - Innovación y Creatividad -Información de Interés Público	-> No Califica -> No Califica -> No Califica -> No Califica -> Califica
00:06'	'La jueza' entrega opinión y datos relevantes sobre el problema que aqueja a estas personas.	Plano medio de la conductora.	Bien en este aspecto. Es un punto de vista, pero el sujeto que se entiende como experto entrega información de importancia y culturiza a las personas sobre esto.	-Cultura -Información de Interés Público -Representación	-> Califica -> Califica -> Califica
00:07'	Existe una pequeña discrepancia en las opiniones vertidas durante el programa.	Las imágenes de los planos medios se van intercalando en función de quién habla durante el programa.	Primera discrepancia que ayuda a generar un quiebre en el programa. El tema, es que el conflicto se exagera, se hace menos creíble e inverosímil.	-Drama -Veracidad	-> Califica -> No Califica
		Durante toda la emisión del programa se muestra un GC con datos sobre el caso y también sobre números para llevar los problemas al programa y solucionar el estado.	Poca capacidad de aprovechar las gráficas de un programa. Si bien es importante que existan, por ejemplo los GC son ocupados en buscar más 'casos' que dar detalle minucioso del supuesto conflicto.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00:09'	La conductora del programa entrega algunas especificaciones técnicas sobre el tema judicial.	Imagen en plano medio de la conductora y mostrando a los litigantes pendientes de lo que dice.	En este punto se muestra más contenido y por cierto ayuda a la diversidad, porque existe algo que no siempre se muestra en la TV	-Cultura -Información de Interés Público -Representación -Diversidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica

			abierto: Conocimientos legales. La especialista (La Jueza) entrega información y educa a las personas sobre un tema próximo y particular. Bien en ese sentido.		
00:10'	Habla una voz en off diciendo lo que ocurrirá en el siguiente bloque y que se queden en la sintonía.	Entregan imágenes de lo que vienen en el siguiente espacio.	Se juega con el interés del público. Sirve para mantener a la audiencia. Ayuda a generar expectativas y las imágenes son coherentes con el objetivo. Este recurso es conocido, pero se crea en un ambiente inesperado.	-Innovación y Creatividad -Lenguaje Audiovisual -Entretención	-> Califica-> Califica -> Califica
Pausa comercial					
00:19'	Regreso de la pausa comercial. La conductora vuelve al programa con una mención de un auspiciador y comenta ese hecho.	Plano americano de la conductora.	Casi 10 minutos de comerciales y una mención al momento de volver con el programa demuestra la dependencia y forma de contenido que tiene el programa al momento de estructurarse como tal. Lo comercial demuestra que se hace absolutamente necesario en esta instancia. Por cierto, el producto no tiene nada que ver con la temática del programa. En términos audiovisuales, por fin cambian plano y se identifican más detalles de la escenografía, luces, público, etc. Bien en ese sentido.	-Competencia -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica
00:19'	Termina la mención comercial y se escucha una voz en off que dice lo que vendrá. Específicamente es la resolución del caso que tiene que adoptar 'La Jueza'.	Planos generales. Público, conductora, panelistas, guardias.	Un punto claro y a favor, es que se juega con una voz en off. Si bien es un método repetido, ayuda a clarificar a las personas con audio y apoyo visual. Guía al televidente de lo que viene y genera quiebres importantes que evitan que el programa sea tan plano.	-Innovación y Creatividad -Representación -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica -> Califica
00:20'	La conductora entrega más datos duros sobre los procedimientos judiciales. Información que los litigantes no saben.	Se repiten los planos medios y se intercalan entre los tres entes de la escena.	Se repite mucho las aristas del programa. Poquísimo recurso audiovisual que enlentece el espacio y lo vuelve plano. Sin embargo, se fortalece en el ámbito de entrega de información valiosa y educa a los televidentes.	-Innovación y Creatividad -Lenguaje Audiovisual -Cultura - Información de Interés Público -Representación	-> No Califica -> No Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:21'	'La jueza' entrega consejos y caminos a seguir a los litigantes. Dice qué es lo mejor y para el bien de los panelistas.	Se repiten los planos medios y se intercalan entre los tres entes de la escena.	Siguen sin lenguaje audiovisual. Un punto a favor es el aporte de conocimientos a las personas, pero aquí el problema es que es desde un punto de vista subjetivo y se aleja del rol de especialista, sin embargo, si es en una ocasión determinada, aporta.	-Cultura -Información de Interés Público -Representación	-> Califica -> Califica -> Califica
00:22'	Conductora entrega visión de sus hechos. Habla sobre más la vida cotidiana, que de términos legales.	Plano medio de la conductora.	Aquí, la especialista (La Jueza) se sale de su rol de profesional y comienza a hablar desde puntos de vista personales. Se vuelve en consejera, más que en una persona imparcial que debe tomar una decisión, y eso está	-Cultura -Información de Interés Público -Representación	-> No Califica -> Califica -> Califica

			condicionado por la interpretación de los hechos.		
00:23'	Se interrumpen ambas partes – litigantes- y la conductora, de forma imparcial trata de dar una visión más cercana de los hechos.	Se van mezclando planos generales y también planos medios.	Conductora adoptó una idea más moralista de los hechos, el cual a ratos se sobreentiende una interpretación de lo que está evaluando. Se establece un conflicto que sin duda ayuda a llamar la atención y podría considerarse como un reflejo de la sociedad, ya que ese mismo drama podría estar en la vida de cualquiera.	-Cultura -Información de Interés Público -Representación -Drama -Entretenimiento	-> No Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:23'	Sigue el 'discurso' moral de la conductora. Entrega sugerencias a las litigantes que son familia.	Plano medio de la conductora. Ahora, se muestra una publicidad de gran tamaño sobre un programa del mismo canal.	Más consejos y opiniones subjetivos que podrían confundir el foco del programa. Ahora, reconociendo que sí podría ser un tipo de ayuda social. En términos de entretenimiento, en contenido – general- muy plano a ratos y eso lo vuelve monótono y aburrido.	-Cultura -Información de Interés Público -Representación -Entretenimiento	-> No Califica -> Califica -> No Califica -> No Califica
00:24'	Con la conversación se dan unas leves risas.	Imágenes de las personas sonriendo levemente.	Quiebre tras una situación cómica. Ayuda a que no sea todo tan plano.	-Entretenimiento	-> Califica
00:25'	Después de mucho dialogo, más cotidiano que legal, la conductora del programa que cumple el papel de juez de una audiencia toma la resolución del caso que se trató de desarrollar.	Se muestra imágenes de planos generales y el público aplaudiendo.	Aquí se genera el clímax del programa. Un punto importante dentro del espacio es la resolución de la historia que se construyó, en dónde un problema necesitaba solución inmediata. Bien en ese sentido, el problema es que después de tanta opinión de la 'Jueza', la decisión se ve condicionada por su opinión personal. No es objetivo y no tiene lógica ética. Ahora, al ser un punto muy importante del programa, se hace igual que todos los programas de este género, cuando se podría haber sido más innovador y creativo.	-Drama -Innovación y Creatividad -Veracidad -Entretenimiento -Información de interés público	-> Califica -> No Califica -> No Califica -> Califica -> Califica
00:25'	Se escucha una voz en off –la misma de la continuidad del programa- diciendo la resolución del caso, de manera más sintética, y sostiene lo que se viene para solucionar el problema.	Se muestra un plano con un recuadro en donde viene escrito la resolución. De fondo se muestra el estudio con el público aplaudiendo.	Se vuelve a ratificar el fallo de la mujer apelando a que las personas entiendan lo sucedido. Repetición de información que ayuda a definir la finalidad de toda esta situación.	-Información de Interés Público	-> Califica
00:25'	Se finaliza el primer tramo del programa. Entremedio se hace una tanda comercial dictada por la conductora sobre un auspiciador del programa.	Se muestra a la conductora del programa con un plano americano, al lado de una mesa, con el público de fondo y hablando del producto que se está mencionando.	Más mención de productos comerciales. Son bombas de información que no son de interés general y se ubican en puntos estratégicos del programa. No es coherente con el programa en términos de contenido audiovisual y a ratos molesta que exista y se citen de manera tan grotesca.	-Competencia -Lenguaje Audiovisual -Información de Interés Público -Innovación y Creatividad	-> Califica -> No Califica -> No Califica -> No Califica

			Ahora, si tienen que estar, podrían ingeniar una nueva idea para mostrarlas y no la conocida fórmula de que cuando exista algo importante, se exhiba lo que nos interesa por temas de mercado.		
00:26'	Existe un break en el programa, pero no se cambia el estilo. Nuevamente se vuelve a lo del comienzo, pero con otra historia. Para eso es el quiebre, sólo para cambiar la historia.		Mitad del programa y uno piensa que viene algo distinto, pero no. Comienza un segundo gran bloque, pero muy similar al comienzo del programa. De ahí en adelante se convierte todo muy predecible y aburrido. Cero creatividad y se deduce que no hay creación de ideas. Es como haber visto un programa de media hora.	-Diversidad -Innovación y Creatividad -Entretención	-> No Califica -> No Califica -> No Califica
00:26'	Otra vez aparecen Los panelistas del programa y se presentan en pequeñas entrevistas y comentan brevemente su postura del caso.	Primer plano de los litigantes usando la regla del 3/4.	Monótono y temas repetidos. Mismos planos, misma música y misma estructura. Se atenta contra la veracidad que se cuestiona y se cree un programa pauteado, es muy similar al primer bloque, pero con distintos protagonistas. Mal en ese aspecto. Por lo demás, no tiene entretenimiento, sólo información que le podría interesar a los televidentes por el concepto de las discusiones.	-Lenguaje Audiovisual -Diversidad -Veracidad -Entretención -Información de Interés Público	-> No Califica -> No Califica -> No Califica -> No Califica -> Califica
00:26'		Cortina del programa	Esto siempre ayuda. Ver algo que segmente espacios y genere quiebres coherentes es bueno.	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica
00:27'	Conductora del programa da la bienvenida a la gente del estudio y a las personas que están viendo por la televisión. Además, entrega el pase para comenzar a debatir sobre el primer tema del programa que se busca solucionar.	Tres planos durante esta escena: Planos medios de la conductora del programa y de las dos partes. Al momento de ver la pantalla, se entrega la sensación de estar en una audiencia de verdad. Planos en movimiento se ven de vez en cuando. Recalcar que la conductora del programa se encuentra en un estrado recogiendo testimonios de los 'litigantes' para tomar una resolución del caso.	Poca variedad... Aquí comienza un estilo de programa muy parejo. Siempre los mismos planos y sin mucho dinamismo en su lenguaje visual. A ratos cansan y aburren las mismas imágenes. Claro, se comienza a crear la historia que es lo más importante del programa, sólo que de manera muy lenta y sin algo que sobresalga.	-Diversidad -Lenguaje Audiovisual -Entretención -Drama	-> No Califica -> No Califica -> No Califica -> Califica
00:27'	Las litigantes comienzan a presentar su problema. Reciben preguntas de 'La Jueza' y estas mismas las responden. En el fondo se comienza a conocer el tema. No es muy distinto al caso y bloque anterior.	Imágenes compartidas de planos medios. Se intercalan entre los tres factores de la escena. Además, también se muestran e intercalan imágenes generales del público. Planos en movimiento se ven de vez en cuando.	Se mantiene la estructura de la primera media hora. Cero cambio con lo mostrado en un principio. Muy mal porque no hay nada nuevo. No se sale de los esquemas. Claro, el punto a favor es que los temas son muy próximos a las personas, pero se repite la metodología del tratamiento y se	-Diversidad -Innovación y Creatividad -Representación -Información de Interés Público	-> No Califica -> No Califica -> No Califica -> Califica

			obtiene una visión monotemática.		
00:31'	Ambas partes contraponen tajantemente sus posturas.	Muestran planos de ambos litigantes desde distintas perspectivas. Aquí se juega un poco más con el lenguaje visual.	Más confrontación de los protagonistas que a pesar de todo, llama la atención y entretiene por el enfrentamiento de las partes – Distrae-. Sólo planos medios y una que otra imagen al público... Muy plano.	-Drama -Entretención -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica -> No Califica
00:32'	Comentarios más cotidianos de la conductora. A la vez se interrumpen entre ambas litigantes, a veces no se entiende lo que se dice.	Intercalación de imágenes de las litigantes y la conductora.	'La Jueza' adopta una posición más cercana ayudando a que ese aspecto de proximidad se consolide en el programa. El asunto es que complica a la verosimilitud de estar en un audiencia en donde las opiniones personales no tienen mayor jerarquía en lo que tiene que ocurrir. Eso ayuda más a la representación y al interés de las personas sobre el tema, pero perjudica a que lo emitido no sea culturizar a las personas, porque sólo son opiniones muy personales.	-Cultura -Representación -Veracidad	-> No Califica -> Califica -> No Califica
00:34'	En medio de la 'discusión' se corta el programa y se van a una pausa comercial. Sale una voz en off y explicita lo que viene en el otro espacio.	Se muestran imágenes de lo que viene, mostrando un extracto de una situación que busca dejar enganchado a los televidentes.	Sin preámbulo alguno, se produce un quiebre inexplicable para pasar a una tanda comercial extremadamente larga. Sin un hilo lógico que siga una historia que haga reflexionar al televidente. Es como una historia falsa que no tiene relevancia.	-Lenguaje Audiovisual-Veracidad -Competencia	-> Califica -> No Califica -> Califica
Pausa comercial					
00:45'	Se vuelve de la pausa de comerciales. Se regresa al programa con una nueva mención de un auspiciador. La conductora habla del producto.	Se muestra a la conductora del programa con un plano americano. Detrás de ella se ve al público del estudio.	Una dependencia absoluta de lo comercial. Se denota que los auspiciadores controlan gran parte del programa. Todo en función de la competencia económica.	-Competencia	-> Califica
00:46'	Habla una voz en off que dice que se viene la resolución del problema.	Se muestra un plano general del estudio con una cámara en movimiento.	Cambio de secuencia de imágenes que muestra otro tipo de lenguaje y sin duda ayuda a entender el objetivo del programa. La voz en off simplifica, con palabras coloquiales, en que se está. Suma considerablemente.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00:48'	Los litigantes siguen mostrando los puntos de vista sobre el problema que los aqueja con gran convicción.	Muestran planos de ambos litigantes desde distintas perspectivas. Aquí se juega un poco más con el lenguaje visual.	A ratos se siente discusiones sin sentido y de forma repetida perjudicando al dinamismo del programa. No suma. Algo que podría ser utilizado en términos socio-cultural, no se aprovecha. Sin embargo, ese aspecto – confrontación- genera interés y distrae a las personas de sus propios problemas.	-Veracidad -Cultura -Entretención -Drama	-> No Califica -> No Califica -> Califica -> Califica
00:49'	Conductora entrega visión de sus hechos. Habla sobre más la vida cotidiana, que de términos legales.	Planos de ambos litigantes desde distintas perspectivas. Además se muestra a la conductora escuchando y dando puntos	Aquí, la especialista (La Jueza) se sale de su rol de profesional y comienza a hablar desde puntos de vista personales, misma rutina que no califica como educación	-Cultura -Representación -Información de Interés Público -Diversidad -Drama	-> No Califica -> No Califica -> Califica -> No Califica -> Califica

		de vista.	social. Se vuelve en consejera, más que en una persona imparcial que debe tomar una decisión, esto ya no refleja necesariamente a la sociedad, sino más bien un punto de vista de alguien que pertenece a ella. Se muestra lo mismo que el principio y se habla y escucha en los mismos ejes de evaluación, además, son siempre temas sociales y dramáticos. Todo con los mismos planos durante largos minutos. Muy monótono.	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica
00:50'	La conductora trata de encontrar lo medular del problema. Habla sobre el factor que afecta a las litigantes.	Se muestra el plano de la conductora en su estrado.	Buen aporte. El centrar la conversación al eje principal del espacio y que no se te escape de las manos el programa, provoca tener un hilo conductor y coherencia absolutamente necesario. Aun así, hay otros factores que impiden estos rasgos en su totalidad, por ejemplo, el exceso de publicidad, pero que se entienden que estén ahí por conceptos de mercado.	-Veracidad -Drama -Información de Interés Público -Competencia	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:55'	Después de mucho dialogo, más cotidiano que legal, la conductora del programa que cumple el papel de juez de una audiencia toma la resolución del caso que se trató de desarrollar.	Se muestra imágenes de planos generales y el público aplaudiendo.	Aquí se genera el clímax del programa, pero de forma repetida por lo que ya no es llamativo y entretenido. No hay creatividad, poca innovación. Punto a favor es que existe una estructura dramática, pero con muy poca diversidad y poca veracidad, porque se repite el método de resolución. Entre la opinión de la 'magistrada' y la interpretación personal de esta misma, se entrega una resolución que se entiende como 'legal', pero que podría dar a la especulación. De todas formas se enfatiza en que la resolución está en los marcos legales.	-Entretención -Veracidad -Cultura -Innovación y Creatividad -Diversidad	-> No Califica -> No Califica -> Califica -> No Califica -> No Califica
00:55'	Se escucha una voz en off –la misma de la continuidad del programa- diciendo la resolución del caso, de manera más sintética, y sostiene lo que se viene para solucionar el problema.	Se muestra un plano con un recuadro en donde viene escrito la resolución. De fondo se muestra el estudio con el público aplaudiendo.	Ya finalizado el programa, queda la idea, después de verlo, de que no existe verdad por lo fácil de las soluciones a los casos expuestos sin mayor análisis. Menos de 25 minutos para definir temas delicados.	-Veracidad -Lenguaje Audiovisual	-> No Califica -> No Califica
00:56'	La conductora despide el programa y agradece a todos por la sintonía.	Se muestra a la conductora en su estrado y se finaliza la secuencia de imágenes con las del público aplaudiendo.	Muy plana la despedida, sin cambios considerables a los del total del programa, y dónde no engancha a las personas hasta esa despedida. Se siente como que está, porque simplemente tiene que estarlo. No suma y no es llamativo para las personas. Hay una despedida muy correcta, pero apelando a que no hubo una	-Innovación y Creatividad -Entretención -Lenguaje Audiovisual	-> No Califica -> No Califica -> No Califica

			<p>idea por cambiar lo conocido.</p> <p>Además, en términos Audiovisuales se siguen mostrando imágenes que no determinan el fin.</p>		
--	--	--	--	--	--

10.1.1 Cruce de datos

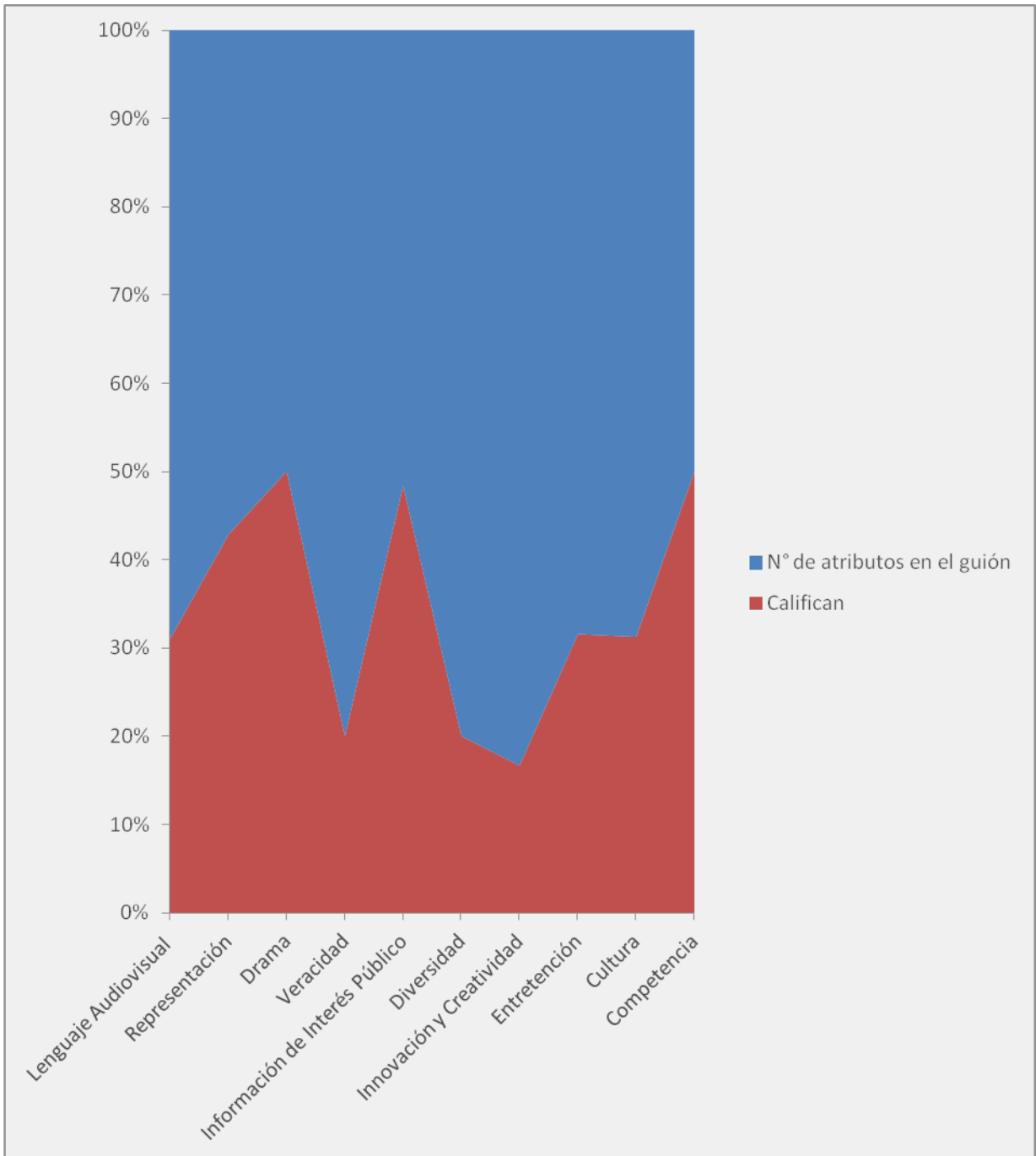
Una vez aplicada la metodología al análisis del programa La Jueza del 16 de diciembre de 2010, los resultados se expresan en la siguiente tabla:

Tabla: Porcentajes de calidad del total de atributos presentes

Atributos	N° de atributos en el guión	Califican	Porcentaje Atributos/Total	Porcentaje Califican/Total atributos
Lenguaje Audiovisual	20	9	17,2%	7,8%
Representación	12	9	10,3%	7,8%
Drama	9	9	7,8%	7,8%
Veracidad	12	3	10,3%	2,6%
Información de Interés Público	16	15	13,8%	12,9%
Diversidad	8	2	6,9%	1,7%
Innovación y Creatividad	10	2	8,6%	1,7%
Entretención	13	6	11,2%	5,2%
Cultura	11	5	9,5%	4,3%
Competencia	5	5	4,3%	4,3%
Total del programa	116	65	100%	56%

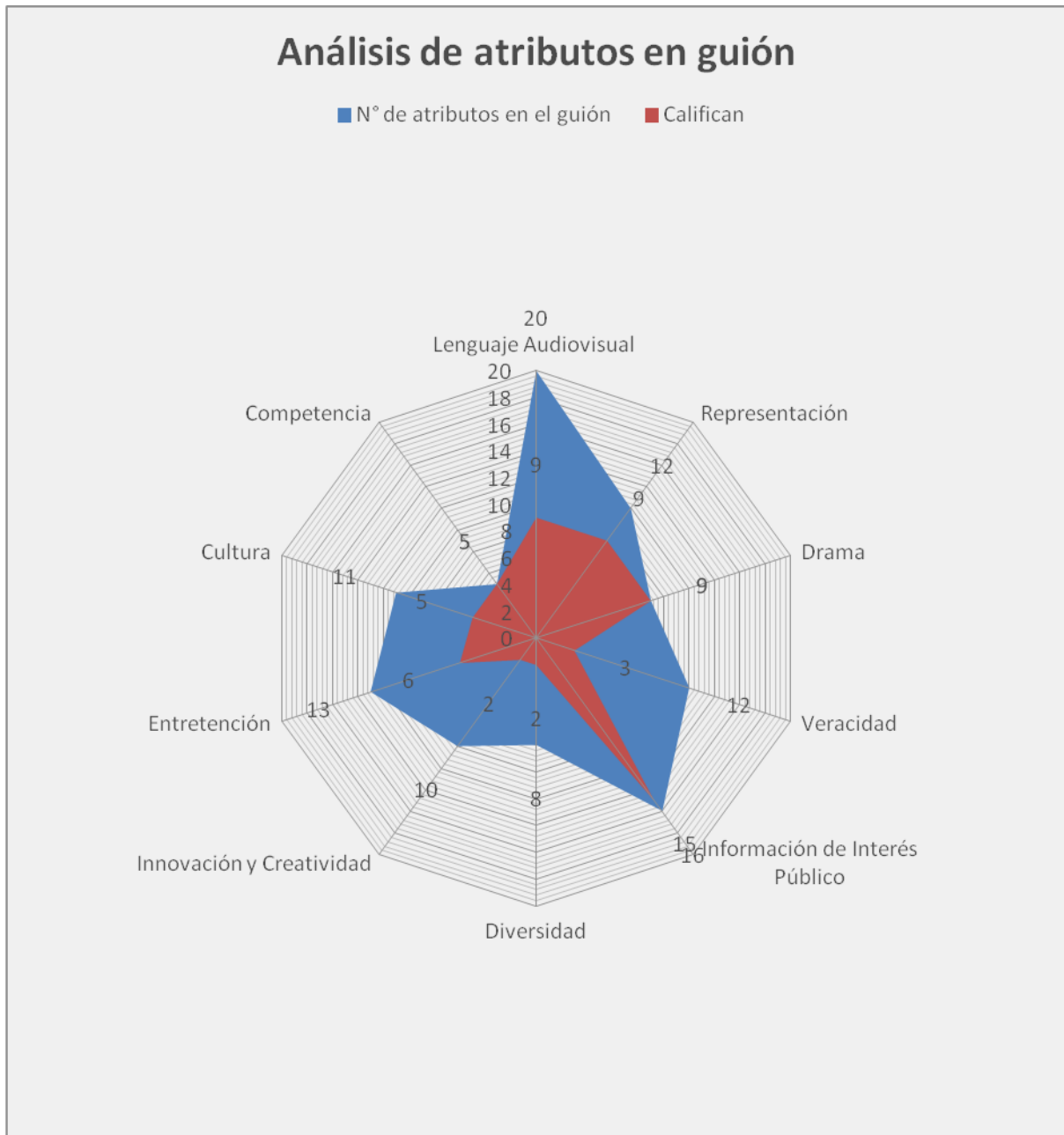
Para interpretar estos datos, se muestran dos gráficos. El primero es un gráfico de área que estandariza los atributos.

Gráfico 1:



El segundo gráfico es un gráfico radial que distribuye visualmente tanto el total de atributos identificados como la calificación de los mismos

Gráfico 2:



10.1.2 Análisis del guión

El análisis de los atributos identificados en el guión en función de la metodología que planteamos, arrojó variadas visiones de lo que es calidad.

Partiendo con el análisis, los factores de 'Drama' y 'Competencia' no tienen una mayor participación en el total de atributos del guión. El primero tiene nueve presencias y el segundo sólo cinco, de un total de 116 atributos que posee el programa. No obstante, al momento de analizarlos de forma individual, ambos atributos calificaron con un 100% según nuestros parámetros de calidad, es decir, en el guión no existe gran participación de estos atributos y esto denota una poca inquietud de reflejar en el guión, ósea en el programa, la participación de aristas como esta, sin embargo, lo que existe, se hace de manera que califica en plenitud con el concepto de calidad.

Otro factor que destaca es 'Información de Interés Público'. Esta propiedad es una de las que tiene mayor presencia en el total de atributos del guión-la segunda más alta con 16-, y al momento de analizarlo de forma individual, también califica con un porcentaje importante de 93,7%, dando a entender que se utiliza información de interés que contribuye al total y se aplica de forma adecuada según nuestra idea de calidad.

En contraste a lo mencionado, aparecen otros factores que tras la aplicación de nuestra metodología no tienen una preponderancia importante. Tres factores, los más bajos, llaman la atención por no calificar con un porcentaje alto cuando dijeron presentes en las escenas del guión. 'Innovación y Creatividad' sólo consiguió un 20% al momento del análisis individual del atributo y sólo tiene 10 presencias en el total de atributos. En tanto 'Diversidad' y 'Veracidad' calificaron con un 25% cada uno, manteniendo 8 y 12 apariciones respectivamente. A partir de esto, es crucial hacer un gran hincapié en el análisis de estos tres atributos, ya que es necesario enfatizar en que el programa 'La Jueza' no se preocupa de cumplir con estos aspectos, y el poco que está presente, lo hace mal si tomamos

en cuenta nuestros criterios de calidad. Un punto muy desfavorable para el programa, y el canal Chilevisión en general.

En tanto, los atributos 'Lenguaje Audiovisual', 'Representación', 'Entretención' y 'Cultura' califican en su estudio particular con porcentajes relativamente medios. Desglosando esta situación, 'Lenguaje Audiovisual', de la totalidad presente en el guión, que por cierto es la arista que más vemos durante el programa con 20 presencias, empatiza un 45% con el concepto de calidad que poseemos, es decir, el espacio se preocupa por mantener un lenguaje de imagen y sonido en su segmento, pero lo hace de mala manera según nuestra idea de calidad.

Siguiendo el estudio, 'Representación', que también tiene un grado promedio de presencia en el guión con 12 apariciones de un total de 116 atributos del total del guión, califica con un 75% y eso nos permite identificar que hay inquietud por mostrar este atributo, además de cumplirlo de la mejor manera.

Por su parte, 'Entretención' calificó con calidad con un 46,1% de lo que observamos en el guión. Además, este atributo también tiene una participación media con 13 apariciones, pero no tiene la prolijidad de mantener un provecho en lo que muestran y cumplen con un poco parte de calidad según nuestro criterio.

En tanto, 'Cultura' sólo calificó con un 45,4% del total de atributos que observamos al momento de analizar el programa. Fueron 11 presencias en total, cifra que está en el promedio medio, y claramente tampoco hay una enfatización de cumplir con el criterio de calidad que estipulamos. Por ende, no existe gran interés de resaltar este aspecto en el programa y esto junto con entender que no hacen en este concepto un trabajo pleno.

10.1.3 Conclusión guión La Jueza

De los tres programas el único que no es de calidad, por haber alcanzado un 57.5%, es “La Jueza”. Por lo mismo es quizás el único al que se le puede cuestionar un deficiente desempeño en general, aun cuando ya está dicho hay atributos con los que se cumple cabalmente.

El caso de este programa, nos resulta especialmente interesante, en el sentido que se demuestra que con “drama”, con “información de interés público” (que no resulta ser lo mismo que cercanía) y “competencia” se puede generar un programa visto, acorde a la audiencia en horario y estrato social, pero que bajo el análisis que en esta tesis se describe, no cumple con los factores básicos para que sea un producto de calidad, pudiendo ser algo más que un “buen programa”.

En suma, CHV es un canal que centra su programación en altos estándares de competencia, con tratamientos audiovisuales que en la comparación pudiesen ser sobresalientes, incluso con temáticas cercanas, aunque no diversas, pero que logran una conexión con su audiencia y que apuesta día a día a ampliarla. Así en ese proceso, y con las lógicas matemáticas, el canal privado se establece como una empresa que con un 63.3% podría ser catalogado como “de calidad”, pero con un largo camino por mejorar y así constituirse como una compañía que si bien busca réditos económicos, puede levantar su nombre en base a proyectos que pueden ser cuestionados, pero altamente demandados por la audiencia y mejor aún, con algo más que una “aceptable” calificación en sus atributos.

10.2 Programa 2: Yingo

El análisis de contenido del programa de Chilevisión, 'Yingo', está principalmente en función de lo que estamos buscando como nuevo concepto de calidad. Este programa se enfoca en la audiencia juvenil (mujeres y hombres) simpáticos y atractivos, juegos, sketch, miniseries y temáticas que apuntan a la diversión, el programa tomó el bastión para adolescentes que en su momento dejó "Mekano" de Mega. La apuesta de Chilevisión con Yingo, es la distracción que el joven busca por la tarde, luego de haber cumplido con sus labores escolares.

Escrito:

Tº	Texto	Imagen	Conclusiones	Atributos	Calificación
00:01'	Locutor inicia inmediatamente el programa diciendo "Yingo, protagonistas de la serie". El conductor (un hombre acompañado de una conductora) presenta el programa señalando, inmediatamente, que en el estudio se vive "tensión".	Cámara aérea recorre, desde uno de los costados del público, el centro del estudio. Ahí se encuentra el grupo de jóvenes de Yingo, y delante de ellos 4 concursantes con poleras negras y los conductores al medio. La iluminación es baja, prima la oscuridad y las luces blancas que parpadean en destellos.	Se busca generar un clima en el inmediatamente comenzado el programa, el espectador centre su atención en el programa.	- Lenguaje Audiovisual - Drama - Entretenimiento - Innovación y creatividad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:01'	La conductora señala que uno de los cuatro concursantes de polera negra, se irá durante el programa, para siempre de Yingo.	Primer plano de los concursantes. Dúplex de los cuatro concursantes (dos y dos). La iluminación sigue siendo la misma. Comienza una música tensionante.	Se aumenta la espectacularidad de la escena. Mediante recursos audiovisuales, se busca aumentar la tensión.	- Lenguaje Audiovisual - Drama - Entretenimiento - Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:01'	Conductora da el pase a su compañero, quien hace un aviso de la compañía de teléfonos Claro. Con motivo de la navidad, la compañía regala un "waveboard", juego similar a una patineta.	Las luces se normalizan, el estudio queda completamente iluminado de diversos colores. Plano americano del conductor haciendo la mención y un concursante sostiene en sus manos el "waveboard". Generador de Caracteres (desde ahora "GC") entrega detalles de la promoción. Público aplaude. Música festiva.	De manera entretenida y hasta lúdica, se pasa un aviso comercial.	- Lenguaje Audiovisual - Entretenimiento - Competencia - Veracidad	-> Califica -> No Califica -> No Califica -> No Califica
00:02'	Una vez finalizada la mención, el conductor da el pase a dos concursantes (hombre y mujer). Estos últimos, mencionan que a las ocho y media de la tarde comienza la miniserie "Don Diablo".	Iluminación total en el estudio. Plano americano de los concursantes hablando sobre "Don Diablo". Música festiva.	El aviso busca mantener la atención del espectador, esta vez anunciando una teleserie juvenil.	- Entretenimiento - Competencia - Innovación y creatividad - Veracidad	-> Califica -> Califica -> No Califica -> No Califica
00:02'	Retoman los conductores haciendo hincapié en que, a pocos días de que los jóvenes hayan dado la PSU,	Se mantiene la iluminación. Plano americano para los conductores y para los jóvenes con poleras del	Nuevamente una mención comercial en la que, a través de distintos jóvenes se transforma en algo lúdico, casi gracioso.	- Entretenimiento - Representación - Competencia	-> No Califica -> Califica -> Califica

	deben decidir su futuro. Comienza una mención del Instituto Profesional Los Leones. Se ve a otros dos jóvenes del staff participante del programa (un hombre y una mujer), vistiendo apretadas poleras con el logo de la entidad educacional.	Instituto Profesional Los Leones. A ratos, la cámara ofrece planos detalles del logo de la entidad en las poleras, ubicadas en el sector pectoral de los jóvenes.		-Veracidad	-> No Califica
00:03'	Conductores regresan al centro del estudio, con los 4 participantes del programa que visten poleras negras. Insisten en que uno de ellos, se irá para siempre de Yingo. Recuerdan que hay diversas pruebas con las que dirimirán al eliminado.	La iluminación se torna baja y el estudio queda prácticamente a oscuras. Las luces al estilo relámpago vuelven y la cámara entrega primeros planos en paneo, a los cuatro concursantes. El GC indica textual "EN YINGO 'EL GRAN DESAFÍO/UNA NUEVA COMPETENCIA". Música de tensión.	Rápidamente se vuelve a momentos de tensión. La intensidad del programa no ha bajado y es la intención, mantener la sintonía del espectador.	-Lenguaje Audiovisual -Drama -Entretención -Competencia -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
	Pausa comercial				
00:12'	Regresa el programa con la conductora. Dice que antes de continuar con el programa, tiene que darles un consejo. Presenta a la muñeca infantil "Moxie".	Plano americano de la conductora. Plano detalle de una mesa con distintas variedades de la muñeca "Moxie". Iluminación normal.	Pese a mantener una intensidad alta durante el programa, mezclado con tensión y entretención condensado en poco tiempo, en menos de cinco minutos comienzan unos 8 de pausa comercial. De esta forma se desligan luego de los avisos comerciales fuera de programa y lograr después más de 40 minutos sólo de programa. Aviso comercial que alude a las niñas que puedan ver el programa. Con esto, se acerca la jovialidad (niñez) a "Yingo".	-Lenguaje Audiovisual -Competencia -Veracidad	-> No Califica -> Califica -> No Califica
00:13'	Pase a dos participantes del staff. Los mismos que antes anunciaban "Don Diablo", repiten el aviso.	Plano americano para los jóvenes. Iluminación normal. Música reggaetón.	Al igual que en el minuto 2, se anuncia una teleserie juvenil. No hay novedad respecto del anuncio anterior, salvo que se refuerza el mismo, en medio de avisos comerciales de productos externos.	-Entretención -Competencia	-> Califica -> Califica
00:14'	Pase a los conductores, quienes se preguntan qué le pasa a Camilo Huerta. Es otro joven del equipo de Yingo, que tiene el producto en su cabeza (a la altura del frente sostenido por un elástico). Conductores presentan al auspiciador, producto que "uno no se lo puede sacar de la cabeza".	Primer plano de Camilo Huerta. Plano americano de los conductores que sostienen el producto en sus manos. Camilo Huerta pasa a ser acompañado por una mujer, los cuales empiezan a consumir el producto (plano detalle). Iluminación normal. GC del producto.	Otro aviso comercial, esta vez cargado de entretención y ambiente lúdico.	-Entretención -Competencia -Innovación y creatividad -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> No Califica
00:15'	Conductor recuerda que en el programa anterior, dos concursantes cayeron "en la pitilla" totalizando 4 jóvenes en esa condición. Conductora recuerda que uno de ellos se irá eliminado para siempre de Yingo.	Las luces vuelven a bajar y los destellos similares a los relámpagos completan el estudio. Los conductores se quedan a un costado del estudio, mientras los cuatro participantes "en la pitilla" están reunidos al centro. Atrás de ellos, el resto del staff de jóvenes de Yingo. Música de tensión.	Pese a volver con avisos comerciales luego de la "pausa comercial", se intenta hacer tan rápidamente que al finalizar se regresa inmediatamente a lo tensionante del programa y su concurso. Se insiste, casi majaderamente, que algo importante va a ocurrir, pero nunca ocurre. Recurso con el que buscan mantener la atención.	-Lenguaje Audiovisual -Drama -Entretención -Competencia -Veracidad	-> No Califica -> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:16'	Conductores invitan a ver el "Docureality" del día llamado "Los duelos en la recta final".	Las luces se mantienen bajas, sólo con los destellos. Plano americano de los cuatro concursantes "en la pitilla".	Un relleno más al proceso de "eliminación" que lleva a cabo la edición de "Yingo". Busca contextualizar el conflicto.	-Lenguaje Audiovisual -Entretención	-> Califica -> Califica

		Se mantiene la música.			
00:17'	El video contiene impresiones en backstage del programa en su edición anterior, de todos los participantes.	Comienza la emisión del Docureality "Los duelos en la recta final". La música varía según lo que muestre el video.	Un video previamente editado y que no corresponde a la emisión en vivo. Ya montado, la filmación muestra cómo los concursantes llegaron al proceso de "eliminación".	-Lenguaje Audiovisual -Entretención -Representación -Información de interés público -Competencia -Innovación y creatividad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:25'	Conductores comentan el Docureality y conversan con los entrevistados más polémicos de la edición.	Plano americano de los conductores que van invitando a distintos participantes a que comenten sus dichos del video. Las cámaras van pinchando por lapsos de 2 a 3 segundos a otros participantes involucrados en algún dicho o polémica (primeros planos), quienes aprovechan de hacer muecas que representen su sentir de la situación (molestia, pena, enojo, adhesión, etc.). Se mantiene la música.	Hasta de manera graciosa se toman los conflictos que se exhiben. Hay un clima dramático pero que se aliviana con el humor gestual de los participantes.	-Drama -Entretención -Representación -Información de interés público -Innovación y creatividad -Veracidad	-> Califica -> Califica -> No Califica -> Califica -> Califica
00:30'	Termina esa sección y de inmediato se presenta el comienzo de las pruebas. Empieza el canto femenino.	Planos americanos de los conductores que presentan el concurso. Las cámaras y las tomas varían en las concursantes. Música grabada y canto en vivo.	Hay una preocupación central en la puesta al aire. Cámaras y tomas especiales, hacen de este segmento un trabajo con especial dedicación audiovisual.	-Lenguaje Audiovisual -Entretención -Competencia	-> Califica -> Califica -> Califica
00:36'	Termina la interpretación e invitan a la primera concursante a comentar su presentación. Lo mismo con la segunda.	Plano americano para los conductores y las concursantes que se ubican al centro. Música de tensión.	Aquí se somete públicamente a los concursantes a un juicio sobre su desempeño. Las tomas poco dicen, sin embargo la música busca crear nuevamente el clima de tensión.	-Entretención -Innovación y creatividad -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica
00:37'	La segunda concursante termina llorando luego de la interpretación de su canción. Conductores conversan con ella al respecto.	Plano detalle a la concursante y sus lágrimas. Cuando la joven se tranquiliza, el plano pasa a ser americano tomando a los conductores y a la concursante. Música de tensión.	El sentido es claramente la espectacularidad, el mostrar algo que impacte, una imagen con morbo que atraiga al espectador, ya sea porque su favorita sufre o porque el menospreciado llora.	-Drama -Representación -Información de interés público -Competencia -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:38'	La misma concursante acusa a su compañero de equipo de no saludarlo en los ensayos. El aludido señala que es mentira y la joven arremete indicando que la novia de su compañero está en medio del problema. Conductores comienzan a conversar con los 3 involucrados.	La pantalla se divide en tres, exponiendo a los involucrados en las acusaciones. Primeros planos para los tres jóvenes, que a ratos varía en planos americanos para tomar a quien oficia de entrevistador. Música de tensión. El GC se centra en exponer el nombre de quien emite una declaración/declaración. Música de tensión.	Aquí se presenta un problema principalmente amoroso, en el que un triángulo provoca el conflicto. Nuevamente el trabajo audiovisual juega un rol fundamental. Algo más simple que en la competencia, aquí se busca mostrar todo lo que ocurre. Todo apela a la tensión.	-Lenguaje Audiovisual -Drama -Representación -Información de interés público -Competencia -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:42'	Se da pie al comentario del jurado sobre las actuaciones. Son cuatro y los conductores van haciendo las preguntas dirigidas al jurado. Luego las concursantes comentan lo entregado por el jurado.	Plano americano a los conductores. Primer plano a los jurados (cuatro). Continúa la misma música. Plano americano para las impresiones de las concursantes.	Esta escena va muy ligada a la anterior. Parece ser el comentario del jurado, sin embargo la tensión ahora utilizada para ese juicio público al desempeño de los concursantes e incluso de cómo sus problemas de vida, son sometidos a la competencia.	-Drama -Entretención -Innovación y creatividad	-> Califica -> Califica -> No Califica

00:45'	Conductor finaliza la sección diciéndole al director que cambie la música. Presentan al actor Rodrigo González, para otra prueba. Es más lúdica y consiste en el "dominó palabras".	Planos americanos para los conductores. Música circense. La cámara aérea sigue el trayecto del actor, desde un túnel hasta la salida de él y llegada al estudio. Las cámaras varían los planos mientras los jóvenes de Yingo saludan al actor.	Esta parte del programa busca descomprimir el clima, pero no el ritmo. El espectador, puede haber pasado de sentir nervios al reír a la espera del concurso.	-Lenguaje Audiovisual -Entretención -Competencia	-> Califica -> Califica -> Califica
00:46'	El actor explica el juego y se da inicio a él. Participan los cuatro concursantes "en la pitilla". Los concursantes salen del juego en la medida que pierden.	Se hace un plano en plano americano de los concursantes, a medida que van respondiendo. Continúa la música.	Parece un concurso plano, con toma simple, de bromas fomes, pero resultado veloz. Finalmente se insiste en mantener el programa con energía y por ende al espectador atento.	-Entretención -Competencia -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica
00:50'	Continúa el actor presentando otros juegos. El jurado oficia de fiscalizador de errores, trampas, etc.	Música circense. Los planos varían según el juego, la cantidad de concursantes y la posición de ellos. Primer plano al jurado.	Las tomas siguen siendo básicas, pero efectivas. Denotan el ritmo que se le quiere dar a "Yingo". La música sigue siendo entretenida.	-Lenguaje Audiovisual -Entretención	-> Califica -> Califica
00:52'	Comienza el juego "memoria emotiva" en la que los participantes "en la pitilla" deben recrear actoralmente un sentimiento. El jurado evalúa y el actor invitado explica el juego. Conductores acompañan y presentan el inicio del juego.	Distintos planos se realizan en los concursantes. Destacan el detalle y primer plano. La iluminación varía dependiendo de la emoción. Predomina lo oscuro acompañado de luces rojas, anaranjadas y el fondo verde del programa Yingo. La música varía dependiendo del sentimiento. Primer plano al jurado.	Aquí se conjugan la buena labor audiovisual (tomas, iluminación y sonido), diversos sentimientos expresados (y dirigidos al espectador) a través de las recreaciones y el morbo de ver a jóvenes que no actúan intentando conseguir la recreación exigida.	-Lenguaje Audiovisual -Entretención -Innovación y creatividad	-> Califica -> Califica -> No Califica
00:55'	Un jurado llora con la interpretación de uno de los participantes. Conductores siguen adelante comentando que "estuvo fuerte esto". Comienza la mención del producto "BigTime Sprite Zero".	Primer plano al jurado que llora. Plano americano al conductor que presenta el producto. Dos jóvenes del staff (un hombre y una mujer) realizan un sketch sobre "lo fresco" que está él. Plano americano para esa recreación. Vuelven al conductor que termina de presentar el chicle. Plano detalle y primer plano a estantes con "BigTime Sprite Zero". Música característica de los comerciales de Sprite. Iluminación normal.	Se resalta un detalle que podría ser anecdótico, pero que exagera por el morbo y el drama. Se deduce, porque de haber resultado un comentario algo más sincero, no se habría pasado en menos de un minuto a un aviso comercial, con un carácter entretenido y jovial.	-Drama -Representación -Competencia -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00:56'	Pase con otros dos jóvenes del equipo (hombre y mujer) de Yingo, recrean un sketch con él llorando porque "ayer" se perdió la miniserie "Don Diablo". Ella lo consuela recordándole que todos los días a las ocho y media de la tarde, puede ver un nuevo capítulo.	Plano americano para el sketch. Música festiva a ratos interrumpida por una locución grabada que dice "Don Diablo".	Una forma distinta de presentar la teleserie juvenil. En esta ocasión se presenta una mención entretenida.	-Entretención -Competencia -Innovación y creatividad -Veracidad	-> Califica -> Califica -> No Califica -> No Califica
00:57'	Pase al conductor quien hace una pregunta al estilo PSU a dos hombres integrantes de Yingo. Comienza la mención al preuniversitario Pedro de Valdivia.	Plano americano al conductor. Plano americano a los jóvenes a los que va dirigida la pregunta. Como música, redobles de tambores. Iluminación normal. Otro joven del equipo de Yingo sostiene un rectángulo de cartón con el logo del preuniversitario. Plano americano para él y detalle	Segunda mención, y aunque continúan los planos simples, no se ha perdido el ritmo y la intensidad del programa.	-Entretención -Competencia -Innovación y creatividad -Veracidad	-> Califica -> Califica -> No Califica -> No Califica

		con paneo para el logo.			
00:58'	Continúa el conductor, presentando una pausa comercial y recordando que a la vuelta, los compañeros del equipo de Yingo decidirán qué pareja, que está "en la pitilla" se enfrenta al proceso de eliminación. Confirma que ese proceso se realiza en la emisión del programa del día siguiente.	Plano americano al conductor. Plano americano en paneo a los concursantes "en la pitilla". Música tensionante. Iluminación normal acompañado de los destellos blancos tipo relámpago.	Rápidamente anuncian que el programa se va a una pausa comercial, pero al regreso la eliminación. El corte es rápido, inmediato.	-Lenguaje Audiovisual -Drama -Competencia -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
	Pausa comercial				
01:07'	Termina la pausa comercial.	Por primera vez se enlaza al programa con el logo de Yingo (una "Y" en verde) y se pasan 8 menciones de auspiciadores con locución grabada.	Nuevamente muchos minutos, casi diez, de comerciales. Es evidente que se pierde ritmo en la transmisión, pero se busca poder retomar con gran cantidad de tiempo para el último período de programa. Una puesta al aire sencilla, pero bien producida y prolja en su emisión.	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica
01:08'	De vuelta al conductor y una joven del staff de Yingo. Ellos realizan la mención de un producto labial femenino.	Plano americano para los dos participantes de la mención. GC muestra el producto y una oferta, mientras que al costado derecho de la pantalla se despliegan verticalmente imágenes de las variedades del producto. Música festiva. La iluminación es normal.	Nuevamente se vuelve a los productos. Esta vez apuntando a las mujeres se anuncia un labial.	-Lenguaje Audiovisual -Competencia -Veracidad	-> Califica -> Califica -> No Califica
01:09'	Pase a dos miembros del equipo juvenil de Yingo, quienes recuerdan nuevamente la miniserie "Don Diablo". Lo secundan, atrás, el resto de los jóvenes quienes hacen morisquetas, saltan, corren, se molestan entre ellos, se cruzan a la cámara, etc.	Plano americano de los dos jóvenes que recuerdan "Don Diablo". Planos, para el resto de los jóvenes, varían dependiendo de la posición que ellos tomen en el escenario y ante la cámara para sus morisquetas. GC recuerda que a las 20:30 horas. Se inicia un nuevo capítulo de la miniserie. Suena una cumbia como música de fondo. Continúa la misma iluminación.	Con una lógica lúdica se anuncia la teleserie juvenil. A diferencia de las otras menciones similares, en esta oportunidad se suman todos los integrantes del programa, cada uno con una broma en el momento.	-Entretención -Competencia -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica
01:10'	Pase a los conductores centrales, quienes realizan una mención de relojes de distintos colores. Participa un joven del equipo de Yingo que complementa la mención y una mujer que muestra el producto.	Plano americano para los conductores centrales. Plano americano para el joven y detalle para el reloj que él muestra. Primer plano para la mujer su rostro y el reloj que sostiene cerca de él. Música reggaetón. Iluminación normal. GC entrega detalles del producto.	De un producto, a un anuncio de la teleserie a otro producto, esta vez uno para hombres mujeres. Así se mantiene la atención del espectador, que para esta mención incluye distintas cámaras que enfocan no sólo el reloj, sino también la belleza de la mujer. Ahí se busca otro gancho con el público masculino.	-Lenguaje Audiovisual -Competencia -Veracidad	-> No Califica -> Califica -> No Califica
01:11'	Conductores vuelven a presentar al actor Rodrigo González y retoman el juego "memoria emotiva". Es el turno de la última participante.	Plano americano para los conductores en la presentación. Plano general del estudio con el actor y la participante en su centro. A ellos se incorporan los conductores quienes son acompañados, desde atrás por el resto del equipo juvenil de Yingo. Música reggaetón que cambia a	De los comerciales y productos al concurso. Fácilmente se retoma el espíritu del ritmo. Inmediatamente se retorna al concurso de forzosa, pero eficazmente, regresa la emotividad y el ambiente necesario para captar la atención del espectador.	-Lenguaje Audiovisual -Drama -Entretención -Competencia	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica

		<p>una de tensión, al presentar el juego.</p> <p>Iluminación normal que se torna azulina (como de noche) para la actuación de la participante.</p> <p>La música ahora es emotiva, lenta y con violines.</p> <p>Cámara varía en la concursante.</p>			
01:14'	<p>Finaliza la participación de la última concursante. Inmediatamente después los conductores presentan el inicio de la votación del staff de participantes de Yíngo para los concursantes que están "en la pitilla". Los jóvenes argumentan, dicen su voto y se ubican detrás del nominado escogido para "salvarlo de la eliminación".</p>	<p>La música pasa de emotiva a ser tensionante. Redobles de tambores se suceden mientras la música es acompañada de iluminación baja, casi oscura (sin descuidar el color) y se privilegia los destellos blancos. Plano americano para los conductores y el mismo plano para ellos cuando conversan con los jóvenes del staff.</p> <p>Plano general con la cámara aérea para contabilizar, cada cierto tiempo, los votos.</p> <p>Plano americano y primer plano se suceden en los concursantes "en la pitilla".</p>	<p>Así, suponiendo que se captó la atención del telespectador, comienza el proceso que desde el primer minuto se anunció, la eliminación. Las cámaras y las tomas son diversas y juegan, junto con la música, a darle un clima de tensión al proceso.</p>	<p>-Lenguaje Audiovisual</p> <p>-Drama</p> <p>-Entretención</p> <p>-Competencia</p> <p>-Innovación y creatividad</p>	<p>-> No Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p>
01:21'	<p>Termina la votación y dos de los cuatro concursantes "en la pitilla" fueron elegidos para la eliminación. El proceso lo escoge la gente mediante mensaje de texto en la edición siguiente del programa.</p> <p>Los conductores informan sobre el mecanismo de votación popular y los detalles de la misma.</p> <p>Luego, invitan a ver un nuevo capítulo de "Don Diablo".</p>	<p>Plano americano para los conductores. La música es de tensión.</p> <p>La iluminación se normaliza, aunque no dejan de verse los destellos blancos.</p> <p>Plano general al estudio y los primeros planos a los dos nominados finales se suceden mientras los conductores hablan.</p> <p>La música cambia por unos 3 segundos cuando los conductores presentan "Don Diablo".</p> <p>Suena una música "pop", el tema central de la miniserie.</p>	<p>Se piensa siempre en el clima que se quiere transmitir. Tensión, nervios, relax... Todo parece un proceso normal y natural, aunque de un momento a otro, presentan la teleserie juvenil y el clima cambia a algo entretenido y jovial.</p>	<p>-Lenguaje Audiovisual</p> <p>-Entretención</p>	<p>-> Califica</p> <p>-> No Califica</p>
01:23'	<p>Comienza "Don Diablo" aunque con imágenes del capítulo anterior.</p> <p>La serie se centra en escenas románticas, humorísticas, emotivas y otras.</p>	<p>Se muestran imágenes del capítulo anterior de la miniserie.</p> <p>El sonido, sus diálogos, efectos y música son propios de la serie.</p> <p>GC avisa que "DON DIABLO"/LUEGO, UN NUEVO CAPÍTULO".</p>	<p>Sirve para contextualizar la serie. Previamente editado, el video repasa lo mejor del capítulo anterior, con lo que se busca la atención del espectador.</p>	<p>-Lenguaje Audiovisual</p> <p>-Entretención</p> <p>-Representación</p> <p>-Información de interés público</p> <p>-Competencia</p>	<p>-> No califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p>
01:28'	<p>Se detiene el resumen de "Don Diablo". Es interrumpido por el logo de la miniserie a pantalla completa y una locución "ya volvemos con... Don Diablo".</p> <p>Mención en pantalla del preuniversitario Pedro De Valdivia con locución.</p>	<p>A pantalla completa el logo de "Don Diablo".</p> <p>Eso es cambiado por el mismo fondo de la miniserie (principalmente rojo) pero por el logo del preu. Pedro de Valdivia.</p> <p>La música es siempre el tema central de "Don Diablo"</p>	<p>Pese a que toda esta secuencia es simple en sus gráficas y grabada, en su emisión resulta prolija.</p>	<p>-Entretención</p> <p>-Competencia</p> <p>-Lenguaje Audiovisual</p>	<p>-> No Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p>
	Pausa comercial				
01:31'	<p>Vuelven las imágenes de la serie "Don Diablo".</p>	<p>Continúan las escenas del capítulo anterior de la miniserie y el GC avisa que "DON DIABLO"/LUEGO, UN NUEVO CAPÍTULO".</p> <p>El sonido, sus diálogos, efectos y</p>	<p>A diferencia de las pausas comerciales que interrumpen el programa y su ritmo, éstas frenan la emisión de la teleserie.</p> <p>Se deduce que, para que el espectador no se aburra, hay menos minutos de pausa</p>	<p>-Lenguaje Audiovisual</p> <p>-Entretención</p> <p>-Representación</p> <p>-Información de interés público</p> <p>-Competencia</p>	<p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p> <p>-> Califica</p>

		música son propios de la serie.	en esta tanda. Inmediata y repentinamente regresa la serie con imágenes pasadas. Se resalta lo mejor, siendo eso el gancho al total del programa.		
01:32'	Repentinamente comienza una pausa comercial.	Con un fundido, las imágenes de la serie se transforman en las de los avisos publicitarios.	De pronto, todo se interrumpe por los comerciales. 5 minutos de avisos publicitarios.	-Competencia -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica
	Pausa comercial				
01:55	Finaliza la pausa comercial. Se da inicio al nuevo capítulo de "Don Diablo". La serie contiene temáticas como los problemas familiares, la solidaridad, la amistad, el romance juvenil, humor, entre otros.	Comienza el capítulo de "Don Diablo". Planos, sonidos, efectos, música e iluminación, propios de la miniserie.	Con fluidez en la emisión, pero cortes repentinos entre los contenidos (teleserie, comerciales, teleserie), continúa el programa. No hay novedad en la teleserie salvo el capítulo nuevo. Las temáticas y su realización (previa, grabada) son las mismas a las escenas de la anterior emisión.	-Lenguaje Audiovisual -Entretención -Representación -Información de interés público -Competencia	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
01:55'	Repentinamente comienza una pausa comercial.	Las imágenes de la serie se funden y dan inicio a la pausa comercial.	Nuevamente se corta repentinamente la serie. Se entiende que la gran cantidad de cortes comerciales, sirven para darle fluidez al capítulo, ya que los avisos publicitarios son menos en su cantidad (ahora sólo dos minutos).	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica
	Pausa comercial				
02:05'	Finaliza la pausa y continúa "Don Diablo".	Continúa el capítulo de "Don Diablo". Planos, sonidos, efectos, música e iluminación, propios de la miniserie.	Comienza el último lapso de la teleserie. Se retoma bruscamente, la práctica sostenida del paso inmediato de comerciales a la serie, da a entender que el fanático, no puede despegarse del televisor, de lo contrario posiblemente podría perderse parte del programa.	-Entretención-Representación -Información de interés Público -Competencia -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
02:18'	Finaliza la miniserie "Don Diablo". Se inicia una pausa comercial.	Al terminar la serie, se al término de la escena final del capítulo, se funde la imagen y da pie a una pausa comercial.	La misma rapidez que, de los comerciales a la serie se pasó, ahora se utiliza a la inversa. Finaliza la serie sin problemas en su emisión y con un corte inmediato a los avisos publicitarios.	-Entretención -Competencia	-> No Califica -> Califica
	Pausa comercial				
02:23	Vuelve el programa "Yingo".	Se enlaza al programa con el logo de Yingo (una "Y" en verde) y se pasan 8 menciones de auspiciadores con locución grabada.	5 minutos de pausa comercial, previos a los minutos finales de "Yingo". Una puesta al aire prolija, pero una forma repetida de presentar los auspiciadores del programa. No hay un mayor trabajo en la secuencia de la escena.	-Lenguaje Audiovisual -Entretención	-> Califica -> No Califica
02:24'	Comienza el cierre del programa con los conductores centrales despidiendo Yingo. Ellos, que son acompañados por el resto de los jóvenes del equipo atrás (y aprovechan de hacer morisquetas, saltar atrás, molestarse entre ellos, cruzarse en la cámara, etc.) Despiden el programa recordando que en el siguiente programa uno de los dos "nominados" se irá para siempre del programa y la competencia.	Plano general aéreo en un comienzo, que toma todo el escenario, los conductores y los jóvenes. Plano americano de los conductores mientras despiden. Los planos del resto de los jóvenes dependen de cómo ellos se posicionen en el escenario y ante las cámaras. La iluminación es normal y la música un reggaetón.	Pese a que la música y la iluminación no sobresalen, son de gran calidad. La toma y el uso de distintas cámaras (como "la grúa") le dan el plus de un trabajo audiovisual que ahora se acompaña de un ambiente distendido y alegre.	-Lenguaje Audiovisual -Entretención -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica

02:26'	<p>Conductores agradecen sintonía e inviten a los televidentes a que no se pierdan el próximo programa de Yingo y las noticias.</p> <p>El resto de los jóvenes continúan en la misma dinámica anterior.</p>	<p>Plano general aéreo en un comienzo, que toma todo el escenario, los conductores y los jóvenes.</p> <p>Plano americano de los conductores mientras despiden.</p> <p>Los planos del resto de los jóvenes dependen de cómo ellos se posicionen en el escenario y ante las cámaras.</p> <p>La iluminación es normal y la música un reggaetón.</p>	<p>En la misma lógica anterior el programa finaliza. Un buen ambiente para anunciar lo que viene, las noticias. Un juego de sintonía que esperan no decaiga ante un programa que lo hizo todo para mantener la atención de los telespectadores.</p>	<p>-Entretención -Competencia -Veracidad</p>	<p>-> Califica -> Califica -> Califica</p>
--------	---	--	---	--	---

10.2.1 Cruce de datos

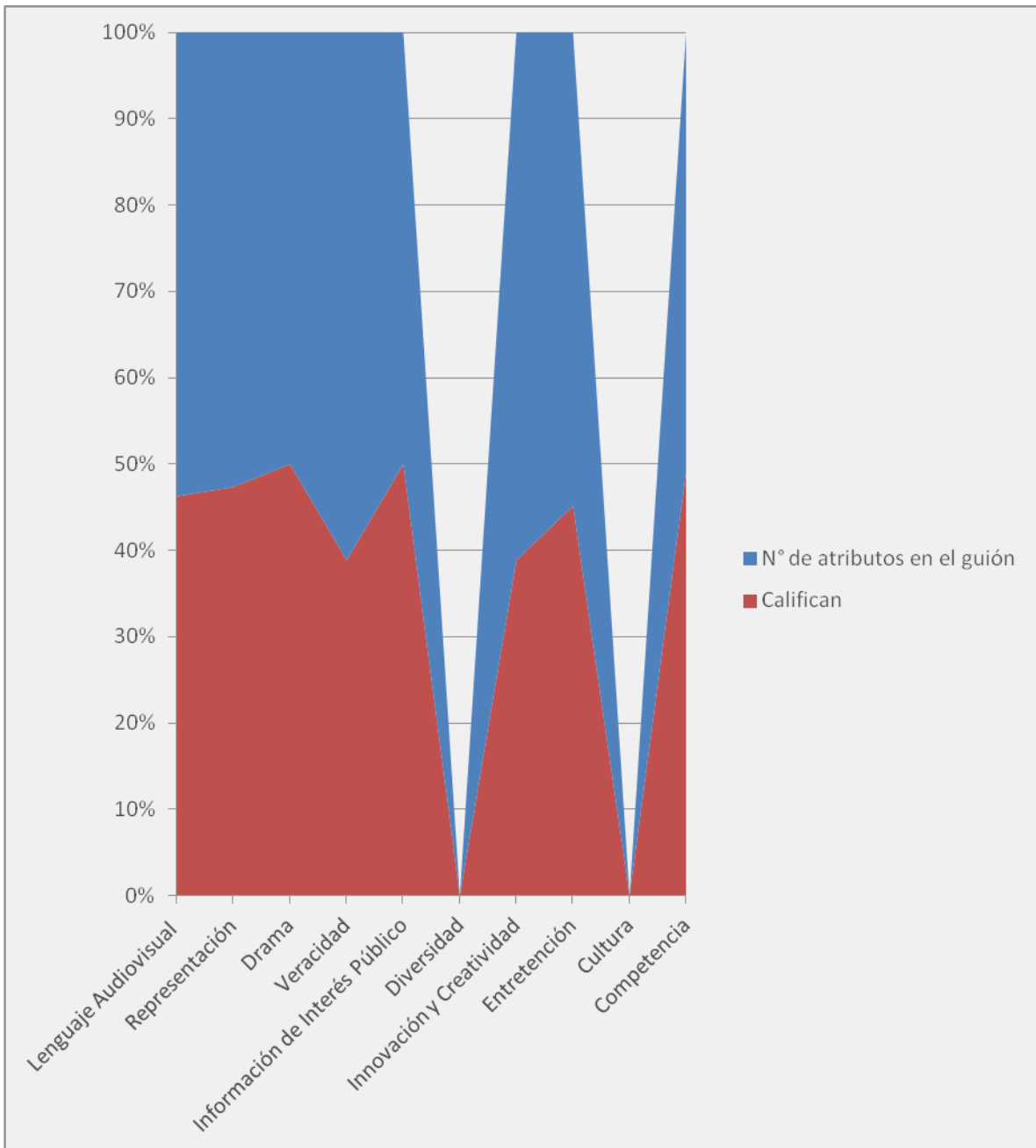
Una vez aplicada la metodología al análisis del programa Yingo del 16 de diciembre de 2010, los resultados se expresan en la siguiente tabla:

Tabla: Porcentajes de calidad del total de atributos presentes

Atributos	N° de atributos en el guión	Califican	Porcentaje Atributos/Total	Porcentaje Califican/Total atributos
Lenguaje Audiovisual	29	25	18,5%	15,9%
Representación	10	9	6,4%	5,7%
Drama	12	12	7,6%	7,6%
Veracidad	22	14	14,0%	8,9%
Información de Interés Público	8	8	5,1%	5,1%
Diversidad	0	0	0,0%	0,0%
Innovación y Creatividad	11	7	7,0%	4,5%
Entretención	34	28	21,7%	17,8%
Cultura	0	0	0,0%	0,0%
Competencia	31	30	19,7%	19,1%
Total del programa	157	133	100%	85%

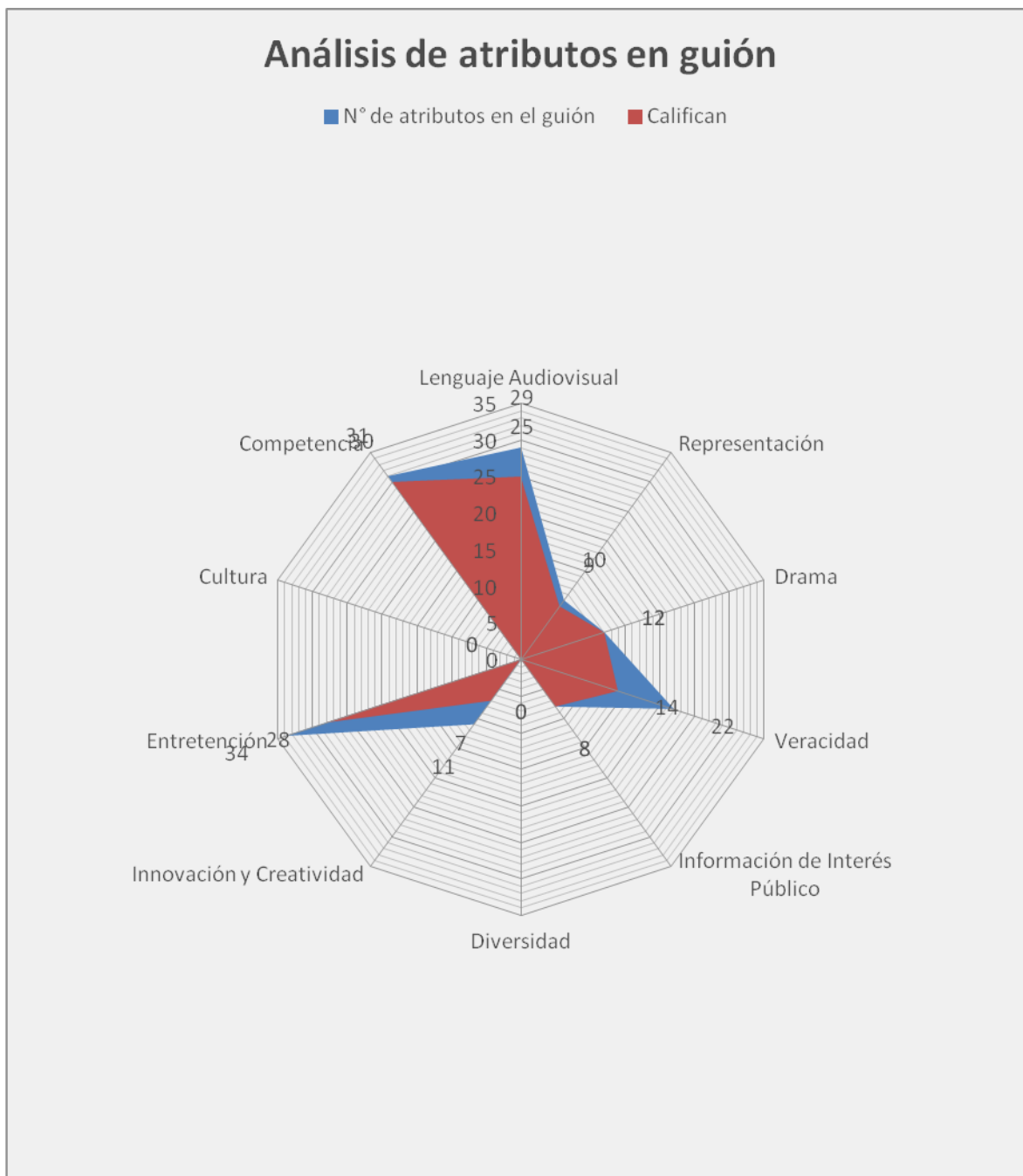
Para interpretar estos datos, se muestran dos gráficos. El primero es un gráfico de área que estandariza los atributos.

Gráfico 1:



El segundo gráfico es un gráfico radial que distribuye visualmente tanto el total de atributos identificados como la calificación de los mismos

Gráfico 2:



10.2.2 Análisis del guión

Una vez aplicada la metodología a nuestro segundo guión, el análisis dejó muchos objetos para el estudio de conclusiones. Lo que llama la atención, es que dos atributos simplemente no se hicieron presentes en este programa.

Es importante mencionar que este programa sufre de contrapuntos muy grandes, en donde los cambios de valoración de los atributos sufren de inconsistencia que sólo perjudica al total del programa.

Durante el estudio del guión, tanto 'Diversidad', como 'Cultura', no se manifestaron bajo ninguna circunstancia en el programa. Es lógico que no se pueden calificar y esto apela a problemas profundos que tiene este programa, por lo menos, en estos dos ámbitos, es decir, no existe ninguna preocupación por tener temáticas que mencionen varias aristas de la sociedad o que eduquen en algún aspecto a esta misma.

Sólo queda comenzar desde aquí el análisis de los restantes atributos presentes en el guión. El desglose uno por uno parte con el atributo 'Lenguaje Audiovisual', el cual tiene una presencia total de 29 apariciones, de un total de 157 y es la tercera propiedad con más apariciones en el programa. De total mencionado, califica un 86,20% con calidad, de acuerdo a nuestro concepto de calidad. Se puede deducir que en el espacio existe preocupación por mantener un aspecto de imagen y sonido, y más aún, existe la idea de poder cumplirlo a cabalidad y esto mismo responde a lo que tenemos estipulados como calidad.

Por su parte, 'Representación' tiene sólo 10 apariciones en el guión, cifra muy menor en comparación al total de atributos del guión y este criterio cumple con un 90%, es decir, el análisis es que no hay inquietud por tener mucho de este atributo, sin embargo, de lo poco que existe, se realiza bien según lo que se plantea en las explicaciones de nuestras propiedad de análisis.

Siguiendo con el estudio, 'Veracidad' e 'Innovación y Creatividad' califican con un 63,6% de calidad cada una, sin embargo, poseen diferencias importantes entre sí. 'Veracidad', tiene 22 apariciones en el guión, la cuarta más alta, y deja entrever que este aspecto si es importante para el espacio, por consiguiente, tiene la intención de ser creíble, pero sólo con un 63,6% lo consigue. En cambio, "Innovación y Creatividad" tiene 11 apariciones en el total de atributos del guión, uno de los criterios con menos presencias y la mitad que 'Veracidad', pero también consigue el mismo 63,6%.

Por su parte, 'Entretención' junto con 'Competencia' mantienen un 82,35% y un 96,77% respectivamente, de calidad en el total de criterios relacionados. El primer atributo mencionado en este párrafo, es el que más apariciones posee el guión, y por ende el programa, y entendemos que este aspecto es muy importante para el espacio, ya que tiene una alta jerarquía en comparación con el resto de criterios y cumple un alto porcentaje, más que el estipulado -60% y más- de calidad según nuestros parámetros de calidad. 'Competencia' también tiene los mismos ribetes que el atributo anterior, ya que tiene 31 presencias en el total de atributos del guión, la segunda más alta, y cumple considerablemente con la calidad esperada, según nuestros conceptos de esta propiedad.

El punto claro que tiene este guión, son los dos atributos que calificarlos con un 100% al momento de estudiarlos minuciosa e individualmente con los conceptos entregados por los expertos. Muy por el contrario de los atributos que simplemente no aparecieron y explicamos al comienzo de este análisis, 'Drama' se hace presente con la totalidad de sus atributos –un total de 12- cumpliendo lo expuesto por los entrevistados. En tanto, 'Información de Interés Público', también completo una faena importante, ya que califica con la totalidad de lo visto en el guión, los que son un total de ocho.

En estos dos últimos criterios, es importante recalcar que si bien cumplen con la totalidad de calidad, son muy pocas las apariciones que tiene en el guión, ya que en primera instancia 'Drama' tiene 12 presencias, y en segunda instancia

'Información de Interés Público' sólo tiene 8, es decir, poca relevancia en el total de 157 atributos del guión, no hay mucha preocupación por desarrollarla, pero la que existe, la cumplen a cabalidad.

10.2.3 Conclusión guión Yingo

Algo más alejado en el porcentaje total e incluso sorprendente, puede ser el caso de este programa. Algo liviano en su contenido, juvenil, de entretenimiento puro y que sin embargo alcanza una calificación final del 68.2%, lo más alto de los tres programas analizados.

Y aquí se reafirma la idea de analizar minuciosamente y en el detalle todo un proceso televisivo. Si bien "Yingo", según los parámetros de este trabajo es de calidad pasando el mínimo con un 8.2%, lo consigue pese a las críticas o demandas que pudiesen surgir sobre "más cultura" o "mayor calidad". Siendo el total más alto, se deja entrever que en "Yingo", sus realizadores hacen un tremendo esfuerzo por entregar un formato que si bien no es novedoso en su fondo, en la forma si lo es. Cámaras y tomas, iluminación, música, escenografía y un componente de "representación" e incluso "competencia" hacen que este criticado monstruo cumpla con su objetivo, aunque sea de manera primitiva.

10.3 Programa 3: Chilevisión Noticias, Edición Central

El análisis de contenido del programa de 'Chilevisión Noticias, Edición Central' está principalmente en función de lo que estamos buscando como nuevo concepto de calidad. Este programa es básicamente la entrega de noticias diarias con espacios determinados y con la idea de dar un enfoque distinto y nuevo.

Escrito:

Tº	Texto	Imagen	Conclusiones	Atributos	Valoración
00':01'	Voz en off relatando la publicidad que auspicia al programa de televisión. Siempre la música característica de las noticias de fondo.	Las gráficas del noticiero, con un recuadro que muestra los productos que son auspiciadores del programa.	Se deduce, por el inicio del programa, que el mismo está sujeto al mercado y la publicidad.	-Competencia -Lenguaje audiovisual	-> Califica -> Califica
00':02'	Voz en off del programa dando el nombre del noticiero.	En su máximo esplendor todas las gráficas características de este noticiero.	Énfasis en el inicio del programa demostrando la identidad que tiene el espacio. Bien, porque ayuda a la identificación de este mismo.	-Lenguaje audiovisual	-> Califica
00':02'	Se escucha la voz de los conductores del programa relatando una síntesis de las noticias más importantes que han ocurrido en el día.	Imágenes de apoyo, principalmente con las más impactantes de cada noticia. Sigue la música de fondo.	Intención de atraer a la audiencia mediante las imágenes más relevantes y/o impactantes de la jornada.	-Lenguaje audiovisual- Representación	-> Califica -> Califica
Nota:	Fueron seis noticias que se mostraron en los titulares. En total suman: 4 Policial. 1 Política. 1 Deportes.		Énfasis en la crónica roja, por la cual, llaman la atención a la audiencia (imágenes impactantes, morbo, drama).	-Drama -Lenguaje audiovisual -Veracidad -Representación - Información de interés público	-> Califica -> Califica -> Califica -> Califica
00':03'	Se escucha la cortina del programa.	Aparecen por primera vez los rostros del programa con un plano diagonal y que muestra parte del estudio.	Contextualiza al televidente del lugar físico en el que se desarrolla el programa. Punto a favor.	-Lenguaje audiovisual	-> Califica
00':03'	Saluda uno de los conductores – varón- y entrega las buenas noches. El hombre, entrega un 'lead' de la primera noticia –policial- que se emitirá en el recuento noticioso. A continuación, la otra conductora – mujer- termina la introducción de la	Plano medio en dónde aparecen los dos conductores del programa.	Escasez de recursos audiovisuales.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica

	noticia y da el pase a la nota.				
00':04'	La nota comienza a desarrollarse y contar el drama de la noticia en la voz del periodista que realizó el reporteo correspondiente. Esto, sumado a los testimonios de personas determinadas.	Imágenes que nutren y complementan el relato del periodista sobre la muerte de una niña. Planos generales, medios, americanos. También se muestra primeros planos de los entrevistados.	Es a través de la locución del periodista y los testimonios que se busca la atracción de la audiencia, no así de las imágenes y no hay una buena construcción de la historia.	Drama -Lenguaje audiovisual -Veracidad -Representación - Información de interés público	-> Califica -> No Califica -> Califica -> Califica
00':06'	Se vuelve de la nota y el conductor del programa entrega inmediatamente el 'lead' de la siguiente noticia – policial- muy rápidamente.	Plano medio -sólo del hombre-. De fondo se ve la sala de redacción de ese departamento de prensa.	Nulo recurso visual y escaso en audio.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00':06'	Comienza la nota –policial- y el relato del periodista. También se escuchan los testimonios de personas relacionadas con la noticia.	Imágenes de respaldo de la noticia que se trata sobre incidentes en una cárcel del país. Muchos daños, disturbios, peleas, etc.	Con la locución del periodista y los testimonios, se busca la atracción de la audiencia. Las imágenes no están al ritmo de la voz en off.	-Drama -Lenguaje audiovisual -Veracidad -Representación - Información de interés público	-> Califica -> No Califica -> Califica -> Califica
00':09'	Se vuelve de la nota y ahora es la mujer que entrega de inmediato la introducción a la siguiente noticia en muy pocos segundos.	Plano medio de la conductora. De fondo se ve la sala de redacción de ese departamento de prensa.	Nulo recurso visual. Se repite siempre lo mismo. Se entiende que es algo formal, pero se vuelve plano.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00':09'	Comienza la nota –policial- con el sonido ambiente en donde se escucha a una mujer que dice improperios un hombre acusado de delitos sexuales. Posteriormente comienza el relato del periodista. Además, también se escuchan relatos de protagonista de la noticia.	Imágenes de golpes de mujeres a un hombre. Más otras que suman a la noticia y ayudan a complementar.	Se apela al recurso de llamar la atención con la desesperación de una mujer. Se muestran improperios sin necesidad de estar. Imágenes que dicen más que el off. Esto es bueno, porque es televisión y predominan las imágenes.	-Drama -Lenguaje Audiovisual -Competencia	-> Califica -> Califica -> No Califica
00':11'	Se vuelve de la nota y el hombre del programa entrega otro 'lead' de la noticia que viene a continuación muy rápidamente.	Plano medio del conductor. De fondo se ve la sala de redacción de ese departamento de prensa.	Muy poco recurso visual y escaso en audio. No existe algún tipo de matiz en lo que se muestra.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00':12'	Comienza en relato del periodista dándonos a conocer la noticia – policial-.	Imágenes de la noticia que se trata de una golpiza a una mujer y que se encuentra en malas condiciones. Primeros planos de las personas que entregan testimonios. Más imágenes de familia, policía, etc.	Nuevamente una nota de corte policial. No hay variedad y se intensifica la idea de entregar crónica roja, pensando que es lo que le interesa a la gente.	-Diversidad -Drama -Representación - Competencia	-> No Califica -> Califica -> No Califica -> Califica
00':13'	La nota finaliza y la conductora vuelve a relatar la introducción de otra noticia –policial- muy rápido.	Plano medio de la mujer. De fondo se ve la sala de redacción de ese departamento de prensa.	Poco recurso audiovisual.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica

00':14'	Se escucha una música de fondo muy rápida y que relaciona directamente con el crimen. Posteriormente comienza el relato de la periodista que cuenta la historia. Además, siempre se escuchan los testimonios de los protagonistas de la noticia. También se escuchan grabaciones telefónicas que sirven de pruebas.	Imágenes de cómo se llevan detenido a los involucrados en el crimen de drogas. La noticia se trata de policías que estaban implicados en cosas ilícitas. Por lo mismo, se muestran imágenes de gran relevancia con ese hecho. Además de los primeros planos de las personas que entregan su testimonio. A una de las personas que entregan su testimonio le difuminan la cara.	Otra vez una nota policial. Hasta el momento es poca la variedad de noticias que se pueden ver. De todas formas, existe la conclusión de que esto funciona como denuncia de lo que ocurre con la delincuencia y crímenes.	-Diversidad-Drama -Representación - Competencia	-> No Califica -> Califica -> No Califica -> Califica
00':19'	Se termina la nota y de inmediato se escucha una cortina musical que anuncia una sección del programa – reportajes a fondo-.	Se muestran las gráficas de la sección del programa con animación.	Hay un matiz dentro del programa, pero sólo con una gráfica y música. Se da el pase a una nueva 'sección' y eso entrega quiebres necesarios en una continuidad que venía plana.	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica
00':19'	El conductor del programa comienza a entregar la introducción del reportaje –más extenso y profundo- que trata sobre estafas y problemas de dineros. La conductora redondea la introducción que hace su compañero.	Se vuelve al plano medio de ambos conductores para presentar esta sección. De fondo se ve la sala de redacción de ese departamento de prensa.	Uno espera que cambie el lenguaje audiovisual, pero la sección de reportajes se presenta como todas las notas anteriores. Mal, porque uno siente que no existe mayor esfuerzo de creación en eso.	-Innovación y Creatividad -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> No Califica
00':20'	Comienza el relato del periodista sobre el reportaje, pero esta vez lo antecede una música que entrega suspicacia en el contexto de la noticia –policial-. También se escuchan los relatos de testimonios de personas que se han visto afectados con la estafa. Relatos de una supuesta llamada para captar 'in fraganti' el delito. Principalmente se monta una situación falsa, que refleja la realidad. –Por cierto se ocupan actores-. El relato es una cronología de los hechos para finiquitar la estafa. En su minuto encaran al tipo que estaba realizando la estafa y existe un conflicto menor. Se contrastan fuentes y confirman lo que en algún momento está en duda –específicamente si es o no estafa-.	En su mayoría se muestran imágenes de cámara ocultas y también rostros difuminados. Planos generales del tema que trata la nota –estafas en las AFP-. En el fondo, se muestra el trabajo de investigación con imágenes de distintos planos y nutridas con las cámaras ocultas.	Ya van 20 minutos de noticiero y no cambian la crónica roja de la pauta. Abusan del contenido, entienden que es lo que interesa, y no hay variedad. Se cuenta la historia de manera cronológica y eso ayuda para entender el conflicto. Se hace más cercana con las impresiones de las personas y manifiesta un problema que le podría afectar a cualquiera.	-Competencia -Drama -Información de interés público -Veracidad -Representación -Diversidad	-> Califica -> Califica -> Califica -> No Califica -> No Califica
00':26'	Se vuelve del reportaje –policial y de 5 minutos- con el conductor que inmediatamente entrega la introducción de la siguiente noticia.	Plano medio cerrado al hombre del programa. El estudio se ve de fondo.	Se entiende que los reportajes son más extensos que las notas. Pero fueron más de 5 minutos en dónde no se entregó un respiro de información a las personas en una nota que no tuvo quiebres, y de forma importante,	-Entretención -Diversidad	-> No Califica -> No Califica

			tampoco se cambia el tema. Por lo demás, los conductores tampoco generan flexibilidad ya que inmediatamente 'bombardean' con otra noticia.		
00':26'	La nota comienza con música y el testimonio de las personas que se ven relacionadas con la noticia – prostíbulos clandestinos-. Posteriormente la narración de la historia de la periodista comienza a escucharse, más los testimonios de personas que se ven afectadas con esto.	Imágenes de cámaras de seguridad. Además de imágenes de planos generales y de planos secuencias. En decir, cuando allanaban los supuestos prostíbulos. Imágenes oscuras.	Se prioriza la entrega de un contenido ligado al suspenso. Nuevamente buscan atraer a las personas a quedarse prendado en sus contenidos. Se exagera el drama de la noticia mediante la música, la locución de la periodista y las imágenes. Sin duda eso ayuda a contextualizar al televidente.	-Drama -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica
00':29'	Se vuelve de la nota y la conductora del programa entrega de inmediato la introducción a la nota que continúa.	Plano medio de la mujer en donde se visualiza el estudio del programa de fondo.	Se insiste en una entrega noticiosa sin una pausa o respiro al telespectador. Resulta monótono el noticiero.	-Entretenimiento	-> No Califica
00':29'	Comienza el relato del periodista sobre la noticia que el accidente de la cárcel de San Miguel. Testimonios de la persona que se ve más relacionada con el tema.	Se muestran imágenes –fotografía- del hombre que murió en la cárcel y no han devuelto el cadáver.	En esta nota se busca empatizar con la audiencia mediante el drama de una familia, de un fallecido y de la situación misma en la cárcel. Pese a eso, no exageran con música o imágenes impactantes.	-Drama -Veracidad	-> No Califica -> Califica
00':31'	Se termina la nota y vuelve la cortina de una sección del programa –'Chile a medias'-. Esto nutrido de una música siempre con el estilo de alarma.	Gráficas de la sección con animaciones.	Se presenta con algunos recursos audiovisuales un espacio del programa. Bien, porque cambia lo plano del programa.	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica
00':31'	Ambos conductores entregan una introducción de la nota que viene a continuación –problemas en el Transantiago- y muestran una leve inclinación en que lo que ocurre está mal –principalmente con el tono de la voz-	Plano medio en donde se ven ambos conductores.	El acento está dado en el tono de los conductores. Buscan hacer entender que sienten o saben el drama que se expone con la utilización de la voz. Fijan una postura no sólo editorial, sino personal sobre el tema (problemas en el Transantiago).	-Drama -Representación	-> Califica -> Califica
00':31'	Comienza la nota, pero con una voz de fondo que es una situación de la realidad. Más el testimonio de la mujer que se ve afectada con el conflicto del transporte público. También se ve el testimonio de los acusados. Además, la voz de la autoridad. También hacen la prueba de que si realmente ocurren anomalías en el transporte público.	Imágenes captadas desde un celular. Imágenes de la ciudad y muchos microbuses. Se repiten las imágenes.	Se muestra una nota informativa con características de reportaje. Existe la interpretación e incluso la opinión sobre el tema. Eso al exponer principalmente imágenes y testimonios que dan cuenta de anomalías. Se relega mucho después la contraparte, sin embargo, las imágenes y audio ayudan a entender lo ocurrido.	-Representación -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica
00':34'	La nota finaliza y se vuelve con el detalle de la siguiente nota –policial-	Plano medio del hombre y siempre	Pese a comenzar el noticiero con informaciones policiales, continúan aún	-Diversidad	-> No Califica

	que la entrega el conductor del programa en una introducción.	con el estudio del programa de fondo.	más. Se infiere que por rating o competencia, modificaron la parrilla u orden de las notas.	-Competencia -Entretención	-> Califica -> No Califica
00':35'	Comienza el relato del periodista sobre el narcotráfico en nuestro país y focalizando la nota a una familia que era millonaria gracias a los estupefacientes.	Imágenes en un principio del allanamiento y posteriormente de la evidencia. Además de mucha policía y la familia tomada detenida.	Nota informativa de un tema. No se desarrolla a partir de una noticia del día, sino profundizando, en este caso, el narcotráfico. Se enfatiza, mediante las imágenes, un problema que parece no tener solución.	-Drama -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> Califica
00':36'	Vuelve la conductora y entrega la introducción de la siguiente nota, pero esta vez un poco más relajada.	Plano medio de la mujer y siempre con el estudio del programa de fondo.	Se entiende que el tema, al ser menos tedioso, trágico, conflictivo o terrible que los anteriores, requiere una voz más relajada y además femenina que pueda entregar el pie de la nota. La idea es contener al telespectador después de informaciones complejas, preparándolo en pocos segundos con los recursos antes deducidos.	-Representación	-> Califica
00':36'	El relato de la conductora comienza con la nota –sobre autos y rendimientos-. Nutrido siempre con el testimonio. La palabra de la autoridad en la materia se escucha para saber que ocurre.	Imágenes de automotoras y de muchos en la ciudad. También primeros planos de los testimonios que se toman en cuenta.	Se crea nuevamente un tema. Esta vez pensando en un problema urbano y de transporte. Las fuentes parecen ser las correctas aunque centra la discusión en la capital (Santiago).	-Representación -Diversidad -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica
00':38'	Vuelve de la nota y el conductor entrega la introducción de la siguiente nota –bicicletas-.	Plano medio del hombre y siempre con el estudio del programa de fondo.	Nuevamente escasez en recursos audiovisuales aunque se insiste en un tono de voz relajado que denote una próxima información lejana al conflicto social o problemas que afecten de mala manera a la audiencia.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00':38'	El relato del periodista comienza principalmente entregando detalles de las novedades del vehículo de dos ruedas dentro del contexto navideño. Habla de muchos modelos de bicicletas y existe opinión de personas naturales y de los vendedores de este producto. Música de fondo de los años 80'.	Imágenes de muchas bicicletas –barrios San Diego- además de tiendas y las novedades dentro del mercado, por ejemplo, bicicletas con motor. Primeros planos de las personas que entregan testimonios.	En un contexto navideño se recurre a una nota clásica, la bicicleta como regalo perfecto. No parecen ser imágenes novedosas. Sin caer en subjetividades, esta nota es de cada fin de año, nada innovador y creativo.	-innovación y Creatividad -Información de interés público	-> Califica -> Califica
00':40'	La conductora vuelve y entrega la introducción a la siguiente nota – política-.	Plano medio con el estudio de fondo.	Escasez audiovisual y monotonía para la audiencia. A rato se interpreta que lo plano del programa, acostumbra a recibir sólo eso.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00':41'	Relato de inmediato de la periodista sobre el conflicto en las votaciones de los diputados en el reajuste del sector público. Testimonios de parlamentarios y autoridades de gobierno.	Imágenes de la cámara baja de planos generales, americanos, en altura, diagonales, etc. Además primeros planos de los testimonios.	Se posterga hasta el minuto 40 una discusión que, si bien no afecta a las personas, puede resultar de interés público. Concientizar a las personas de algo tan importante como elección de cargos públicos alimenta los conocimientos al respecto y se culturiza	-Cultura -Representación -Información de Interés Público	-> Califica -> Califica -> Califica

			a la gente de algo no siempre ilustrado. Se deduce que se busca primero impactar y luego educar o insertar a la audiencia en una discusión que debiese tener el carácter de público.		
00':43'	Se vuelve de la nota y el conductor presenta una pausa y da un adelanto de las noticias que vienen más adelante –Deportes y verano-. Esto sumado a la música del programa. Pide que no se vayan de la sintonía y que vuelvan pronto.	Gráficas del programa que enmarcan las imágenes de las noticias que están adelantando.	Se muestra gráficas características (similares a las del comienzo). Hay una intención de, más que mostrar un buen manejo audiovisual, hacer un quiebre en el noticiero y dado por el corte comercial que le sigue. Suma considerablemente.	-Lenguaje Audiovisual -Innovación y creatividad	-> Califica -> Califica
00':43'	Se escucha una voz en off que entrega información sobre un auspiciador del programa.	Gráficas del programa enmarcando las imágenes del producto que auspicia al programa.	Las gráficas y la voz en off es la misma que en el inicio. Bien, porque sigue una línea que es importante mantener. Por otra parte, esta voz se utiliza para hacer mención a publicidad dentro del programa. Es inevitable sostener la estrecha relación entre el mercado y lo que se exhibe.	-Lenguaje Audiovisual -Competencia	-> Califica -> Califica
Pausa comercial					
00':51'	Vuelven de la pausa comercial con gráficas del programa y mencionando a más auspiciadores de este mismo. Además, los conductores entregan la introducción del espacio que viene ahora –deportes-. Ambos comentan la introducción, pero hay un pequeño error que genera risas y distensión del ambiente. El conductor le entrega el programa al encargado de dar todas las noticias deportivas y se saludan mutuamente. El periodista que está a cargo del torneo hace un relato breve de la primera noticia del programa.	Gráficas del programa que se combinan con las imágenes de los auspiciadores. También el plano medio de ambos conductores y un plano diagonal en donde se ve por primera vez al conductor del espacio de deportes. Posteriormente a eso, el plano medio para el conductor de deportes y de fondo una pantalla que ayuda al contexto de cada nota que relata.	Siete minutos que, porcentualmente hablando pueden ser pocos. Sin embargo, son siete minutos de corrido, un aviso tras otro. Nuevamente se entiende que enfatizan en los auspiciadores del programa y se entrega información de cualquier producto, sin media que se está mostrando un noticiero informativo de por medio. Ahora, en este espacio, y en el minuto 51 de programa, se hace un quiebre real. Aparece un nuevo rostro para ser el conductor del espacio de deportes. Cambio de temática importante y ayuda a la diversidad. De todas formas es un método muy conocido y utilizado a nivel mundial. Existe algo más de variabilidad en el lenguaje visual, sin embargo el plano a este nuevo rostro se mantiene con relación al que estaba para los conductores iniciales.	-Competencia -Representación -Innovación y Creatividad -Lenguaje Audiovisual -Diversidad	-> Califica -> Califica -> No Califica -> No Califica -> Califica
00':51'	Inmediatamente el conductor del programa comienza a relatar el compacto de un partido determinado del fútbol chileno –en vivo y en directo- y va comentando las situaciones de manera muy coloquial.	Imágenes de un partido de fútbol muy normal.	En esta parte, la situación muestra otra faceta. El porqué es simple, se comenta en tiempo real una noticia con apoyo de imágenes. Se está expuesto a errores y aciertos sin estar pautados.	-Entretención -Veracidad	-> Califica -> Califica
00':53'	El periodista sigue hablando, pero esta vez da el pase a una nota	Plano medio del conductor del espacio de deportes con la pantalla de fondo que	En este punto, se vuelve a lo mismo, el periodista de deportes vuelve a una	-Innovación y Creatividad	-> No Califica

	periodista –relacionada con el resumen del partido anterior-.	muestra una imagen relacionada con la noticia.	introducción de noticia y no existe variedad de imágenes, audio y entrega informativa. Poca originalidad a un espacio que se entiende como 'demandado'.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00'53'	Comienza el relato del periodista que hizo la nota –fútbol-, nutrida de una música fuerte y movida. Además, se escuchan testimonios de futbolistas que tienen que ver con el hecho noticioso.	Imágenes del partido de fútbol –el mismo del compacto que relato en vivo el periodista a cargo del espacio de deportes del programa-. También imágenes de entrenamientos deportivos y primeros planos de impresiones de futbolistas.	De la misma forma que el comienzo del noticiero, el uso de imágenes no está siendo utilizado de buena manera y sólo se apela al armado de notas con una música 'pegajosa', cuñas simples y sin ningún tipo de análisis.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
00'56'	Se vuelve de la nota y el conductor de deportes del programa comenta un hecho de la nota anterior y de ese comentario hace el nexo con la próxima nota que viene.	Plano medio del conductor del espacio de deportes con la pantalla de fondo que muestra una imagen relacionada con la noticia.	Lo mismo, falta de variedad en la presentación de notas y muy plano todo. Se atenta contra la capacidad de sorprender al televidente.	-Entretenimiento -Innovación y Creatividad	-> Califica -> No Califica
00'56'	Nuevamente el relato del periodista que realiza la nota –fútbol- va acompañada con una música bastante fuerte –de calidad musical- y entrega información sobre el tema. Además, se escucha testimonios de implicados en la noticia -Alejamiento de un jugador histórico de un club-.	Imágenes de la noticia en donde se observan planos generales, medios, americanos y primeros planos en los testimonios.	En el espacio, supuestamente de deportes, sólo se ha entregado noticias con respecto al fútbol. Hasta el momento muy poca variedad.	-Diversidad	-> No Califica
00'58'	Se vuelve de la nota y el conductor nuevamente hace el nexo de la nota anterior con la que viene a continuación entregando una breve introducción de la noticia –fútbol-.	Plano medio del conductor del espacio de deportes con la pantalla de fondo que muestra una imagen relacionada con la noticia.	Se mantiene el esquema de volver, introducir y presentar. Tónica de todo el programa que carece de innovación televisiva. Además, se repiten fórmulas antiguas.	-Innovación y Creatividad	-> No Califica
00'59'	Comienza el relato del periodista sobre el tema –fútbol- que tiene testimonios e información sobre la noticia –muchos técnicos en los clubes-.	Imágenes de fútbol en general, relacionadas con la noticia y también parecidas a las de las demás noticias del bloque deportivo.	Otra noticia de fútbol. Hasta el momento 4 noticias presentadas y todas de balompié.	-Representación -Competencia -Diversidad -Información Interés público -Entretenimiento	-> No Califica -> Califica -> No Califica -> Califica -> No Califica
01':01'	Se vuelve de la nota –fútbol- y el conductor del bloque deportivo del programa entrega un análisis sobre la nota que acaba de emitirse. Crítica lo que ocurre. Posteriormente entrega la introducción de la siguiente noticia que viene.	Plano medio del conductor del espacio de deportes con la pantalla de fondo que muestra una imagen relacionada con la noticia.	Aquí se expresa una opinión sobre la nota exhibida. Está bien entregar puntos de vista sobre el tema, sin embargo, la subjetividad de un medio objetivo no cumple con la culturización sobre algo. No califican posturas.	-Representación -Veracidad -Cultura	-> Califica -> Califica -> No Califica
01':02'	Comienza el relato de la noticia – fútbol- del periodista, más los testimonios de la noticia.	Imágenes de planos generales y primeros planos principalmente al tener muchos testimonios.	Más fútbol y poca diversidad.	-Diversidad -Competencia -Información de interés público	-> No Califica -> Califica -> Califica

01':04'	Se regresa y nuevamente el conductor del bloque deportivo entrega un análisis de la noticia que se acaba de informar en la nota. Una crítica bastante clara. Posteriormente entrega una introducción sobre noticia deportiva internacional –fútbol-	Plano medio del conductor del espacio de deportes con la pantalla de fondo que muestra una imagen relacionada con la noticia.	Más opinión al respecto que ayuda a que no sea todo tan plano y próximo a las personas. Sin embargo, la subjetividad de un medio objetivo no cumple con la culturización sobre algo, más allá de que se esté informando o comentando sobre un hecho noticioso.	-Representación -Veracidad -Cultura	-> Califica -> Califica -> No Califica
01':05'	Relato del periodista sobre la nota internacional –fútbol y farándula-. Más testimonios de otras estaciones televisivas del resto del mundo.	Imágenes que no son propias en un principio de la nota. Sino más bien llegan a través del satélite. También muestran imágenes –fotos- de la prensa escrita internacional.	Recién en la sexta noticia se habla de deporte internacional, pero de lo mismo, fútbol. Ahora, esto está nutrido de comparaciones con el mundo de la farándula que se sabe genera interés, pero se sale del espacio que se estipuló como 'deportes'. Además, esa sección no surge interés en todos los televidentes y sólo se queda un núcleo específico, en general, hombres.	-Diversidad -Información de interés público -Drama -Entretención	-> No Califica -> Califica -> Califica -> No Califica
01':07'	Se vuelve de la nota y el conductor dice simplemente: 'mejor veamos goles' y comienza a relatar en vivo los goles de un Torneo de fútbol internacional. Comenta los goles, pero también hace gracias de algunas cosas que se ven en las imágenes.	Plano medio del conductor del bloque de noticias y posteriormente comienzan a aparecer imágenes de distintos goles en partidos internacionales. Entre partido y partido sale una gráfica que segmenta los goles.	Nuevamente se hace el matiz de entregar un informe por parte del presentador, con un apoyo de imágenes absolutamente necesario. Todo es de fútbol, pero se crea algo nuevo y ayuda a la proximidad.	-Innovación y creatividad -Entretención -Veracidad	-> Califica -> Califica -> Califica
01':09'	Se termina el compacto de goles y se escucha una voz en off que entrega sólo información sobre los auspiciadores del espacio. Precisamente del bloque deportivo.	Gráficas del programa que enmarcan a las imágenes de los auspiciadores del bloque deportivo.	Interfiriendo de manera grotesca el espacio, aparece una voz que sigue alimentando la premisa de la importancia de la publicidad en la TV, y promociona los auspiciadores del segmento.	-Competencia -Lenguaje Audiovisual	-> Califica -> No Califica
01':09'	Se vuelve de ese lapsus y rápidamente el conductor del espacio de deportes dice: 'Así está el deporte, con muchas peleas y poquitos goles'. Genera sonrisas en los conductores del programa que agradecen el espacio y se despiden y finalizan así el espacio deportivo del programa. Inmediatamente, la conductora da el pase para que una mujer dé el estado meteorológico de todo el país.	Planos medios de los tres conductores que en su minuto se ven en pantalla. Planos diagonales y generales, con el estudio que se ve de fondo.	Se aliviana la conversación entre los presentadores. La idea, es empatizar con el público, luego entregarle datos de interés por la cotidianidad que ellos tienen, como lo son los segmentos meteorológicos. Esto es importante, porque innova y les quita seriedad a los conductores que a ratos no es tan necesaria en la actualidad.	- Innovación y creatividad -Información de interés público	-> Califica -> Califica
01:09'	Aparece una mujer y comienza a relatar el estado del tiempo en todo el país.	Gráficas de un mapa físico de Chile y con un plano americano de la conductora del tiempo del programa, que es el mismo al del canal entero.	Información meteorológica apoyada con un recurso audiovisual utilizado por el resto de los medios. No hay novedad. Se resalta la empatía en la entrega de los datos y a la conductora del microespacio. Es llamativo y ayuda para que sea grato ese momento, pero a ratos satura la	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica

			imagen de infografía.		
01':09'	La conductora hace un breve receso en la entrega del tiempo y hace una mención de un auspiciador del bloque del tiempo. Posteriormente se despide y devuelve el pase a las noticias.	Aparece en una imagen una secuencia de información sobre el producto que auspicia el bloque.	Queda en evidencia que la publicidad es parte importante del microespacio. Más aún que, pese a la liviandad de los datos, los auspiciadores buscan este tipo de segmentos, que suponen son de mucho interés público para hacer sus anuncios.	-Información de interés público	-> No Califica
01':10'	Se vuelve del tiempo y sólo se escucha la voz del conductor del programa que dice que Irán a una pausa comercial, pero que no se vayan de la sintonía y comienza a comentar dos noticias –policial- y entrega una pequeña introducción de una de ellas. La mujer por su parte, entrega la información de la otra noticia.	Gráficas del programa que se combinan con las imágenes de las noticias que vienen en el siguiente bloque.	Se insiste en las notas policiales como parte de la parrilla de informaciones. A esta altura se deduce que las noticias policiales resultan ser un buen gancho del programa, con la audiencia.	-Drama -Diversidad -Información de interés público	-> Califica -> No Califica -> Califica
01':11'	Se escucha una voz en off que entrega información sobre un auspiciador del programa.	Gráficas del programa que se combinan con las imágenes de los auspiciadores.	Las gráficas y voz en off son las mismas de todo el programa. (Coherencia)	-Lenguaje Audiovisual -Competencia	-> Califica -> Califica
Pausa comercial					
01':17'	Se vuelve de la pausa comercial y se escucha una voz en off que entrega información sobre un auspiciador del programa. Posteriormente a eso, se ve al conductor en plano medio que entrega la introducción de la nota – problemas en la salud-	Plano medio del conductor con el estudio de fondo.	La vuelta de la pausa comercial es la misma durante todo el programa. La presentación a la siguiente nota no tiene ninguna característica especial, ni audiovisual, ni el tono de voz del conductor u otra. Sin embargo, la temática cambia y se comenta de una arista importante en la sociedad, la salud.	-Diversidad -Innovación y creatividad -Competencia	-> Califica -> No Califica -> Califica
01':17'	Comienza el relato del periodista sobre la problemática con testimonios que nutren la narración.	Imágenes que complementan lo que va diciendo el periodista. Muy parecidas a toda las imágenes que se han visto en el programa.	Los planos de los testimonios son primeros planos y algunos medios. El resto del tratamiento es normal para una nota informativa. Sin embargo, se podría establecer mucha más información a partir de las imágenes.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
01':19'	Se vuelve de la nota y la conductora entrega la introducción de la nota que viene a continuación. Tendencias de verano.	Imágenes que complementan lo que va diciendo el periodista. Bikinis y mujeres modelando ropa de verano.	En la presentación hay novedad respecto del tono de voz. Se hace de forma coloquial, más cercana a la gente y de manera relajada. La nota apunta a eso, el relajado del verano sumado al enganche que buscan a través de la belleza de mujeres en bikini. Se infiere que es una nota principalmente machista en sus	-Entretenimiento -Representación -Diversidad	-> Califica -> Califica -> Califica

			imágenes.		
01':22'	Se vuelve de la nota y se entrega algunas últimas informaciones de interés relevante y ambos conductores se despiden y agradecen la sintonía. Dicen que no se vayan de la señal del canal y anuncian la programación que viene a continuación.	Imágenes de plano medio de ambos conductores siempre con el estudio de fondo...	La imagen y los detalles audiovisuales no resaltan en esta parte del programa. La despedida de los conductores resulta relajada, entendiéndose que se ha acabado el programa y de una manera tranquila.	-Lenguaje Audiovisual	-> No Califica
1':23'	Se escucha la voz en off del programa diciendo todos los auspiciadores del programa y finaliza diciendo que todos esos auspiciadores presentaron 'CHV NOTICIAS EDICIÓN CENTRAL'.	Gráficas del programa que se combinan con las imágenes de los auspiciadores.	La voz en off y las gráficas son las mismas del comienzo. No se muestra novedad en el cierre, salvo el anuncio explícito del cierre, esto es normal y coherente, por lo mismo califica para hacer entender a las personas de una identidad.	-Lenguaje Audiovisual	-> Califica

10.3.1 Cruce de datos

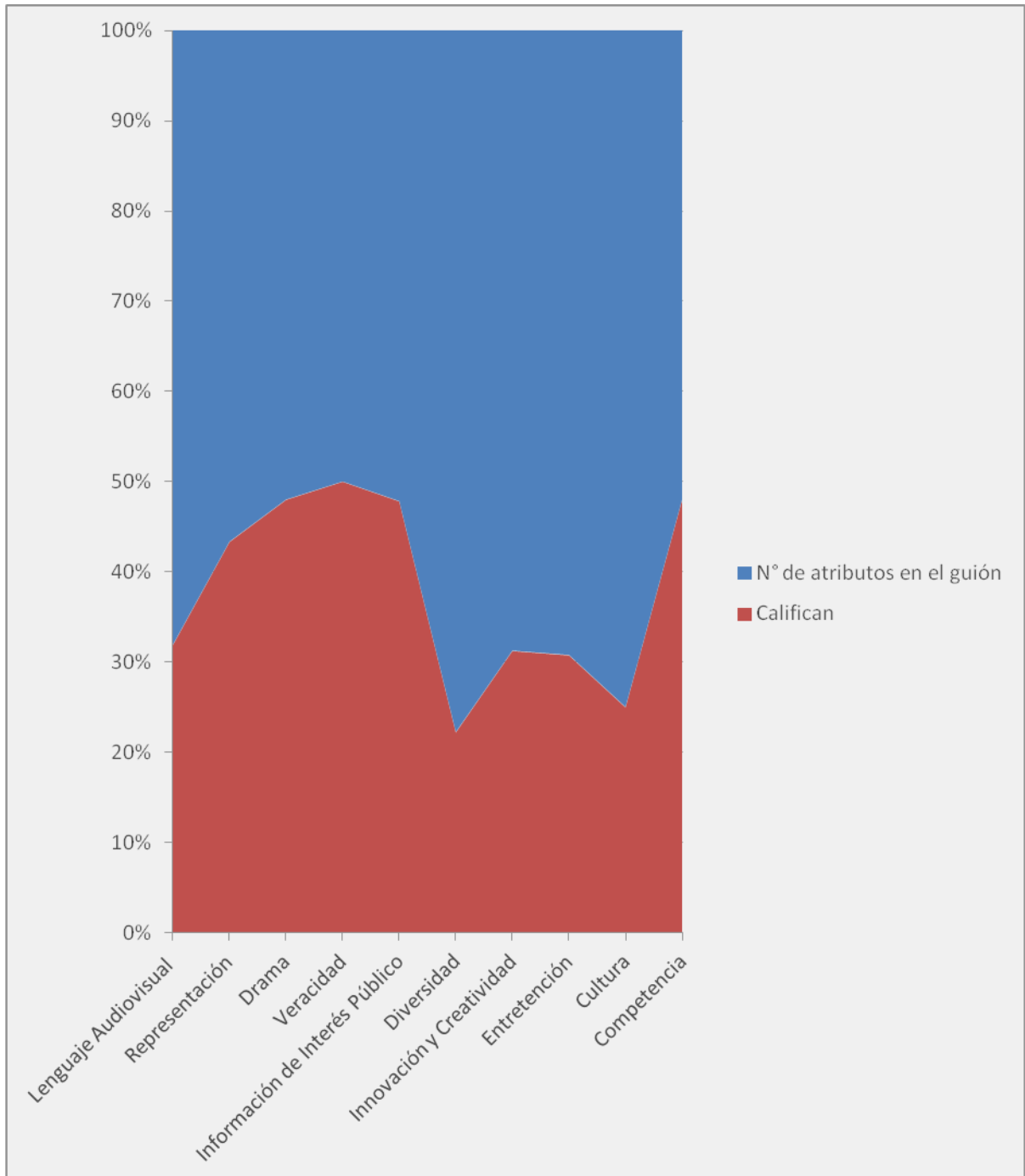
Una vez aplicada la metodología al análisis del programa Chilevisión Noticias, Edición Central del 16 de diciembre de 2010, los resultados se expresan en la siguiente tabla:

Tabla: Porcentajes de calidad del total de atributos presentes

Atributos	N° de atributos en el guión	Califican	Porcentaje Atributos/Total	Porcentaje Califican/Total atributos
Lenguaje Audiovisual	32	15	23,9%	11,2%
Representación	17	13	12,7%	9,7%
Drama	13	12	9,7%	9,0%
Veracidad	10	10	7,5%	7,5%
Información de Interés Público	12	11	9,0%	8,2%
Diversidad	14	4	10,4%	3,0%
Innovación y Creatividad	11	5	8,2%	3,7%
Entretención	9	4	6,7%	3,0%
Cultura	3	1	2,2%	0,7%
Competencia	13	12	9,7%	9,0%
Total del programa	134	87	100%	65%

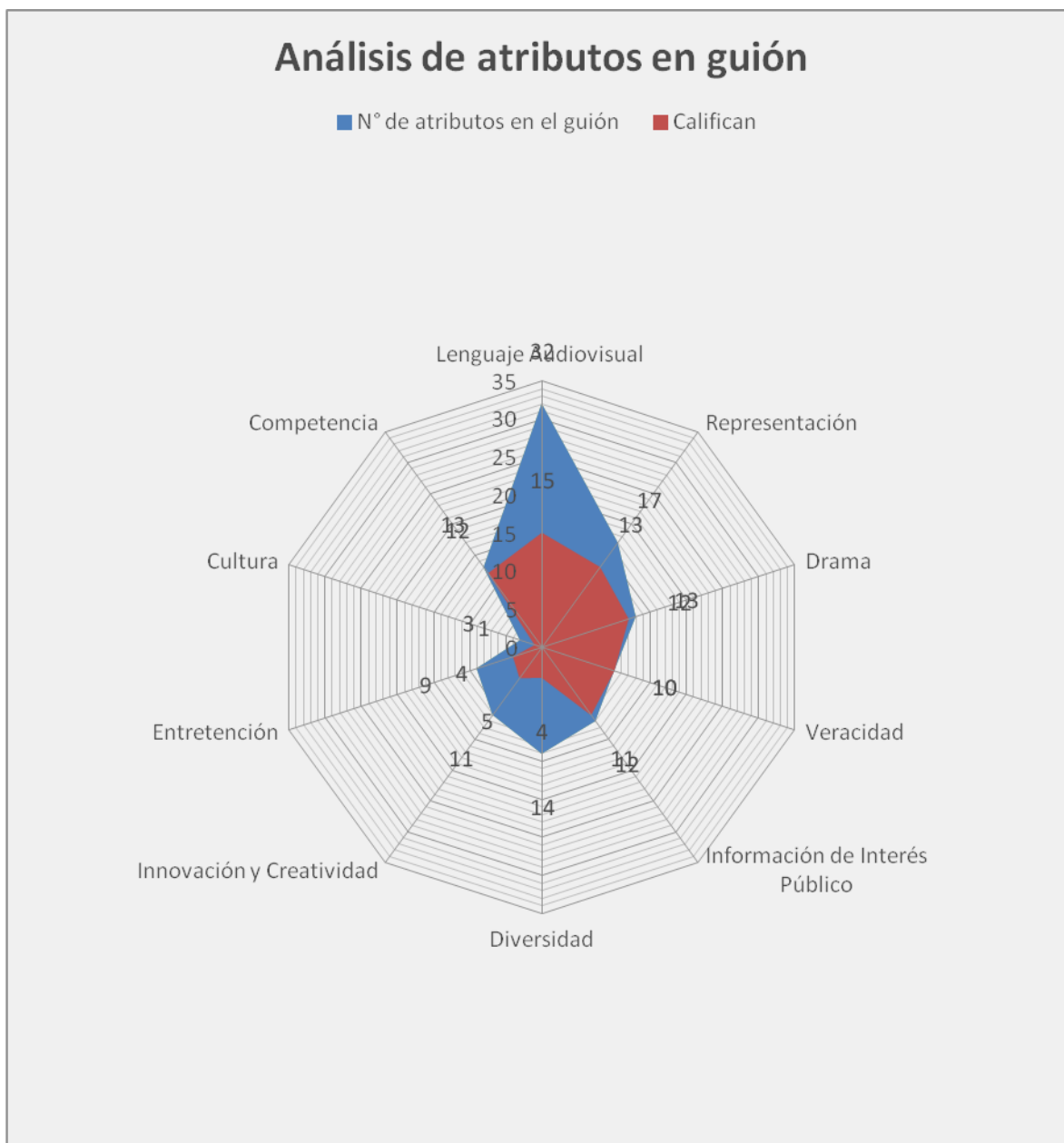
Para interpretar estos datos, se muestran dos gráficos. El primero es un gráfico de área que estandariza los atributos.

Gráfico 1:



El segundo gráfico es un gráfico radial que distribuye visualmente tanto el total de atributos identificados como la calificación de los mismos

Gráfico 2:



10.3.2 Análisis de guión

El análisis de nuestros atributos conseguidos, aplicados al guión en función de la metodología que planteamos, arrojó variadas visiones de los que es calidad.

En este guión destaca un atributo por sobre los demás. 'Veracidad' se hace presente en el espacio de una forma que logra calificar con un 100% de calidad, pero no tiene relevancia en el total de atributos, es decir, si bien lo que existe de 'Veracidad' es bueno, es muy poco para que sea preponderante en el total del programa. De ahí en más, los atributos fueron analizados y arrojaron resultados de forma pareja y uno por sobre otros cuando los estudiamos de forma individual. 'Drama' y 'Competencia', ambos con 13 presencias en el guión, calificaron con un 92,30%. Es importante recalcar este punto, ya que igual que el atributo anterior, sigue existiendo una participación que sólo cumple un rol para complementar la totalidad del programa, pero no para diferenciarse y entender que esto es fundamental para el espacio. No obstante, bajo esta premisa, lo poco que contiene, cumple en un gran porcentaje con calidad.

Misma situación posee el atributo de 'Información de Interés Público'. Con 12 apariciones en el programa, calificó con un 91,66%, pero sigue teniendo el mismo problema de no ser importante y relevante para el programa, producto de su poca presencia.

De todas formas, hasta aquí, se puede deducir que a pesar de ocupar poco de estos atributos que llevamos analizando en el programa –Veracidad, Drama, Competencia e Información de Interés Público-, 'Chilevisión Noticias, Edición Central' los ocupa y aplica de la mejor manera según lo que hemos sacado en limpio con nuestras definiciones de calidad en base a nuestros criterios.

Seguimos analizando los resultados de los programas una vez aplicada nuestra metodología y comenzamos a identificar atributos que mantienen una

presencia precaria y además, con una calificación inferior a la tónica de los atributos anteriores. 'Representación', que contribuye con 17 apariciones en un total de 134 atributos que tiene el guión el general, califica con un 76,47% de calidad, por consiguiente, se deduce que no existe una preocupación de tener más de este criterio en el programa y lo que existe, trata de cumplirlo a cabalidad según nuestro estudio.

Chilevisión Noticias, Edición Central le da importancia considerable a 'Lenguaje Visual', pero de mala manera, el porqué es simple. Este atributo es el que más presencias posee en el guión con 32, pero sólo califica con un 46,87%, menos de la mitad que es lo considerable como óptimo. Es decir, se ocupa mucho este criterio en el programa, se la intentan jugar a través de la imagen, pero lo hacen de mala manera, y eso perjudica a temáticas como programas planos, aburridos y cercanos.

Más adelante, el atributo 'Innovación y Creatividad' y 'Entretención', ambos con un 11 y 9 presencia respectivamente en el guión, de un total de 134, calificaron con 45,45% y un 44,44% según el orden mencionado, en otras palabras, ambas propiedades se preocupan poco de mantener estos criterios durante el programa, y lo que existe, no cumple con lo estipulado para considerar el general como calidad, que sería el 60%o más.

Por último, "Cultura", que sólo tienen 3 presencias en el guión, calificó con un 33,33% y 'Diversidad', que aparece 14 veces en el programa, tiene sólo un 28,57%. Estos dos puntos son importantes de recalcar, porque por una parte, 'Cultura' tiene poca participación en el segmento y eso demuestra el cambio que ha tenido la TV en el país, con respecto a lo que se estipuló en un principio. Esto, sin mencionar que también de lo poco que existe, sólo califica 1/3 de la parte total. En tanto, 'Diversidad', que si bien tiene una participación promedio al resto de los atributos en el total de estos mismos, no atiende las necesidades de una población con necesidades básicas de información durante el noticiero.

10.3.3 Conclusión guión CHV Noticias

Pese a cualquier esfuerzo que pudiesen intentar los realizadores de este informativo por tener en sus noticias algo de “cultura”, el nivel es bajo más cuando se compara con el atributo de “información de interés público”, que no alcanza el 10%.

El atributo de “lenguaje audiovisual” es alto en su calificación, lo que da a entender el esfuerzo por presentar de buena manera diversos contenidos sin importar que los mismos sean interesantes, educativos o incluso representativos.

Según nuestro formato de medición, este noticiero es de calidad ya que sobrepasa el 60% en total, alcanzando un 65.1%. De todas formas, muy lejos de un 75% o un 80% que de manera estimativa, significaría un trabajo considerablemente de calidad.

11. Conclusiones

Culminando el proceso de este trabajo, que nos lleva a evaluar tres programas referidos a la parrilla programática del canal “Chilevisión”, y luego de haber recopilado datos en torno a la televisión, y de cómo ella se realiza, la calidad de la misma en otros países, la propia y en base a entrevistas, y haber redefinido un formato por el cual comprender si hay calidad en el medio aquí tratado, concluimos los siguientes puntos:

En primera instancia, y referente a la calidad en la televisión a nivel general, establecimos que para hablar de un proceso correcto, con o para un resultado positivo, ese producto final se debe analizar en base a sus partes constitutivas y no como una unidad.

Al enfrentarnos al análisis de los programas, no pudimos tomar los casos generales. De ahí la creación de los guiones a fin de cuestionar cada paso que la emisión mostraba. Eso sumado a la lógica de los “atributos” nos reforzó la intención de generar un diálogo entre lo emitido minuto a minuto y los patrones mínimos con los que un producto televisivo debía contar (según las entrevistas realizadas).

Así, sugerimos, que de buscar calidad en un producto se debe establecer un listado de atributos mínimos para llegar a ello, con el objetivo de terminar con un porcentaje o puntuación que otorgue la condición final al resultado de un proceso.

De esa manera se entiende que los juicios a priori no sirven en la medida que uno busque establecer la funcionalidad, la eficacia, el servicio o la calidad de un producto sin antes hacer pasar ese resultado por un colador de patrones con los que se deben cumplir.

Por eso, puede sonar increíble que, de un programa vapuleado por la escasez de contenido y centrado en la entretención como “Yingo”, tenga un nexo

tan directo y fino con su audiencia, sea entretenido y con un nivel audiovisual tan alto, patrones que lo hacen contener porcentajes de calidad. En contraste con lo ocurrido ante el noticiero central de Chilevisión (21 horas y de lunes a viernes), cuyas críticas se centran en su agudizado tratamiento a la crónica roja, la información de interés público se ve altamente aprobada dando cuenta de una demanda muy alejada de los cuestionamientos. De igual forma la representación es altamente calificada al igual que el drama lo que da a entender un patrón de gustos y necesidades que no guardan relación con las trabas previas que se le pueden hacer al programa.

De la misma forma, pensando en el atributo de información de interés público y hablando del programa “La Jueza”, alta es su calificación (más del 93%) considerando que las críticas en su contra recaen en el morbo de los temas tratados.

La discusión entonces, creemos se debe centrar no en algo general, si no en particularidades, en la composición de un programa televisivo. En la época actual, donde la imagen y su definición ante el ojo de todos, van de la mano con las nuevas características digitales, posiblemente se pueda poner énfasis en contenidos, mensajes, cercanía y otros, pero aun así no se podrá descuidar el tratamiento de, por ejemplo, las cámaras y sus tomas.

En esa línea, el análisis que se pueda hacer del área audiovisual, de aquí en más con el marco de la “televisión digital”, deberá ser más exigente pero también acucioso. Con mayor razón los patrones de estudio respecto a un producto, presentados en este trabajo, nos entregan una mirada más global, más fina y preocupada sobre la calidad. La misma, que es relativa, de ahí que postulemos que éste método es una forma más, pero amplia, de evaluar productos.

Entendiendo esto, hay que aclarar que la calidad analizada de ésta manera, no es una consecuencia del conformismo. Se puede evidenciar que si bien la calidad está presente, pero de manera relativa, hay aspectos que definitivamente

no están presentes lo que da cuenta de una inequidad en el desarrollo y resultado de una producción y a partir de ello, se pueden establecer críticas más veraces.

De igual forma, la televisión trabaja en base a la competencia, ubicada en un contexto de mercado. Incluso el canal estatal, TVN, se autofinancia. Bajo esa lógica uno podría argumentar que los contenidos emitidos deben ser altamente demandados, para que los productos comerciales que acompañen una emisión sean por añadidura vistos por la mayor cantidad de personas posibles y así el dinero que entre a una estación televisiva sean lo suficientemente rentable para solventar la máquina de entretenimiento. Porque sí, también es entretenimiento, en un aspecto por algunos compartidos, pero número suficiente para el bienestar financiero de los canales.

¿Debemos nosotros, entonces, conformarnos con ello? Debate ajeno a esta tesis. Lo concreto, es que en la medida que el análisis sea más profundo y dedicado, se podrá establecer, no sólo una calidad relativa, si no las falencias de un producto, para este caso, tres programas de televisión. Eso nos conduce a una transparencia en su realización que perfectamente, puede servir como documento que sustente críticas fundamentadas, pero por sobre todo, que colaboren a un mejor desarrollo de la televisión y sus programas.

12. Bibliografía

12.1 Libros y textos:

- Bardin, Laurence

“Análisis de contenido”, editorial Akal, pp. 5- 22

- MONTENEGRO CORONA, Sebastián; POLIDURA BRUN, José Ignacio

2010 *“Anuario de oferta y consumo en la TV abierta 2010”*, Consejo Nacional de Televisión, pp. 9

- AZÓCAR AVENDAÑO, Alonso

“Medios de comunicación y democracia en la sociedad neoliberal chilena de inicios del siglo XXI”. Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. pp.7-8

- CNTV, Consejo Nacional de Televisión.

2011 *“Séptima encuesta nacional del CNTV de la televisión 2011”*, Consejo Nacional de la Televisión, Departamento de Estudios, pp. 15-17

- PUJADAS CAPDEVILLA, Eva

“Televisión de calidad y pragmatismo”, Quaderns del CAC, pp. 4-9

- CHILECALIDAD, Centro Nacional de Productividad y Calidad

“Criterios de excelencia y guía para la elaboración del informe de autoevaluación”, Chile Calidad, pp. 5

12.2 Revistas:

- BARBERO, Jesús Martín; REY, Germán; RINCÓN Omar.

2000 “*Televisión pública, cultural, de calidad*”, Revista Gaceta, nº 47.
Bogotá, pp. 50-61

- WALDER, Paul.

20 de agosto, 2010 “*Grupo Luksic controla Canal 13: La TV como mercado*”, Centro de Estudios Miguel Enríquez, Publicado en revista “Punto Final”,
Nº 716, pp. 1-4

12.3 Sitio Web (Prensa, artículos de revistas, textos):

- LA CRUJIA, Revista

“¿Es posible medir la calidad de la televisión?”, sección Artículos. Extraído el 14 de mayo. <http://lacrujiarevista.com.ar/index.php/articulos/1-latest-news/28.html>

- UTRERAS, Mirla,

“Sociología de las Comunicaciones”, Escuela de Sociología de la Universidad de Valparaíso. Extraído el 14 de julio 2011.
<http://sociologiadelascomunicaciones.bligoo.com/content/view/632026/Relacion-entre-television-y-la-politica-a-proposito-del-debate-presidencial.html>

- ACUÑA, Fernando,

“Los primeros 50 años de la Televisión Chilena”, 2007. Extraído el 14 de noviembre 2011. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-71942009000100007&script=sci_arttext&tlng=en

- ITAM,

“La televisión y política”, 1988. Extraído el 24 de junio 2011. http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras12/trad1/sec_8.html

- PALACIOS, Juan Pablo.

“Trabajadores de Farmacias Ahumada en huelga legal por salarios de 35 mil peso”. Extraído el Jueves 7 de octubre 2010. <http://radio.uchile.cl/noticias/85710/>

- COOPERATIVA, Radio

“Sindicato de Farmacias Ahumada: La huelga está vetada en TV por la publicidad”. Extraído el lunes 25 de agosto 2010, http://www.cooperativa.cl/sindicato-de-farmacias-ahumada--la-huelga-esta-vetada-en-tv-por-la-publicidad/prontus_notas/2010-10-25/123439.html

- CAMBIO 21, Página web

“Ex Presidente Ricardo Lagos acusa "campaña del silencio" en huelga de trabajadores de Farmacias Ahumada. Pidió mayor preocupación por damnificados por el terremoto”. Extraído el lunes 25 de octubre del 2010, <http://www.cambio21.cl/cambio21/site/artic/20101025/pags/20101025123903.html>

- INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN, Universidad de Chile,

“Normas de TV Digital Terrestre y sus contextos: Cuatro miradas sobre la televisión actual y la del futuro” 2008. Extraído el 2 de noviembre 2011.

http://www.icei.uchile.cl/?_nfpb=true&_pageLabel=notICEI&url=46901

- NOTICIA DE LA INDUSTRIA,

“Observatorio de Medios Fucatel Entrega su Postura al Congreso”. Extraído el 4 de diciembre 2011. <http://www.onoff.cl/revistapub-det.php?idpub=711>

- FUCATEL, Observatorio de Medios

“Colegio de Periodistas se pronuncia sobre TV digital”, 2009. Extraído el 2 de noviembre 2011. <http://www.observatoriofucatel.cl/nuevo-congreso-del-colegio-de-periodistas/>

- GOBIERNO DE CHILE, Subsecretaria de Telecomunicaciones

Diciembre 2010 “TV Digital en Chile: Estado Actual y nuevas Oportunidades”. Extraído el 3 de noviembre 2011.

http://www.subtel.gob.cl/seminario_apagon/descargas/ppt_chile.pdf

- CNTV, Consejo Nacional de Televisión.

“Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión”. Extraído el 22 de febrero 2011.

http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110217/pags/20110217152006.html

- FUENZALIDA, Valerio

“Calidad en la TV chilena”. Extraído el 12 de diciembre 2010.

http://www.blogsuc.cl/2006/04/10/calidad_en_la_tv_chilena/

- SANDOVAL ESCOBAR, Marithza

“Los efectos de la televisión sobre el comportamientos de las audiencias jóvenes desde las perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales”. Extraído el 8 de noviembre del 2011.

http://www.konradlorenz.edu.co/images/investigaciones/psicologia/efectos_medios_decomunicacion.pdf