

**UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO**

**Carrera de Periodismo**

**MOTIVACIONES Y PERCEPCIONES DE ADOLESCENTES  
SOBRE TELENÓVELAS CHILENAS:  
ESTUDIO DE CASO DE UN LICEO DE SANTIAGO**

**Profesor Guía : José Luis Olivari**  
**Alumnas : Catherine Bustos J**  
**Rocío Sáinz L**

**Tesis para optar al grado de : Licenciado en Comunicación Social**  
**Tesis para optar al título de : Periodista**

**Santiago.**

**2000**

*Primero que todo quiero  
agradecer a Dios, por haberme  
permitido llegar hasta acá.  
Gracias por su fuerza y fe que  
me sostuvieron todo este tiempo.  
Gracias por sostenerme en los  
momentos más difíciles.  
Simplemente Gracias por todo.*

*A mis padres:*

*Gracias por todo lo que me han dado  
durante todo este tiempo. Gracias por la  
paciencia, la confianza y el esfuerzo.*

*Gracias por el cariño y el apoyo  
incondicional que me han brindado  
durante todo este tiempo.*

*Gracias por haber confiado en mi  
gracias por ser mis papás.*

*Gracias por todo. Los quiero mucho.  
¡Por fin!...*

*A mi pololo:*

*Jaime: Gracias por todos los  
momentos lindos que hemos  
pasado juntos, gracias por tu  
apoyo y tus piojerías, gracias por  
ayudarme a levantarme cada vez  
que sentí que caía. Gracias por  
estar conmigo y por enseñarme a  
vivir esta nueva vida.*

*Cathy*

*Gracias a todas aquellas personas que me acompañaron, apoyaron y confiaron en mí durante esta etapa, y que contribuyeron de forma directa o indirecta al desarrollo de este trabajo.*

*Dedico este trabajo a mis padres por apoyarme y confiar en mí, gracias por estar siempre a mi lado y por sus consejos. Gracias por enseñarme y demostrarme que con responsabilidad y esfuerzo todo se puede lograr; sin ustedes realizar este trabajo hubiera sido imposible.*

*Agradezco a Carlos, mi futuro marido, por estar siempre junto a mí en los momentos más difíciles, por su amor, paciencia, alegría, entrega y apoyo. Gracias por ser parte de mi vida, por ayudarme a desarrollar este trabajo y por la nueva etapa que comenzaremos juntos.*

*Rocío*

## INDICE

|                                                                           |            |
|---------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>INTRODUCCION</b>                                                       | <b>7</b>   |
| <b>OBJETIVOS</b>                                                          | <b>11</b>  |
| <b>PRIMERA PARTE</b>                                                      |            |
| <b>TELEVISION, TELENÓVELAS Y CONSUMO</b>                                  | <b>12</b>  |
| <b>Capítulo I “La Televisión y su desarrollo Histórico”</b>               | <b>13</b>  |
| 1.1 Reseña Histórica de la Televisión                                     | 14         |
| 1.2 La Televisión en Chile                                                | 17         |
| 1.3 La Televisión de los '90                                              | 23         |
| 1.4 Tendencias Actuales: Identidad y Consumo Televisivo                   | 46         |
| <b>Capítulo II “La Telenovela y su Auge”</b>                              | <b>59</b>  |
| 2.1 La Industria de la Telenovela en Latinoamérica                        | 60         |
| 2.2 La Producción de Telenovelas en Chile                                 | 69         |
| <b>Capítulo III “Los Jóvenes y el Consumo Televisivo”</b>                 | <b>83</b>  |
| 3.1 Motivaciones y Percepciones: Construcción de Identidad en los Jóvenes | 84         |
| <b>Capítulo IV “La Recepción Televisiva”</b>                              | <b>94</b>  |
| 4.1 Receptor Activo y Crítico Juvenil ante la Pantalla                    | 95         |
| <b>SEGUNDA PARTE</b>                                                      |            |
| <b>LOS ADOLESCENTES DEL LICEO DARIO E. SALAS:</b>                         |            |
| <b>ANÁLISIS DE CONSUMO DE TELENÓVELAS CHILENAS</b>                        | <b>101</b> |
| <b>Capítulo I “Descripción del Diseño y Método de Investigación”</b>      | <b>102</b> |
| 1.1 Tipo de Investigación                                                 | 103        |
| 1.2 Tipo de Enfoque                                                       | 104        |
| 1.3 Universo                                                              | 105        |
| 1.4 Muestra                                                               | 106        |
| 1.5 Características de la Muestra                                         | 110        |
| 1.6 Técnicas e Instrumentos                                               | 111        |
| 1.7 Operacionalización de la Variables                                    | 112        |
| 1.8 Hipótesis                                                             | 114        |
| 1.9 Definición de los Conceptos o Variables                               | 115        |
| 1.10 Unidades de Observación                                              | 117        |
| 1.11 Bitácora                                                             | 118        |

|         |                                                      |            |
|---------|------------------------------------------------------|------------|
| 2       | Análisis de Datos                                    | 120        |
| 2.1     | Nivel de Consumo                                     | 123        |
| 2.2     | Razones para ver Televisión                          | 126        |
| 2.3     | Preferencias de Programación                         | 129        |
| 2.4     | Consumo de Telenovelas                               | 133        |
| 2.5     | Telenovelas mas Recordadas                           | 142        |
| 2.6     | Elección de Telenovelas                              | 145        |
| 2.7     | Demandas a las Telenovelas Chilenas                  | 147        |
| 2.8     | Personajes Favoritos de Telenovelas                  | 148        |
| 2.9     | Identificación                                       | 150        |
|         | <b>Conclusiones</b>                                  | <b>152</b> |
|         | <b>Bibliografía Citada</b>                           | <b>158</b> |
|         | <b>Bibliografía Consultada</b>                       | <b>162</b> |
|         | <b>ANEXOS</b>                                        | <b>163</b> |
| Anexo 1 | Encuesta Liceo Darío Enrique Salas                   | 164        |
| Anexo 2 | Pauta Discusión Grupal                               | 167        |
| Anexo 3 | Transcripción Primer Grupo                           | 168        |
|         | Transcripción Segundo Grupo                          | 180        |
| Anexo 4 | Fotos Telenovelas más Recordadas por los Encuestados | 182        |

## INTRODUCCION

Los medios de comunicación, en especial la televisión desempeñan un papel importante en la vida de las personas, ya que influyen en sus pensamientos, valores y actitudes.

Pero por sobre todo la televisión es un medio que se ha transformado en un elemento necesario, esto queda demostrado en estudios que indican que gran parte del tiempo de las personas, en especial los niños, es ocupado en mirar televisión.

Según un estudio del Consejo Nacional de Televisión<sup>1</sup>, los adolescentes de primero medio, ven en promedio 154 minutos de televisión al día.

Por otra parte, la televisión chilena se ha transformado en una gran industria, ofreciendo diversos programas tanto nacionales como extranjeros, entre ellos las telenovelas chilenas.

---

<sup>1</sup> Consejo Nacional de Televisión (CNTV), Televisión y Niños: Percepciones desde la Audiencia Infantil, Santiago de Chile, 1999

Uno de los géneros de mayor popularidad dentro de este medio son las telenovelas, que se han introducido con mucha fuerza en Chile pasando a formar parte de nuestra cultura, siendo tema de conversación tanto de hombres como de mujeres, adultos y jóvenes.

Las telenovelas chilenas se han convertido en un género de gran éxito entre el público de todas las edades, quienes cada día al llegar a sus casas encienden el televisor para ver un nuevo capítulo de éstas y seguir una historia que ha pasado ha formar parte de sus vidas con la que muchas veces se sentirán identificados, con la que sufrirán, reirán, disfrutarán y comentarán.

Cada semestre los canales de televisión, productores de telenovelas se encargan de montar distintos shows y programas especiales dedicados a las nuevas producciones, lo que se realiza a lo largo del país con el objetivo de captar la mayor cantidad de público posible.

Es tan fuerte la publicidad que hay en torno a una telenovela que los jóvenes, grandes consumidores de éstas, no sólo siguen la historia, sino, además, se identifican tanto con los personajes, que llegan incluso a vestirse y a hablar como ellos, transformándose esto en una moda.

Según el estudio del Consejo Nacional de Televisión,<sup>2</sup> mencionado anteriormente, son los jóvenes de educación municipalizada quienes presentan el mayor consumo de televisión, es por esta razón que se escogió el Liceo Darío E. Salas para realizar un estudio acerca del consumo televisivo y específicamente sobre telenovelas chilenas.

Si bien este estudio está basado en un sólo colegio, intenta mostrar las motivaciones y percepciones de los jóvenes de educación municipalizada respecto a las telenovelas chilenas y aportar nuevos datos sobre este tema para futuros estudios periodísticos.

Por todos los datos expuestos anteriormente sobre la televisión y las horas que los jóvenes dedican al consumo de este medio y por ser las telenovelas chilenas uno de los géneros de mayor popularidad, es que consideramos que se hace necesario descubrir cuáles son las causas que llevan a los jóvenes a ver las telenovelas, qué es lo que perciben de ellas, de qué formas afectan sus vida, y en especial cómo reciben el mensaje.

---

<sup>2</sup> id



Esta tesis nace luego de una serie de conversaciones iniciadas en julio de 1999, si bien en un comienzo parecía algo fácil y sin complicaciones, nos fuimos dando cuenta de lo serio y complejo que involucraba el tema de la investigación.

Una de las motivaciones principales, que nos llevó a escoger el tema fue el hecho de haber crecido y vivido con la televisión y haber visto muchos de los cambios que ésta ha tenido, en especial los cambios ocurridos en materia de programación, más específicamente en las telenovelas, género con el que hemos crecido y que ha llegado a formar parte importante dentro de nuestro propio consumo de televisión.

El mismo hecho de que muchas palabras y modas nacen a partir de las telenovelas, nos incentivaron a investigar más este género y las percepciones de la gente, en especial de los jóvenes con respecto a este tema, y nos llevó a descubrir que este fenómeno no solamente ocurre en Chile como pensábamos, sino en gran parte de América Latina y el mundo.

## **Objetivos**

Los objetivos que guían la investigación son:

### Generales

1. - Descubrir cuales son las motivaciones de los adolescentes a partir de las telenovelas chilenas.
2. - Descubrir cuales son los rasgos culturales percibidos en los adolescentes en ciertas telenovelas.

### Específicos

1. - Descubrir el proceso de identificación de los adolescentes con la realidad que las telenovelas muestran.
2. - Descubrir si los adolescentes toman como modelos los temas y situaciones que se presentan a través de las telenovelas.
3. - Descubrir los modos culturales adoptados de las telenovelas, vocabulario, vestimenta y comportamientos.

**PRIMERA PARTE**  
**TELEVISION, TELENÓVELAS Y CONSUMO**

## **Capítulo I**

### **“La televisión y su Desarrollo Histórico”**

## 1.1 RESEÑA HISTORICA DE LA TELEVISION

*"La televisión significa el mundo en su casa y en la casa de toda la gente del mundo. Es el mayor medio de comunicación jamás desarrollado por la mente del hombre..."*<sup>3</sup>

La llegada de la televisión produjo diversos cambios en la cultura, economía y política, transformando la vida de las personas hasta el día de hoy; siendo que en sus inicios sólo fue considerado como un invento más, al igual que el teléfono y el telégrafo, hoy es uno de los principales medios de información y entretenimiento en el mundo.

"La televisión nace como resultado de una investigación científica, que se presenta técnicamente como medio de transmisión casi instantáneo, con una sucesión de 25 imágenes por segundo que forman un movimiento regular. Una cámara, un sistema de barrido, un generador de señales de sincronización, un emisor y un receptor forman la estructura de un soporte de transmisión televisiva".<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Hutchinson, T, Aquí está la Televisión. Su ventana al mundo en La Televisión los efectos del bien y del mal, Vilches, Lorenzo, Editorial Paidós Comunicaciones, Madrid, 1993

<sup>4</sup>Olivari, J. Luis, Bonadies, MF, Parga, P, Currículum y Televisión, Mineduc – Ceneca, Santiago de Chile, 1996

Así las primeras emisiones públicas de televisión se realizaron a través de las cadenas BBC de Londres, CBS y NBC de Estados Unidos entre los años 1927 y 1930 de forma experimental, pero no fue sino en 1948 - casi dos décadas más tarde - que en Moscú se inician las transmisiones regulares de televisión en blanco y negro, lo que cambia en la década del '50 en Estados Unidos con la llegada del color.

En América Latina la llegada de la televisión se produjo poco tiempo después; ya en 1965 había 8 millones de televisores aumentando en 1983 a 45 millones. Según cifras de la UNESCO "Los televisores han aumentado en la región más que el crecimiento de la población: en 1965 había 32 televisores por mil habitantes; en 1985 son 138 aparatos por mil habitantes", lo que indica que existe un receptor de televisión por cada 7 latinoamericanos.

Actualmente en Latinoamérica hay más de 300 canales de televisión y una audiencia de más de doscientos millones de personas.

En 1965 se creó en Brasil red O' Globo, la cuarta estación televisiva más grande del mundo y en 1973 se fundó la empresa de televisión más importante de habla hispana: Televisa, una de las empresas más grandes a escala mundial. Esta cadena de televisión logra sus transmisiones de alcance mundial a partir de 1984 con la utilización del satélite Panamsat; la utilización de este satélite permite que la señal en español cubra los cinco continentes.

El poder de este medio ha tenido la capacidad de alterar nuestras formas de vida acercándonos a un mundo globalizado, mostrándonos las diferentes culturas y realidades, permitiéndonos ser espectadores directos de todos los grandes acontecimientos.

La televisión unió al mundo el año 1969 con la llegada del hombre a la luna; con la primera transmisión del mundial de fútbol en Inglaterra (vía satélite) el año 1966; impactó al mundo entero con las imágenes del atentado a J. F. Kennedy el año 1963; con la guerra del Golfo el año 1991 y sigue impactándonos día a día con las noticias del mundo entero.

## 1.2 LA TELEVISION EN CHILE

Chile fue uno de los últimos países en Latinoamérica en introducir la televisión. La formación del sistema televisivo comienza en nuestro país el año 1959 pero empieza a masificarse con el mundial de fútbol en 1962 y a partir de ese momento se introduce a la sociedad chilena al igual que en el resto del mundo, transformándose en el medio de información y entretenimiento más importante del siglo XX.

En un comienzo - 1959-1964 - la televisión en Chile parte en forma experimental con la Pontificia Universidad Católica, Universidad de Chile y Universidad Católica de Valparaíso. La televisión en chilena nace luego de una serie de investigaciones realizadas por los departamentos de ingeniería de estas entidades quienes fabricaron los primeros equipos y transmisores.

El 21 de agosto de 1959 la Universidad Católica de Valparaíso inicia sus transmisiones oficiales públicas y periódicas de televisión en circuito abierto, utilizando la frecuencia 8. Lo mismo hace el 22 de agosto la Universidad Católica de Chile en Santiago, usando la frecuencia 2. Al año siguiente lo hace el canal 9 de la Universidad de Chile inaugurado oficialmente el 4 de noviembre de 1960, teniendo un alcance de 30 kilómetros.



Hasta ese entonces no existían escuelas ni gente capacitada en el ramo de la televisión, por lo que la gran mayoría de las personas que llevaron a cabo esta iniciativa fueron principalmente periodistas.

“Entre 1959 y 1962 la televisión es aún experimental, con escasa proyección pública. Transmite en horario reducido, posee una programación tentativa y frecuentemente improvisada, aunque respondiendo genéricamente al concepto de ‘cultural’, y no transmite publicidad acatando lo dispuesto por la ley, pero la dinámica del medio la llevará prontamente a quebrar las reglas del juego, al introducir publicidad como mecanismo de financiamiento. Ello ocurre después de su expansión, como resultado del mundial de fútbol”.<sup>5</sup>

Fue este evento (mundial de 1962), lo que impulsó a los canales de televisión existentes en ese entonces a perfeccionar sus equipos y su personal con el fin de transmitir en directo los partidos de Santiago y Valparaíso. Desde ese momento la televisión en Chile deja de ser experimental para transformarse en una televisión profesional, comercial y competitiva.

---

<sup>5</sup> Hurtado, M de la Luz, Historia de la Televisión en Chile 1958 – 1973, Documentas/Ceneca, Santiago de Chile, 1998

Todos estos cambios quedan demostrados con las cifras que indican que a fines de 1962 ya existían 20 mil receptores (4 veces más que en 1959). La producción de televisores en Chile comienza crecer aumentando casi el doble hacia 1964. En 1963 la producción era de 7 mil receptores, aumentando a 12 mil un año después.

En 1968 la televisión chilena se conectó por primera vez a la red mundial de satélites INTERSAT a través de la estación de Longovilo y en 1970 ya contaba con 374 mil receptores.

Televisión Nacional de Chile fue el primer canal de televisión en tener red nacional en diciembre 1968 y el primero también en producir programas a color en febrero de 1978.

En 1970 se dicta la primera ley de televisión impulsada por el Senador Juan Hamilton en el Congreso Nacional. La ley n° 17.377 afirma que junto con reservar la televisión al Estado y a las universidades chilenas debe ser generadora de información, entretenimiento y cultura y preservar los valores nacionales y la integración de todos los chilenos.

En la década del '80 el Gobierno Militar modifica esta ley autorizando los canales privados de televisión por cable y a fines de 1989 autoriza el establecimiento de canales privados de televisión abierta.

Durante la década de los 80 la televisión chilena no tuvo un gran desarrollo ni sufrió grandes cambios, tal vez por la situación política que se vivía en el país los canales existentes no realizaron grandes producciones y la programación se caracterizaba por películas extranjeras, programas estelares y de conversación.

Dentro de los programas más destacados se encontraba el "Festival de la Una", "Martes 13" que realizaba principalmente shows musicales, y "Una Vez Más", programa de conversación , además del "Festival de Viña del Mar" transmitido por TVN que durante esta época tuvo una gran importancia. En el área de las telenovelas chilenas, éstas no sufrieron grandes modificaciones y existía un gran número de producciones dramáticas extranjeras.

El Festival de Viña del Mar era hasta ese entonces el evento televisivo más esperado del año, debido en gran parte a que ésta era la única alternativa de ver en vivo a los artistas extranjeros más destacados del momento ya que hasta ese minuto no eran permitidas las concentraciones masivas de público para evitar manifestaciones políticas.

A partir del plebiscito de 1988 se abren nuevos espacios para la cultura y el espectáculo en nuestro país, los recitales masivos se hacen frecuentes siendo el primero el del cantante británico Rod Stewart, el 7 de marzo de 1989, esto hará que el festival comience a perder protagonismo ya que se harán habituales las presentaciones y recitales en Chile.

Sólo desde 1988 se comienzan a experimentar cambios en la televisión, debido a la situación política que se produce en Chile – plebiscito del Si y el No -, los canales comienzan a realizar debates políticos donde en especial las personalidades contrarias al régimen militar logran obtener un espacio en este medio para expresar su oposición al gobierno.

La transmisión de la franja del Si y el No abre nuevos espacios y produce diversos cambios en la televisión, en especial en los departamentos de prensa donde éstos pueden comenzar a realizar programas de debate político, de investigación y obtener mayor libertad para entregar distintas informaciones.

A fines de los años 80 la televisión comenzará a sufrir cambios, se irá desarrollando y perfeccionando tanto en su programación como en sus producciones, se empiezan a realizar mayores creaciones nacionales, como programas políticos y de conversación donde al igual que en las telenovelas nacionales se tratarán distintos temas de interés público. La televisión de los 90 comienza con nuevos proyectos y mayor competencia debido a la llegada de canales privados.

### 1.3 LA TELEVISIÓN DE LOS '90

A partir de la Constitución de 1980 - la cual permite que la televisión puede estar en manos de particulares - nacen distintas estaciones de libre recepción como MEGAVISIÓN S.A. que desde 1990 ocupa la frecuencia 9; en 1991 nace en la frecuencia 4 LA RED; en 1995 la frecuencia 2 es ocupada por ROCK & POP TELEVISION perteneciente a la red de radio difusión Cooperativa.

En 1995 surge el primer canal en ocupar la banda UHF en la frecuencia 22; GRAN SANTIAGO TELEVISIÓN; en 1997 ocupa la frecuencia 50 el canal evangélico ENLACE TBN y finalmente en 1999 nace el primer canal privado universitario de televisión TV – UNIACC ubicado en la frecuencia 34.

De los canales anteriormente mencionados, cabe señalar que Rock & Pop Televisión, nace en 1995 como una extensión de la radio del mismo nombre debido al éxito que esta alcanzaba en ese momento.. El canal dirigido a un público joven y alternativo no logró nunca obtener los resultados esperados, lo que el primero de diciembre de 1999 lo llevó a desaparecer bruscamente.

Este canal si bien no consiguió éxito sirvió como una especie de semillero para un grupo de profesionales jóvenes que luego emigró a diferentes canales como es el caso de Consuelo Saavedra, periodista que actualmente conduce el informativo de las 18 horas de Televisión Nacional de Chile al igual que la periodista Margarita Hantke conductora de “Medianoche” en la misma estación; Maritxu Sangroniz conductora de Megavisión; Cote Correa, actualmente reportero en el programa “De Pé a Pá” de TVN y Marcelo Comparini que se encuentra en Canal 13.

Montserrat Alvarez, condujo uno de los programas con más éxito de este canal “Caleta de Pecadores”, programa que rompió con muchos temas tabúes de nuestra sociedad como por ejemplo la represión sexual en Chile, el uso de preservativos, la homosexualidad masculina y femenina. Tras el cierre del canal la conductora expresó: “Este país está culturalmente empobrecido y cualquier cosa que sea un poquito diferente se abandona por ser poco práctico en términos económicos”.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Franklin, Jonathan, Adiós a Canal 2, en Television Latin America, enero 2000, Edición número 9

## **Plaza Italia**

Uno o tal vez el único programa de Rock & Pop que logró éxitos y sintonía fue “Plaza Italia” conducido por Marcelo Comparini y Marcos Silva. Esta dupla de conductores logró dar al programa un estilo que gustó al público, ya que a través de su humor irónico y diversas críticas que iban dirigidas tanto a políticos como al común de los chilenos logró llegar a todo tipo de público y estar siempre dentro de los programas preferidos por la gente.

Dentro de las secciones más comentadas de este programa destacaron: “Los Igualitos” cuya idea era comparar fotos de diversas personalidades del país con fotos incluso de dibujos animados, lo destacable de este segmento es que el objetivo de encontrar a “Los Igualitos” siempre funcionó y con el tiempo el público comenzó a enviar al canal sus propuestas y sus igualitos.

Otra de las secciones esperadas por la gente fue la llamada “Carrera del Poder”, donde en una pista de carreras eran caracterizados los candidatos a la Presidencia de 1999, para saber quien después de distintas pruebas, avances y retrocesos lograba llegar a la Moneda. La sección tuvo el éxito esperado y más, ya que los mismos candidatos participaban y reconocían con humor la “Carrera del Poder”.



Uno de los momentos más difíciles de este programa fue el inesperado cierre y corte de transmisiones del canal, con lo que los conductores no lograron despedirse ni anunciar el término del programa, lo que provocó más que molestia, angustia tanto en el público como en los conductores, quienes finalmente se despidieron de sus seguidores en uno de los capítulos de “Viva el Lunes” de Canal 13.

Además de los canales de televisión abierta, existen en todo el país tres compañías de televisión por cable con más de 60 canales internacionales, dichas empresas han entrado en los hogares de millones de chilenos abonados a este sistema lo que la convierte en una fuerte competencia y amenaza para la televisión abierta.

Una amenaza para aquellos canales que llevan años intentando sobrevivir, como por ejemplo: canal 4 La Red y canal 11 Chilevisión, quienes han pasado una y otra vez a manos de distintos inversionistas nacionales y extranjeros o intentan sobrevivir con programación envasada, lo que les significa bajos costos.

## **Chilevisión**

Este canal ha intentado de diversas formas alcanzar sintonía y ocupar un lugar importante dentro de la televisión chilena, sin embargo, no ha logrado obtener buenos resultados. A pesar de esto, Chilevisión cuenta con un grupo de seguidores estables como en el caso de muchos de los programas conducidos por la periodista Taty Penna, que causan polémica debido a sus contenidos que por lo general son ocultados por la mayoría de los chilenos. Temas como: La Homosexualidad, el Lesbianismo, el Aborto, la Infidelidad o la Impotencia Sexual, son tratados, analizados y discutidos abiertamente junto a diversas personalidades del país, entre los que cuentan, políticos, gente de la cultura y el espectáculo, etc.

Otra estrategia ocupada por este canal es la transmisión en horario nocturno de películas con un alto contenido erótico y sexual, películas que a pesar de no contener tramas interesantes resultan atractivas para cierto tipo de público que gusta de esta programación. Cabe señalar que es el único canal de televisión abierta que transmite este tipo de películas, lo que le permite alcanzar puntos importantes a la hora de medir el rating.

## **La Red Televisión**

Este canal puede ser considerado como el canal con menos sintonía dentro de la televisión abierta en nuestro país, si bien en sus comienzos contaba con un público considerable fue perdiendo sintonía debido a sus diversas crisis que afectaron de manera notable sus producciones. En un principio contaba con populares conductores y programas, como el caso de "Cóctel" conducido por Kike Morandé y Marcela Vacarezza; "Aló Eli", conducido por la animadora del mismo nombre y "Revolviéndola" con Rafael Araneda.

Cada uno de estos programas fue llevado por otros canales al igual que sus conductores; siendo el primero en emigrar Kike Morandé, desapareciendo "Cóctel" luego le siguió Eli de Caso con "Aló Eli", que se trasladó a Megavisión, pasando a llamarse "Buenas tardes Eli" y finalmente Rafael Araneda emigró a TVN. Todas estas ausencias llevaron a pérdidas y bajas considerables de sintonía para el canal.

Hoy en día La Red transmite diversos programas tanto envasados como producidos en el mismo canal, sin embargo, se destaca por la baja calidad de éstos y poca sintonía.

“El Matinal de la Tarde” como se ha denominado a una de las producciones de La red “Casi en serio” conducido por Leo Caprile, es uno de los programas que se mantiene en el canal gracias a su animador, con muy pocos auspiciadores debido a su baja calidad es un programa de conversación liviana y de corte humorístico con invitados del quehacer nacional, si bien no logra récord de sintonía se mantiene diariamente siendo transmitido en dos franjas.

“EL Sótano”, es sin duda el programa que alcanza mayor sintonía en el canal. Este programa conducido por “Chichón” y Macarena Ramis se caracteriza por sus juegos sensuales y eróticos, lo que incluso lo ha llevado a ser censurado por el Consejo Nacional de Televisión.

## **Megavisión**

Megavisión se ha destacado siempre por sus programas periodísticos de corte sensacionalista; programas como “Aquí en Vivo” y “Cara y Sello”, donde se muestra la realidad de nuestro país de forma cruda y directa han marcado a este canal, que durante una década se ha mantenido estable dentro de la televisión chilena.

Aquí en Vivo"; es uno de los programas más destacados de este canal, temas como la drogadicción, la gente de la calle y en general problemas sociales son tratados periodísticamente con un estilo directo y visualmente impactante, lo que lo ha llevado a mantenerse siempre dentro de los preferidos por el público en nuestro país.

## **Rating v/s Calidad**

Debido a la gran competencia que se ha generado en esta última década es que los canales dan mayor importancia al rating que a la calidad de los programas. La televisión sobrevive con la publicidad y los auspicios sólo financian programas de alto rating, es por esta razón que el people meter maneja la televisión actual.

A pesar de existir 8 canales de televisión abierta en nuestro país, sigue siendo TVN y Canal 13 quienes obtienen el mayor rating y las preferencias del público, esto se explica por la gran cantidad de recursos que maneja cada canal lo que queda demostrado por las grandes inversiones realizadas en diferentes producciones, como por ejemplo telenovelas y noticieros.

Al hablar de programación podemos decir que los programas fuertes de estos dos canales son principalmente las telenovelas y noticieros, géneros en los que se invierte gran cantidad de dinero, tienen importantes auspiciadores y se contrata profesionales por altas sumas de dinero con el fin de obtener el mejor rating, es decir, la mayor sintonía y así “enganchar” al público para el horario estelar de las diez de la noche. Cabe señalar que el horario Peak o Prime Time chileno va desde las 19 horas hasta aproximadamente las 23 horas.

Los informativos ocupan un lugar importante dentro de la programación, ya que dedican cuatro horas de noticias al día, comenzando a las siete de la mañana y continuando durante todo el día hasta pasada la medianoche, además de avances en medio de diferentes programas.

Sin duda la situación de los noticieros en nuestro país ha cambiado esta última década. El mismo hecho de que se esté viviendo en democracia permite la diversidad de opiniones, lo que no ocurría durante el gobierno militar donde no existía la pluralidad y veracidad en la entrega noticiosa.

Actualmente los departamentos de prensa de los distintos canales han adquirido mayor independencia no sólo a través de los noticiarios, sino además en la realización de programas de corte periodístico, como por ejemplo: "Informe Especial" y "Nuestro Siglo" de TVN. Existe mucho más debate político como en el caso de "Medianoche" donde no sólo se entregan noticias, sino también se analizan temas de actualidad y se confrontan diversas opiniones en el ámbito político.

"A pesar de las manifestaciones de independencia de influencia gubernamental la Televisión Nacional estatal se vio sacudida durante todo el año de conflictos y controversias editoriales con relación a artículos rechazados. En varias ocasiones, se filmaron y produjeron programas que posteriormente se retiraron a última hora debido a llamadas telefónicas y presiones políticas".

“Durante la dictadura, la censura era casi menos dura que ahora, la diferencia está en que las ‘vacas sagradas’ han cambiado de lugar”, comenta un productor importante de noticieros de investigación.<sup>7</sup>

En esta última década - especialmente en los últimos cinco años - la programación de la televisión chilena, en especial TVN y Canal 13 se caracterizan por su programación liviana y de poco contenido cultural, pero son éstos los que obtienen mayor aceptación entre el público, lo que se debe principalmente a que los canales se rigen desde hace siete años por el People Meter

“Viva el Lunes”, “La Noche de Cecilia” de Canal 13, “Corazón Partío” “Domingo 7”, de TVN, son algunos de los programas de conversación más vistos, pero de poco contenido, ya que se caracterizan por tratar temas frívolos e invertir grandes sumas de dinero en invitar a gente del espectáculo sólo para contar su vida privada.

En 1991 el director de televisión Gonzalo Bertrán implanta los programas de conversación liviana en la televisión, donde la idea era la conversación de temas de moda guiados por un grupo de conductores, este tipo de programa resultó viable debido a que tiene hasta el día de hoy una buena aceptación del público lo que hace que los auspiciadores se interesen y paguen.

---

<sup>7</sup> Franklin, Jonathan, News Chile Noticias en Television Latin America, enero 2000, Edición número 9



“Viva el Lunes”, dirigido por Gonzalo Bertrán, junto con ser el programa más visto de Canal 13 es uno de los más polémicos debido a que siempre cuenta con invitados que están haciendo noticia, esto sin contar con las polémicas que causan las actitudes y comentarios de los conductores, en especial Cecilia Bolocco, la única Miss Universo chilena. Este trío compuesto por Alvaro Salas, Kike Morandé y Cecilia Bolocco, le dan al programa un estilo que gusta y divierte al televidente.

“Viva el Lunes” es uno de los programas que aprendió a manejar y dominar el People Meter, este programa es un experto en sacar del aire a sus invitados cuando éstos no logran atraer la atención del público razón por la cual el rating comienza a bajar o mantenerlos y alargarlos cuando éstos suben la sintonía.

A pesar de que la televisión chilena se caracteriza por su contenido liviano aun existen programas culturales, educativos y periodísticos, como por ejemplo “Nuestro Siglo”, “El Shows de los Libros” y “La Tierra en que Vivimos” de TVN, no podemos dejar de mencionar que estos dos últimos programas fueron adquiridos hace un tiempo por las señales internacionales “Travel Channel” y “Discovery Channel” respectivamente.

“Tierra Adentro”, programa transmitido por TVN, se caracteriza principalmente por mostrar de Chile el campo sus costumbres y los proyectos que ahí se desarrollan, es una forma de rescatar la vida fuera de la ciudad, este programa transmitido en horario con muy poca audiencia (domingo 14:30 horas), ha obtenido grandes resultados por su calidad y entrega transformándose en una excepción en este tipo de programas.

La mayor característica de este programa es el dar a conocer proyectos innovadores realizados con pocos recursos, creados principalmente por campesinos o gente que gusta de la agricultura, además de dar a conocer costumbres y culturas que han ido desapareciendo a través del tiempo. Este programa también intenta acercar el folclore a la ciudad.

Otro cambio notorio en la televisión de los 90 es el alejamiento por parte de los canales de personajes de destacada trayectoria y vasta experiencia por gente joven y que más que experiencia tiene belleza y juventud; modelos – actrices, misses – animadoras, actores – conductores.

En la última década la televisión a dado un vuelco en su estilo, de ser extremadamente seria y libreteada paso a transformarse en un medio suelto y espontáneo, pero que en muchos casos cae en la vulgaridad.

## **Mea Culpa**

Este programa marcó un hito en la televisión chilena y a pesar que lleva varias temporadas sigue ocupando los primeros lugares. Con un estilo similar a historias de Hitchcock, pero con casos reales, Carlos Pinto desarrolla mediante recreaciones crímenes que han impactado a la sociedad. El estilo y la trama enganchan al televidente quien logra involucrarse sentimentalmente en la historia.

Tal vez lo más destacable del desarrollo del programa es que las historias relatan la versión de la víctima y el victimario, haciendo que el público juzgue o defienda a los protagonistas de las historias.

## **Cambios en la Programación**

### Programación Infantil:

La programación infantil también ha sufrido cambios en especial este último tiempo. Programas como “Cachureos” o más antiguos como “Los Bochincheros” ya no son los preferidos por los niños. Los dibujos animados más vistos por este tipo de público son hoy en día mucho más que dibujos animados: verdaderas historias de luchas y conflictos entre buenos y malos.

Las protagonistas en este género son verdaderas heroínas para las jóvenes y los protagonistas; hombres rudos y violentos que luchan con quien sea necesario para obtener el poder.

Aún es posible encontrar programas dedicados a los niños, sin embargo, estos son mezclados con los dibujos animados de moda como por ejemplo: “Dragon Ball Z”, “Pokémon”, etc.

### Programación Juvenil:

Hace dos décadas los jóvenes contaban con diferentes alternativas de programas; “Magnetoscopio Musical” fue uno de los primeros, le siguió “Más Música” con varias temporadas y cambios en su animación. Durante una hora se presentaban videos musicales nacionales y extranjeros combinados con noticias del mismo tipo, a la tradicional presentación de videos se suma hoy la participación directa del público, artistas invitados y conversación sobre temas de moda.

En la actualidad los jóvenes cuentan con una gran cantidad de programas en los canales de televisión abierta como por ejemplo “Extra Jóvenes” y “Lunáticos de Chilevisión; “El Sótano” de canal 4 La Red; “Mekano” de Megavisión, sin embargo, la música es sólo un complemento dentro de estos programas donde el fuerte es la conversación y la entretención.

La televisión por cable dispone de una variedad de programas especializados en música que transmiten las 24 horas del día, donde un conductor conocido como VJ es el encargado de llevar a los televidentes todas las novedades del mundo musical, siendo el más conocido y más visto el canal norteamericano MTV que con su versión MTV Latino llega a gran parte del mundo.

### Programación Femenina:

Antiguamente la programación en televisión estaba dedicada en gran parte a la mujer, en especial a las dueñas de casa. Telenovelas, programas de cocina, espacios dedicados a consultas de todo tipo eran frecuentes en la televisión.

En estos momentos las mujeres solo cuentan con un número reducido de programas, tal vez el más característico es “Buenas Tardes Eli”, donde el público puede a través del teléfono hacer consultas a los distintos panelistas.

Este tipo de programas ha sido reemplazado sin duda por los matinales, que con una duración aproximada de cuatro horas diarias, entretiene, educa y ayuda a los televidentes. Estos cuentan con todo lo necesario: consultas médicas, apoyo psicológico, cocina, entrevistas a diferentes personalidades y concursos donde el público puede participar.

En un comienzo TVN tenía el monopolio en este tipo de programas con “Buenos Días a Todos”, tras los frustrados intentos de Chilevisión y Canal 13, sin embargo, este último canal apostó con todo a la producción de un nuevo matinal con características similares a las de TVN, “La Mañana del 13”, dejó claro que utilizando la misma formula obtendrían los mismos resultados.

A continuación se presenta un cuadro que exhibe la programación televisiva de los '90 en tres años considerando los ratings más altos de esta década.

### PROGRAMAS MÁS VISTOS EN LA DÉCADA DE LOS '90.

**1993**

| <b><u>CANAL</u></b> | <b><u>PROGRAMA</u></b> | <b><u>AUDIENCIA</u></b> |
|---------------------|------------------------|-------------------------|
| 13                  | "Video Loco"           | 34.2                    |
| 13                  | "Miss Universo"        | 29.1                    |
| 7                   | "Informe Especial"     | 28.5                    |
| 13                  | "Una Vez Más"          | 27.1                    |
| 13                  | "Martes 13"            | 25.8                    |
| 13                  | "Grandes Películas"    | 25.3                    |
| 13                  | "Marrón Glacé"         | 24.7                    |
| 9                   | "Michael Jackson Tour" | 24.2                    |
| 13                  | "La Familia Simpson"   | 23.6                    |
| 7                   | "Premios APES"         | 23.3                    |



**1999**

| <b><u>CANAL</u></b> | <b><u>PROGRAMA</u></b>             | <b><u>AUDIENCIA</u></b> |
|---------------------|------------------------------------|-------------------------|
| 13                  | Fútbol: Brasil v/s Chile           | 55.1                    |
| 7                   | "La Fiera"                         | 46.0                    |
| 13                  | Fútbol: U. Chile v/s Lazio         | 42.9                    |
| 13                  | "Viva el Lunes"                    | 41.8                    |
| 7                   | "Mea Culpa"                        | 40.4                    |
| 13                  | Fútbol: UC v/s Colo Colo           | 40.0                    |
| 9                   | Festival Viña del Mar              | 39.7                    |
| 7                   | "Aquelarre"                        | 38.9                    |
| 13                  | "40 años de Solidaridad y Alegría" | 38.8                    |
| 13                  | "Maravillozoo"                     | 38.5                    |

**2000** (27 marzo al 2 abril)

| <b><u>CANAL</u></b> | <b><u>PROGRAMA</u></b>      | <b><u>AUDIENCIA</u></b> |
|---------------------|-----------------------------|-------------------------|
| 7                   | "Romané"                    | 37.6                    |
| 13                  | "Viva Chile Mi Alma"        | 31.7                    |
| 7                   | Fútbol: Argentina v/s Chile | 25.5                    |
| 13                  | "Contacto"                  | 23.6                    |
| 7                   | "24 Horas"                  | 22.9                    |
| 7                   | Premio Altazor              | 22.0                    |
| 13                  | Fútbol: Argentina v/s Chile | 21.3                    |
| 7                   | "Corazón Partío"            | 21.2                    |
| 9                   | "Por tu Amor"               | 20.4                    |
| 7                   | Filme: "Congo"              | 19.8                    |

**Fuente: El Mercurio, 16 Abril de 2000**

Los programas que ocupan los primeros lugares los años 1993, 1999 y 2000 son mayoritariamente de tipo familiar y muestran la necesidad del público por entretenerse e informarse de lo que pasa fuera de nuestro país, es el caso de "Video Loco" programa de tipo familiar donde generalmente se exhiben videos extranjeros; el rating obtenido por "Miss Universo" se debe en gran parte a que el año 1987 Cecilia Bolocco obtuvo el primer lugar en este certamen; el fútbol, las telenovelas nacionales y "Viva Chile Mi Alma" dejan claro que el chileno busca sentirse identificado con lo que pasa en nuestro país y el extranjero.

La televisión chilena actual se caracteriza por una marcada mentalidad conformista, nacionalista y localista. "No es nada inusual que el noticiero de la noche empiece con diez minutos dedicados a las últimas hazañas de los dos héroes deportivos del país, el tenista Marcelo Ríos y el futbolista Marcelo Salas".<sup>8</sup>

Según el periodista Jonathan Franklin de la revista "Television Latin America", el hecho de ser demasiado localistas no permite la exportación de muchos de los programas de nuestro país ya que debido al gran contenido de localismos y chilenismos son necesarios los subtítulos, incluso en América Latina.

---

<sup>8</sup> Franklin, Jonathan, Prime Time en Chile en Television Latin America, julio 1998, Edición número 1

Hay una clara intención de llegar u ocupar el primer lugar dentro y fuera de nuestras fronteras, quizá por el hecho de ser un país que se encuentra alejado del resto del mundo es que se busca la identificación en los triunfos y éxitos de distintos chilenos. Un ejemplo de esto es el programa "Los Patiperros" transmitido por TVN que ha logrado gran popularidad, este original programa muestra la vida de chilenos que por diversas razones han debido irse del país radicándose en diferentes ciudades del mundo logrando insertarse en culturas muy distintas a las nuestras y obtener éxitos.

La televisión de los 90 se caracteriza sin duda por su dinamismo, interactividad e innovaciones. Con la masificación de medios como el teléfono, fax y últimamente Internet los televidentes tienen una participación y comunicación directa con los canales de televisión.

#### 1.4 TENDENCIAS ACTUALES: IDENTIDAD Y CONSUMO TELEVISIVO.

La televisión se ha convertido en un aparato básico y necesario dentro de los hogares de todo el mundo, llegando a ser el integrante máspreciado dentro de una familia. En el caso de Chile el 95 por ciento de la población cuenta al menos con un televisor y específicamente en la ciudad los hogares cuentan en promedio con alrededor de dos televisores, lo que aumenta a tres en el nivel socioeconómico alto.<sup>9</sup>

El ver televisión es hoy la segunda actividad preferida de los jóvenes; para muchos es compañía, para la mayoría sólo entretenimiento, para un grupo importante educación, para un número no despreciable no es más que una pérdida de tiempo, sin embargo y pese a las distintas opiniones la televisión siempre es el centro de atención convirtiéndose en el tema obligado de cada día.

A pesar que en un principio la televisión fue considerada como un invento de vida corta y sin mayor trascendencia los años demostraron lo contrario, hoy es considerada como una ventana al mundo y para muchos la única alternativa para conectarse con otras culturas.

---

<sup>9</sup> CNTV, Encuesta Nacional de Televisión, Santiago de Chile, 1996

En un comienzo, el propósito de la televisión era sólo educar y fomentar la cultura, hoy en cambio las tendencias apuntan a la entretención liviana y más que a la calidad de los programas, a la obtención de un buen rating. Para lograr esto la televisión dirige su programación especialmente a los niños y jóvenes, son ellos los mayores consumidores de este medio. Según el Consejo Nacional de Televisión los jóvenes consumen entre dos y tres horas diarias de televisión.<sup>10</sup>

De acuerdo a los datos obtenidos por Time – Ibope<sup>11</sup> para 1997, en Chile: “Los niños (considerando como tal el grupo de 5 a 14 años), son el segundo segmento con mayor nivel de consumo televisivo después de los adultos mayores. El consumo promedio anual es de 141 minutos diarios. Este alcanza su punto máximo en los meses de mayo y julio, cuando llega a 163 minutos los días de semana. En fines de semana, en tanto, los niños alcanzan su consumo máximo entre marzo y agosto, cuando el promedio bordea los 140 minutos diarios”.

Este tipo de público es un gran consumidor de este medio debido en parte a que dispone de una gran cantidad de tiempo libre y pocas responsabilidades, lo que muchas veces lo “obliga” a estar horas frente a la pantalla sólo con la intención de entretenerse o simplemente hacer algo.

---

<sup>10</sup> CNTV, Televisión y Niños: Percepciones desde la Audiencia Infantil, Santiago de Chile, 1999

<sup>11</sup> CNTV, Departamento de Estudios, Estado del Arte de la Investigación sobre Niños y Televisión, Santiago de Chile, 1999

Otro factor que influye en el alto consumo, es que disponen de televisores en sus dormitorios, el 59 por ciento de los niños que duermen solos poseen este aparato en sus piezas, elevándose la cifra a 67,4 por ciento en el caso de los niños que comparten dormitorios con sus padres, de estos un gran número de ellos tienen acceso a televisión por cable, (38,6 por ciento) lo que les permite las 24 horas del día estar frente a la pantalla.<sup>12</sup>

Este estudio indica además que el 25 por ciento de los encuestados manifestó burlar la restricción de horario por parte de sus padres para ver televisión y que sólo algunos programas les son prohibidos como por ejemplo los de contenido sexual o violentos.

Sin embargo, es contradictorio que, por una parte los padres prohíben o restringen los programas televisivos y además critican la influencia de la televisión en sus hijos y por otra parte les permiten tener televisores en sus dormitorios donde estos grandes consumidores pueden libremente tener acceso a la televisión, en especial a través del cable.

---

<sup>12</sup> CNTV, Departamento de Estudios, Souza M Dolores, Consumo Televisivo Percepciones y Valoraciones, mayo 1999 en Encuesta, CNTV y Escuela de Psicología Universidad Católica de Chile.

Con la masificación de este nuevo sistema de televisión aumentó la oferta de programas infantiles y juveniles, en estos momentos existen ocho canales infantiles y aproximadamente cinco dirigido a los jóvenes durante todo el día, lo que ha obligado en cierto modo a los canales de televisión abierta a abrir nuevos espacios y ofrecer nuevas alternativas para este tipo de público.

En Chile los canales de televisión abierta dedican el 16,6 por ciento de su tiempo de emisión a programación infantil la que es mayor durante la semana con 74 por ciento. Los programas dedicados a los niños se dividen en: Dibujos Animados con un 56 por ciento, programas misceláneos infantiles 33 por ciento, series infantiles 5 por ciento, programas educativos 4 por ciento, películas infantiles 1 por ciento y telenovelas infantiles 1 por ciento.<sup>13</sup>

Canal 13, por medio de su ex director Rodrigo Jordán, pretendió introducir una programación más dedicada a la juventud ya que no cuenta con muchos espacios de programación infantil, sin embargo para esto debía eliminar algunas de las telenovelas transmitidas durante la tarde y encontrar la formula que mantenga o aumente la sintonía con la que cuentan dichas telenovelas.

---

<sup>13</sup> CNTV, Departamento de Estudios, Estado del Arte de la Investigación sobre Niños y Televisión, Santiago de Chile, 1999



Esto no solamente ocurre en el canal Católico, TVN tampoco cuenta con muchos espacios dedicados a la televisión infantil, son los canales más pequeños quienes dedican gran parte de su programación a este tipo de público, canales como La Red, UCV Televisión y Chilevisión cuentan con programas especialmente diseñados para los más “Chicos”, tanto envasados como producciones en vivo.

En la televisión abierta si bien no existen canales dedicados sólo a un género, hay una gran oferta tanto infantil como de programas juveniles y musicales que ofrecen programas livianos en el caso de los jóvenes y a diferencia de años atrás - en el caso de la programación infantil - hoy está recargada de dibujos animados que muchas veces tienden a la violencia.

De los dibujos animados como: “Heidi”, “Candy”, “Marco”, “Los Picapiedras”, “Tom y Jerry”, “El Pájaro Loco” y “El Chavo del Ocho”, se pasaron a los programas de animación japonesa como por ejemplo: “Dragon Ball Z”, “Los Caballeros del Zodiaco”, “Pokémon”, cuya característica es la violencia, lo que ha generado cambios en los niños y jóvenes.

Si bien es cierto en estos momentos existen en la televisión abierta programas infantiles con juegos y participación directa de los niños, éstos van siempre mezclados con dibujos animados violentos y con un cierto grado de contenido sexual, lo que se explica en la vestimenta, en los cuerpos y conductas de las “protagonistas”. De “Pequeña Lulú” y “Heidi”; prototipos de niña, se pasó a prototipos de mujer, donde éstas muchas veces ya no son niñas frágiles y débiles sino mujeres fuertes, capaces al igual que los protagonistas masculinos de enfrentar diversas situaciones de peligro, luchar y vencer.

Sin embargo y pese a existir canales dedicados sólo a niños y jóvenes, la tendencia actual indica que este público prefiere muchas veces los programas para adultos, como por ejemplo “La Guerra de los Sexos”, telenovelas nacionales y extranjeras, “Mea Culpa” y en general programas considerados para adultos, cuya característica es mostrar en forma cruda y abierta la realidad de Chile y el mundo, son los preferidos por este tipo de público.

Los jóvenes buscan y prefieren de la televisión los programas con contenidos eróticos – sexuales y violentos, por esto, programas como “Lunáticos” y “El Sótano” que se basan principalmente en juegos eróticos donde la idea es seducir o la serie de animados transmitida por el cable “Beavis and Butt-head”, obtienen mucha aceptación por los adolescentes.

Los programas dedicados a los jóvenes también han sufrido cambios, “Más Música” o “Magnetoscopio Musical”, programas completamente musicales dirigidos especialmente hacia el público adulto joven, fueron reemplazados por programas como “Mekano” o “Extra Jóvenes”, que están orientados hacia los adolescentes, donde la música va mezclada con competencias, desfiles de moda y entrevistas, junto a un vocabulario informal y dinámico.

### Estelares

La televisión actual está dirigida especialmente para el público joven, donde la publicidad, vocabulario y vestimenta está hecha para captar la atención de ellos, además de los conductores o actores, quienes cada vez son más jóvenes y donde los rostros más antiguos muchas veces ya no tienen cabida.

La tendencia actual dentro de la televisión chilena es mostrar un estilo suelto y dinámico cambiando la seriedad y los libretos por la espontaneidad para así llegar cada vez más hacia el público joven y adolescente. Para lograr esto los canales han implantado un vocabulario lleno de modismos y chilenismos y los rostros de la televisión han debido renovarse tanto en sus formas de hablar, de vestir y de relacionarse con sus invitados.

A diferencia de la década de los '80 y principios de los '90, donde los estelares eran programas dirigidos principalmente al público adulto y de clase media alta, donde desde la vestimenta y vocabulario de los conductores dejaban claro lo estelar, hoy los programas que ocupan el horario de las 22:00 horas ya no pueden ser considerados como tales.

Esto se refleja en programas como por ejemplo "Viva el Lunes" de Canal 13, si bien es transmitido en horario calificado de estelar, no cumple con esa función. El trío de animadores, adopta conductas y modismos juveniles para dirigirse al público, pasando muchas veces a ser más que sueltos, irrespetuosos con los mismos invitados, los ataques de risa de Kike Morandé, las tallas en doble sentido de Alvaro Salas y los "tarjetazos" de la Bolocco, hacen que se convierta en un programa poco serio.

"Cecilia Bolocco es el símbolo del canal, la actriz rubio teñido se las ha arreglado para convertir las sesiones de preguntas y respuestas triviales con celebridades en un remolino de abrazos, besos y escotes. Los índices de audiencia de Bolocco han estado entre los más elevados del año en Chile. Con invitados internacionales que incluyen presidentes y estrellas de rock, la "Cecilia" se ha convertido en una máquina de marketing para el Canal 13... no parece que vayan a cambiar la presencia de programas inocuos, aunque superfluos como el de Bolocco".<sup>14</sup>

La publicidad también apunta al consumidor joven, los spots publicitarios están representados sólo por gente joven y si se trata de vender o promocionar artículos familiares, éstos están dirigidos a matrimonios jóvenes. En el caso de las telenovelas tampoco se incluye a muchos actores adultos, la gran mayoría de los actores y los personajes, son jóvenes, siendo considerada "vieja" una persona de cincuenta años. Ser joven o parecer joven es lo que los canales intentan y además lo que el público espera de la televisión.

---

<sup>14</sup> Franklin, Jonathan , "La Iglesia pesa en el Canal 13" en Television Latin America, enero 2000, Edición número 9

Según el estudio "La televisión y los niños en Chile: Percepciones desde la audiencia infantil, 1999", perteneciente al Consejo Nacional de Televisión, CNTV, los programas preferidos por niños de segundo básico, quinto básico y primero medio son:

| <u>PROGRAMA</u>           | <u>1° mención</u> | <u>Total menciones</u> |
|---------------------------|-------------------|------------------------|
| Dibujos Animados          | 53.6 %            | 63.6 %                 |
| Películas                 | 6.7 %             | 9.6 %                  |
| Series                    | 2.1 %             | 4.0 %                  |
| Telenovelas               | 14.1 %            | 18.3 %                 |
| Programas de conversación | .5 %              | 1.2 %                  |
| Programas Deportivos      | 2.9 %             | 4.1 %                  |
| Programas Culturales,     |                   |                        |
| Científicos, Educativos   | 5.0 %             | 7.6 %                  |
| Programas Musicales       | 4.9 %             | 5.7 %                  |
| Noticias                  | 1.0 %             | 1.6 %                  |
| Estelares                 | .6 %              | .9 %                   |
| Programa Infantil         | 3.9 %             | 6.4 %                  |
| Señal Infantil de Cable   | 1.3 %             | 2.6 %                  |
| Otra Señal de Cable       | .4 %              | .6 %                   |
| Canal Tv. Abierta         | .2 %              | .3 %                   |
| Humor                     | 1.5 %             | 1.9 %                  |
| Programas Juveniles       | .8 %              | 1.2 %                  |
| Total muestra:            |                   | 1.176                  |

Como lo muestra este cuadro los dibujos animados siguen siendo los preferidos por el público joven, los más vistos son sin duda “Pokémon”, “Dragon Ball Z” y todos los relacionados con la animación japonesa, dejando de lado programas infantiles nacionales como “El Profesor Rosa” y “Cachureos”, que en general son más aceptados por niños menores.

Como lo menciona el Consejo Nacional de Televisión<sup>15</sup> “A partir de los ocho años, los niños incorporan en su dieta televisiva una mayor variedad de géneros y programas que también son de su gusto, si bien permanece la preferencia por los dibujos animados. Los nuevos géneros son, películas (en particular si los personajes centrales son niños), programas dirigidos a la familia y documentales. En el caso de las niñas, también teleseries (particularmente nacionales); y en el caso de los niños varones, algunos programas o eventos deportivos”.

“A partir de los once años aproximadamente, los niños — sin abandonar su gusto por los dibujos animados y los otros géneros ya mencionados — evidencian preferir también programación dirigida a un público juvenil, tales como video clips y programas misceláneos. En cuanto al género películas, los varones presentan una preferencia por los sub — géneros de acción, aventura y ciencia-ficción, mientras las niñas prefieren los sub — géneros de aventura, comedia y drama, éste último más cercano a la adolescencia”.

---

<sup>15</sup> CNTV, Estudio, Calidad, Identidad y Televisión, Santiago de Chile, 1999

Las telenovelas nacionales es otro de los géneros preferidos por los adolescentes de ambos sexos, en especial las protagonizadas por actores jóvenes y cuyas historias reflejan formas de vida similares a las de ellos; playas, discoteques, amores de verano, diversión etc. Las telenovelas más vistas por los jóvenes en nuestro país son sin duda aquellas en que los guiones giran en torno a grupos de escolares y adolescentes.

Las telenovelas ocupan el segundo lugar de las preferencias con un 14, 1 por ciento según este cuadro y según el estudio de Lagomarsino y Zarzuri <sup>16</sup>; las mujeres ven más telenovelas que los hombres y menos películas que éstos, siendo el grupo de edad 15 – 19 el que ve más telenovelas.

---

<sup>16</sup> Lagomarsino, M, Zarzuri, R, *Espiritualidad, Televisión Abierta y Juventud; Percepción Juvenil*, años 1996 – 1997, Ceneca, Santiago de Chile, 1998.



Para concluir se puede decir que a pesar que los dibujos animados son los programas preferidos por niños y adolescentes ocupando el primer lugar, el resto de las preferencias son secciones dirigidas algunas para ver en familia y otras especialmente para un público adulto, obteniendo una menor aceptación los programas infantiles y juveniles, lo que deja en claro que los jóvenes prefieren los programas que muchas veces le son prohibidos.

“La curiosidad cognitiva motiva a los niños a ver programas supuestamente para adultos, donde pueden explorar el mundo de los problemas sociales (“Informe Especial”, “Aquí en Vivo”), el delito (“Mea Culpa”), zonas dolorosas o misteriosas de la vida (“Crónicas de la Vida Real”, “Ovnis”, etc.). La importante curiosidad acerca del mundo de los afectos y de las relaciones amorosas entre los jóvenes y los adultos – temática muy vedada en la sociedad actual – lleva a mirar muchas telenovelas”.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Fuenzalida, Valerio, “Exploración del mundo Social y Afectivo” en Televisión y Niños, Edits., Florenzano, R, Molina, J, TVN – CPU, Santiago de Chile, 1999

## **Capítulo II**

### **“La Telenovela y su Auge”**

## 2.1 LA INDUSTRIA DE LA TELENVELA EN LATINOAMERICA

Las telenovelas siguen ocupando los primeros lugares en la televisión latinoamericana, Venezuela, Chile, Colombia, México, Argentina, Brasil, han sido conquistados por este género que es hasta hoy el producto televisivo preferido de la audiencia en la región.

La telenovela latinoamericana es definida por Assadi y Silva<sup>18</sup> como una "Narración melodramática de exacerbados conflictos sentimentales, con fuertes y definidos caracteres - carente de matiz - y asociado generalmente a una trama de asenso social que pone en juego a uno o más personajes, lo que permite obtener un reflejo espectacular de los conflictos que en la intersubjetividad vive hoy el hombre de este continente"

La telenovela nace en Cuba y surge de la adaptación de la fotonovela y radionovela, a fines de los '70 - pero no fue sino - a principios de los '80 que comenzó el boom de este género en Latinoamérica. Fue tal el éxito de las telenovelas, que desplazaron de las pantallas a las series norteamericanas y al cine. En Chile por ejemplo, se transmitían aproximadamente 3 películas norteamericanas diarias en cada canal y un gran número de series, cifras que han disminuido notablemente este último tiempo.

---

<sup>18</sup> Assadi, Silva, Tesis: Telenovelas Chilenas e Identidad Nacional, Universidad Diego Portales, Santiago de Chile, 1996.

Desde un principio las telenovelas fueron criticadas debido a que según muchos este era un género alienante, además de considerarlo un subproducto, sin embargo, hoy es uno de los géneros preferidos de la gente en América Latina y Europa.

En sus comienzos la telenovela trataba temas relacionados con pasiones y sentimientos, conflictos amorosos, diferencias de clases sociales, la niña pobre hija de un millonario, el bien, el mal y el engaño, hoy en cambio los temas son de interés social, como por ejemplo el SIDA, la corrupción entre políticos, violencia intra familiar, etc. La telenovela hoy en día se acerca más a la realidad de la gente.

México, Venezuela, Argentina, Colombia, Brasil y Chile son los más grandes productores de telenovelas en América Latina, quienes en un comienzo importaban o copiaban libretos, hoy producen y exportan telenovelas a distintas partes del mundo.

## **Brasil**

En el caso de Brasil es a fines de 1960 que los guiones comienzan a reflejar los problemas sociales de ese país, en 1969 se transmite la primera telenovela brasileña producida y realizada en Brasil, dejando de lado el drama cubano y a partir de 1978 comienza la exportación de telenovelas brasileñas siendo México el primer país en adquirir una. De esta manera Río de Janeiro se convierte en la ciudad preferida para la producción de este género. Hasta este momento Brasil ha producido un total de 160 telenovelas.

Actualmente en Brasil la telenovela es el género que obtiene la mayor aceptación entre los televidentes, se transmiten aproximadamente cinco telenovelas al día y existen varias revistas que se dedican únicamente a este género.

En 1995 la red O'Globo construyó en un terreno de un millón trescientos metros cuadrados, una ciudad escenográfica llamada Projac, donde se encuentran los estudios y ciudades ocupadas para la grabación de las telenovelas.

En la actualidad, la red O'Globo no tiene competidores locales en este género ya que su principal oponente la red Manchete que produjo éxitos como "Pantanal", "Doña Beija" y "Xica Da Silva" desapareció a fines de 1998, y aunque en un momento llegó a preocupar a O'Globo no logró evitar la quiebra.

Producir una telenovela en Brasil tiene un costo de entre quince y veinte millones de dólares y un capítulo puede llegar a costar hasta cien mil dólares, lo importante es atraer en todo momento al televidente.

Entre las telenovelas brasileñas que destacaron en Chile, se encuentran la “Esclava Isaura” de 1976 que ha sido exhibida cinco veces en Brasil y ha sido comercializada a más de un centenar de países; “Roque Santeiro” en 1985, cuyo último capítulo deja claro su éxito ya que en Brasil obtuvo 90 puntos de rating; y “Pantanal” en 1990 que da el inicio a los desnudos y escenas de sexo explícitas.

## **Venezuela**

Venezuela comenzó su producción de telenovelas en la década de los 60, iniciando su comercialización hace aproximadamente 25 años.

Venevisión y RCTV son los mayores productores de telenovelas en Venezuela, siendo Venevisión quien alcanza en estos momentos la más alta audiencia. Esta cadena ha vendido a más de treinta países sus producciones, entre las que destacan “Las Amazonas”, “La Revancha” y “Morena Clara”.

En general las telenovelas venezolanas recurren a tramas simples de enredos amorosos que siempre terminan en un final feliz al estilo de los cuentos de hadas, Sin embargo, este estilo está cambiando y estas telenovelas están adquiriendo tramas similares a las mexicanas.

Antiguamente las telenovelas en Venezuela tenían una duración de un año aproximadamente, lo que hace cinco años cambió debido a que el telespectador exige historias más cortas y ágiles. Actualmente estas historias tienen una duración aproximada de 120 capítulos los que pueden aumentar según la audiencia.

La producción de una telenovela de bajo presupuesto en Venezuela llega a costar entre 20 y 25 mil dólares por capítulos llegando a los 30 mil dólares las producciones de mayor costo.

Entre las telenovelas que Venevisión a comercializado al extranjero destacan "Cara Sucia", "María Celeste", "El país de las Mujeres", "Contra Viento y Marea", "Girasoles para Lucía", "Travesuras del Corazón" y "La Mujer de mi Vida".

Venezuela logró conquistar el mercado español con producciones como "Topacio" y "Cristal" las que obtuvieron gran éxito; en 1990 cinco de las seis telenovelas transmitidas en España eran venezolanas.

## México

Las telenovelas mexicanas representan el modelo melodramático, la historia se caracteriza por sufrimientos y problemas sentimentales: “Se ajustan a un esquema en el que una única historia es relatada de manera lineal y son notorias por sus llantos, su visión del mundo extraordinariamente maniquea y la carencia de referentes históricos específicos”.<sup>19</sup>

Otra característica en la producción de estas telenovelas es que no se utilizan localismos ni palabras en inglés, los protagonistas no fuman ni beben en las escenas y por lo general siempre está de invitada la virgen de Guadalupe y en muchas ocasiones actúan como invitados y a manera de enganche cantantes “top” mexicanos sin importar la calidad actoral de estos. Un ejemplo de esto es “Volver a Empezar” que en Chile transmitió Megavisión y que contó con las actuaciones de la cantante mexicana Yury, el cantante portorriqueño Chayanne y la ex integrante del grupo musical “Garibaldi”: Pilar Montenegro.

---

<sup>19</sup> Mazziotti, Nora, *La Industria de la Telenovela: La Producción de Ficción en América Latina*, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1996.



Las telenovelas extranjeras ocupaban hasta hace muy poco tiempo un lugar secundario dentro de la programación de los canales de televisión abierta. Sin embargo, este último tiempo llenan la programación incluso de los canales más grandes (TVN y Canal 13) con producciones brasileñas, mexicanas, venezolanas, argentinas y colombianas.

La Red Televisión es el canal nacional que más horas dedica a la transmisión de telenovelas extranjeras, destinando para ello aproximadamente cinco horas y media a seis, a producciones brasileñas, mexicanas, argentinas y venezolanas.

En el caso de Canal 13 este destina aproximadamente cuatro horas y media a la transmisión de este género. En este momento hay cinco telenovelas al aire en este canal, de las cuales dos son extranjeras y tres nacionales, de estas tres últimas cabe señalar que dos de ellas están siendo retransmitidas. Hay que destacar que este canal hasta hace un tiempo solo transmitía telenovelas nacionales y brasileñas y hoy se han incorporado a la programación producciones mexicanas en el caso de “El diario de Daniela” y colombianas como “Yo soy Betty, la Fea”.

Megavisión es otro de los canales que dedica gran parte de sus transmisiones a telenovelas extranjeras, sin embargo, a diferencia de los otros canales este sólo transmite telenovelas mexicanas. En este momento son cuatro las producciones que están al aire destinando para ello cinco horas de la programación diaria.

TVN, si bien dedica menos tiempo que los demás canales a las producciones extranjeras, actualmente se encuentra transmitiendo además de "Romané" producción nacional: "Carita Pintada" (Venezuela), "La Caponera" (Colombia), "Tres Mujeres" (México).

La denominada guerra de las teleseries que en un principio se pensó sólo para las producciones nacionales, hoy está llegando también a las producciones extranjeras. Canales como TVN y Canal 13 compiten este último tiempo en materia de rating durante la tarde con telenovelas colombianas, mexicanas, venezolanas, etc. y ya no solo entre chilenas.

Televisión Nacional de Chile apostó con publicidad y lanzamiento a la producción "Carita Pintada" de Venezuela, mientras que el canal del angelito lo hizo con "Yo soy Betty, la Fea", trayendo incluso a su protagonista al estelar "Viva el Lunes". Los resultados han sido sorprendentes ya que estas dos producciones han obtenido hasta ahora gran audiencia, lo que en el caso de Canal 13 permite *enganchar* al televidente para la producción nacional "Sabor a Ti", que si bien cuanta con buena sintonía no supera a TVN.

El cambio en la temática e historias de las telenovelas no sólo ha tocado a las producciones nacionales, sino también a las extranjeras. Historias más livianas y más tipo comedia son el tema central en estos momentos, dejando atrás los llantos y dramas pasionales.

## 2.2 LA PRODUCCIÓN DE TELENÓVELAS EN CHILE

En 1962 nace en nuestro país la primera productora de televisión independiente: Protel bajo la dirección de Ricardo Miranda, poco tiempo después esta productora se fusionó con la cadena de televisión ABC Internacional y conformaron Protab, que fue la encargada de realizar la primera telenovela nacional en Chile “El Socio”, transmitida por las pantallas de Canal 13.

Entre 1965 y 1967, se transmite “El Litro 4916”, telenovela que mostraba la vida de una familia obrera. En 1967 esta misma productora realizó “La Chica del Bastón”, protagonizada por Anita Klesky y Leonardo Perucci.

En 1971 Canal 13 transmite la telenovela “La Pendiente” cuyo propósito era experimentar el género ficcional y reflejar a las “víctimas de la injusticia social”. Un año después la Escuela de Artes de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile produjo “La Sal del Desierto”, telenovela ambientada en la época del salitre en el norte del país, esta telenovela fue emitida por Televisión Nacional de Chile.

Entre 1975 y 1977 se realiza "Sentencia", la que fue emitida por radio y televisión, ésta la realizó la Escuela de Derecho, Escuela de Artes de Comunicación y la Vicerrectoría de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile, la finalidad de dicha producción fue que los sectores populares de nuestro país se informaran acerca de ciertos temas legales.

La primera telenovela censurada fue "El Secreto de Isabel" en 1977, de la que sólo se alcanzó a emitir el primer capítulo. Las razones que llevaron a censurar esta telenovela nunca se dieron a conocer.

La gran mayoría de estas producciones tenían como finalidad tratar temas de interés social, como por ejemplo temas legales, conflictos político – sociales de ese tiempo, etc...

Las producciones nacionales comenzaron a aumentar en interés con la aparición del actor y guionista nacional Arturo Moya Grau que llevó a la pantalla numerosas producciones entre las que destacan: "Rosario de Plata", "María José", "Padre Gallo" y "La Colorina", entre otras. Luego de esta serie de telenovelas y por problemas políticos se debió suspender hasta 1975 la producción de este género en nuestro país.

En 1981, Arturo Moya Grau logra llevar a las pantallas de Canal 13 y por primera vez en colores la única telenovela hasta el día de hoy, que logró récord de sintonía y llegó incluso a paralizar y estremecer al país entero con la historia de Marcia, mujer acusada injustamente de un crimen que no cometió: "La Madrastra".

"La Madrastra" fue la telenovela que impulsó a directores y guionistas a la creación de grandes producciones, conformándose entonces áreas dramáticas que hasta hoy protagonizan lo que se ha denominado últimamente "la guerra de las teleseries".

Entre 1981 y 1989, se realizaron en Chile 35 producciones entre las que destacan: "Alguien por quien Vivir" (1982); "La Noche del Cobarde" (1983); "Los Títeres" (1984); "Matrimonio de Papel" (1985); "El Prisionero de Media Noche" (1985); "Angel Malo" (1986); "La Última Cruz" (1987), de Canal 13. "De Cara al mañana" (1982); "La Represa" (1984); "La Torre 10" (1984); "Marta a las 8" (1985); "Bellas y Audaces" (1988); "A la Sombra del Angel" (1989), transmitidas por Televisión Nacional.

En un principio y hasta hace poco tiempo las telenovelas eran consideradas un producto solo para mujeres y por lo general de estrato social bajo, hoy en cambio éstas no tienen un público definido ya que son bien recibidas tanto por hombres como mujeres de todas las edades y sin importar la clase social.

Las historias de las telenovelas también han experimentado cambios, los guionistas han dejado de lado las historias relacionadas con amores imposibles y llenos de dramas y han pasado a ser historias tipo comedia donde se tratan temas como, el mundo del espectáculo, vacaciones y resort, además de historias de adolescentes, quienes este último tiempo han servido de enganche para llegar al público joven, obteniendo las preferencias en sintonía.

Así fue como a partir de la década de los '90 comienzan a aparecer en pantalla rostros nuevos y jóvenes para establecerse y formar parte de los elencos de las áreas dramáticas de cada canal. Es en este momento que los jóvenes comienzan a ser los protagonistas de las telenovelas, como por ejemplo Angela Contreras, Alvaro Morales, Valentina Pollarolo, Pamela Peragallo, entre otros, quienes hasta el día de hoy continúan protagonizando diferentes historias.

En 1994, Televisión Nacional de Chile produce y transmite “Ámame”, donde los actores anteriormente mencionados protagonizan la historia de un grupo de escolares que muestran la realidad que viven los adolescentes. Temas como el embarazo no deseado fueron tratados en esa historia, rompiendo con temas que la sociedad chilena tiende a ocultar.

En 1995 se vuelve a producir un vuelco en las telenovelas chilenas, José Ignacio Valenzuela escribe “Amor a Domicilio”, con el slogan los “Jóvenes sí pueden trabajar” y en 1996, Pablo Illanes escribe “Adrenalina”, telenovela que costó la salida del director del área dramática del Canal 13, Ricardo Miranda. Esta última a pesar de ser criticada por lo atrevido de sus personajes, resultó ser un éxito y una de las producciones más recordadas por los jóvenes estos últimos cinco años.

En 1996 TVN, impactó y dio el inicio con “Sucupira”, a las producciones tipo comedia, con mucha grabación de exteriores y además polemizó con el desnudo de su protagonista Angela Contreras, que si bien no fue un desnudo total ni explícito, no se había visto antes en las producciones nacionales

Desde ese momento Canal 13 y TVN, comienzan a liderar con sus producciones, sin embargo en 1997, Megavisión transmite su primera producción: “Rossabella” bajo la dirección de Ricardo Miranda, a partir de entonces estos tres canales competirían por la sintonía de sus producciones, en la denominada “guerra de las teleseries”.



“Adrenalina”, protagonizada por Francisca Merino y Alejandra Herrera, representan junto a otras actrices a un grupo de compañeras y amigas de colegio que durante el día asisten normalmente a clases y por la noche se reúnen en una discoteca para divertirse y protagonizar distintos escándalos.

Alexis Opazo, personaje caracterizado por Alejandra Herrera en dicha telenovela, provocó una gran polémica dentro y fuera del canal al ser considerado un mal ejemplo para jóvenes entre cinco y quince años, al representar a una adolescente insolente y rebelde. Esto sin dejar fuera la vestimenta utilizada por las actrices catalogada por muchos como “audaz e inmoral”. Todas estas características que causaron gran molestias en el canal llevaron al despido de su director, Ricardo Miranda y además, a un acuerdo entre el canal e Illanes a cambiar la actitud y vestimenta de los personajes.

El éxito alcanzado por estas producciones generó una competencia que aún existe por conseguir el récord de sintonía, para atraer la mayor cantidad de público posible los canales optaron por renovar sus elencos incluyendo muchas veces más que actores a “caras bonitas”. A pesar de las molestias de los actores profesionales, los productores y directores no han dudado en incluir a modelos y conductores como protagonistas de las historias.

Otras de las estrategias por conseguir el mejor rating, es que los canales invierten gran cantidad de dinero en la producción, publicidad y lanzamiento de cada una de sus telenovelas, grabaciones en el extranjero y diferentes lugares del país, donde los costos en trasladar un elenco entero son muy elevados, esto sin contar con el lanzamiento de dichas producciones donde se recurre a diferentes espectáculos en distintos puntos del país para captar la atención del público.

Para cada producción y lanzamiento se invierten grandes sumas de dinero, las que luego con la sintonía, llegan a doblarse, en el caso de “Aquelarre” y “La Fiera” de TVN, los costos llegaron a más de seis millones de dólares. Junto con lanzar las telenovelas utilizando eventos a escala nacional, se crean poleras, juegos “raspe”, chapitas, llaveros, helados, etc. la idea es aprovechar todos los recursos disponibles en una buena promoción.

Megavisión apostó a partir de 1997 con distintas telenovelas, grabaciones en Africa y Brasil, contratación de grandes figuras y sin embargo todos estos esfuerzos no lograron captar el interés del público lo que finalmente llevó a desaparecer al área dramática en 1999, quedando sólo dos canales “a cargo” de la competencia.

Estos últimos tres años los dos grandes canales productores de este género dramático, (Canal 13 y TVN), han apostado a telenovelas que muestran en cierto modo las distintas culturas en nuestro país. La fábrica de telenovela de TVN ha intentado con éxito priorizar los paisajes naturales de nuestro país con la clara intención de incentivar el turismo nacional.

En particular TVN a destacado con grandes producciones como "Iorana" que muestra la vida en Isla de Pascua, "La Fiera" en Chiloé y actualmente "Romané" que trata la vida en un campamento gitano, temas nunca abordados en ninguna telenovela, razón por la cual, a pesar de estar más inclinado hacia la comedia han obtenido las preferencias del público en general

El éxito alcanzado por estas tres producciones se debe especialmente a la exhibición de distintas culturas, como por ejemplo en "Iorana" y "Romané" donde los diálogos van mezclados con el dialecto de la cultura representada, además el público puede aprender dicho "idioma" por medio de traducciones puestas a través de subtítulos en la pantalla.

El público juega un papel muy importante en las telenovelas. El área dramática de TVN somete sus guiones a estudios donde participa un número determinado de personas que aportan sugerencias y comentarios, a partir de estos resultados es que se decide la historia final. Cabe señalar que también el nombre de la telenovela es sometido a un *focus group*, mientras que para elegir la música de estas producciones el área dramática realiza un estudio radial para conocer las preferencias musicales del público y los temas que se encuentran de moda.

Es imposible no mencionar el gran trabajo que hay tras estas producciones, ya que independiente de la calidad de la historia, la representación de los personajes dentro de lo cual se incluye vestimenta es de gran nivel, que es lo que en el fondo logra conquistar al público.

En el caso de “Romané” – telenovela que actualmente transmite TVN – la preparación de los actores comenzó con dos meses de anticipación a las grabaciones, durante todo ese tiempo éstos debieron aprender junto a un grupo de verdaderos gitanos, el idioma Romané, sus bailes, costumbres, formas de moverse y expresarse, además cada grabación está asesorada por el mismo grupo de gitanos.

Sin embargo, las producciones de este tipo, comenzaron en 1996, con la telenovela “Estúpido Cupido” ambientada en los años ‘60, donde se construyó un pueblo que ambientaba la época y los actores debieron tomar clases de bailes correspondientes a esa década, esto sin contar con el gran esfuerzo que significó lo referente al vestuario, maquillaje y accesorios propios de ese tiempo.

Tal vez otra de las razones que logra conquistar a los televidentes es la posibilidad que le otorgan las telenovelas nacionales de acercarse más a culturas y costumbres casi desconocidas como en el caso de “Iorana” y “Romané”, esto en cierto modo se refleja en que Megavisión a pesar de haber grabado en Brasil y Sudáfrica no tuvo los resultados que logró TVN al grabar en Isla de Pascua y Chiloé, seguramente porque los televidentes buscan identificarse y reconocerse en las historias nacionales.

“Los canales chilenos han encontrado dificultades a la hora de vender sus teleseries al extranjero debido a varias razones. El mercado latinoamericano encuentra que los temas chilenos son muy localizados. El acento chileno es difícil de entender por parte de la mayoría de la audiencia latinoamericana. Chile es un país aislado y su cultura y acento lo reflejan”.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Franklin, Jonathan, “Tele – Chile Novelas” en Television Latin America, abril 2000, Edición número 11

A pesar de las dificultades que ha tenido la televisión chilena en exportar sus producciones dramáticas, existen aproximadamente veinte telenovelas exportadas – desde 1983 – a distintos países, principalmente al mercado latinoamericano.

**Telenovelas Chilenas Exportadas  
(1983 – 1999)**

| PRODUCTOR  | PRODUCCION            | AÑO              | EXPORTADOR | DESTINO                                             |
|------------|-----------------------|------------------|------------|-----------------------------------------------------|
| TVN        | "El Juego de la vida" | 1983             | RTL        | Ecuador, EEUU, Paraguay                             |
| TVN        | "La Represa"          | 1984             | RTL        | EEUU                                                |
| TVN        | "La Dama del Balcón"  | 1985             | RTL        | EEUU, Honduras                                      |
| TVN        | "Bellas y Audaces"    | 1988             | RTL        | EEUU, Perú, Venezuela                               |
| TVN        | "Mi Nombre es Lara"   | 1988             | RTL        | EEUU, Perú                                          |
| TVN        | "La Torre 10"         | 1984, 1991       | RTL        | EEUU, Uruguay, Ecuador                              |
| TVUC       | "Acércate Más"        | 1991             | RTL        | Perú                                                |
| TVUC       | "¿Te Conté?"          | 1991             | RTL        | México                                              |
| TVUC       | Semi Dios             | 1991, 1993       | RTL        | Italia, México, Panamá, Paraguay, Venezuela         |
| TVN        | "Trampas y Caretas"   | 1992             | TVN        | Uruguay                                             |
| TVN        | "Ámame"               | 1994             | TVN        | Ecuador                                             |
| TVN        | "Rompecorazón"        | 1994             | TVN        | Ecuador                                             |
| Megavisión | "A Todo Dar"          | 1998             | Megavisión | México                                              |
| TVN        | "Sucupira"            | 1996, 1997, 1998 | TVN        | Ecuador, Perú, Centroamérica, R. Dominicana, México |
| TVN        | "Loca Piel"           | 1996             | TVN        | Ecuador                                             |
| TVN        | "Estúpido Cupido"     | 1996             | TVN        | Ecuador, Perú                                       |
| TVN        | "Tic Tac"             | 1997, 1999       | TVN        | Ecuador, Bolivia                                    |
| TVN        | "Oro Verde"           | 1997, 1999       | TVN        | Ecuador, Paraguay                                   |
| TVUC       | "Playa Salvaje"       | 1997             | TVUC       | Ecuador                                             |
| TVN        | "Sucupira"            | 1998             | TVN        | Paraguay                                            |
| TVN        | "Iorana"              | 1999, 1998       | TVN        | Paraguay, EEUU, México                              |
| TVN        | "La Fiera"            | 1999             | TVN        | Ecuador                                             |

Fuente: "Exportación de la Televisión Chilena"1999  
Secretaría de Comunicación y Cultura  
Ministerio Secretaría General de Gobierno

Canal 13 si bien ha obtenido segundos lugares en los ratings de telenovelas ha alcanzado gran popularidad con producciones como "Marparaíso" y "Cerro Alegre", donde las historias giraban en torno a lugares turísticos de nuestro país: Iquique y Valparaíso respectivamente

Otra de las producciones que si bien no obtuvo el primer lugar, fue "Fuera de Control", donde se trató fuerte y directamente el tema de la drogadicción y el alcoholismo, temas que no habían sido abordados por este género, esto sin contar con las excelentes actuaciones tanto de Luciano Cruz Cocke en el papel de Axel Schumacher un joven de clase alta, violento, alcohólico y drogadicto y Paulina Urrutia como Sarita Mellafe, una joven de clase media, clasista, arribista, agresiva e histérica: una pareja definitivamente fuera de control

Canal 13 se ha visto últimamente opacado con los sucesivos éxitos del canal nacional, lo que lo ha llevado a optar por producciones similares a su rival. La próxima telenovela de este canal tendrá características de comedia y los protagonistas pasarán del típico romance adolescente a parejas más maduras.



Actualmente la telenovela que transmite Canal 13; "Sabor a ti" ocupa el segundo lugar en sintonía (1º "Romané"), también intenta rescatar y mostrar al público algo de nuestra cultura, ambientada en el campo da a conocer los procesos de producción del vino, el campo chileno y lugares turísticos del país, como en este caso el lago Rapel en la sexta región. Para esta producción, los actores al igual que en TVN también debieron prepararse con meses de anticipación a las grabaciones; clases de equitación y enología, lenguaje y acento campesino, etc.

La crisis que vive Canal 13 se ha visto reflejada de manera notoria tanto en sus noticieros como en sus producciones de telenovelas, esta situación ha generado la emigración de muchos de los actores "top" de este canal a Televisión Nacional. Cabe señalar que la baja sintonía y el poco éxito de estas producciones no se debe a la mala calidad de éstas, sino más bien al acierto del canal estatal con sus producciones.

### **Capítulo III**

#### **“Los Jóvenes y el Consumo Televisivo”**

### **3.1 Motivaciones y Percepciones: Construcción de Identidad en los Jóvenes**

Diversas son las razones que llevan al televidente a mirar un programa de televisión, a elegirlo y preferirlo, como también son diferentes las percepciones que se producirán en torno al mensaje que el programa quiere entregar.

“Las tradicionales funciones asignadas a la televisión de entretenimiento, información y educación son muy rudimentarias para describir con mayor exactitud la diversidad de motivaciones, expectativas y emociones que niños y jóvenes buscan satisfacer con la televisión”.<sup>21</sup>

Para algunos el programa puede significar compañía, entretenimiento o poder compartir junto a la familia, pero para otras personas este mismo programa puede significar aburrimiento lo que lo llevará a cambiar de canal y elegir otro programa que satisfaga sus necesidades.

---

<sup>21</sup> Florenzano, R, Molina, J, Televisión y Niños, TVN – CPU, Santiago de Chile, 1999

“La televisión también puede ofrecer un mundo de fantasía que permite escapar de los problemas cotidianos. La función de *escapismo* funciona tanto para los niños como para los adultos, y es uno de los mecanismos centrales de la función de entretenimiento de la televisión. Hay varios motivos por lo que los niños quieren ‘escapar’: ambientes familiares violentos o poco acogedores; mala experiencia en la escuela; niños tímidos con pocos amigos, entre otros”.<sup>22</sup>

“Hay evidencias que indican que niños que han vivido situaciones difíciles en las que, por ejemplo, adultos los han castigado o criticado de alguna forma, optan por pasar más tiempo viendo programas en los que se trata bien a los niños”.<sup>23</sup>

Para algunos televidentes un programa de entretenimiento puede significar aprender de su mensaje, como en el caso de las telenovelas o identificarse con las historias o personajes y para otros este mismo programa sólo sirva para pasar el tiempo.

---

<sup>22</sup> Gunter y Mc Aleer, 1997 en Estado del Arte de la Investigación sobre Niños y televisión, CNTV, Santiago de Chile, 1999

<sup>23</sup> *id*

Pasamos gran cantidad de tiempo en nuestras vidas relacionados con la televisión adoptando conductas y vocabularios de los programas televisivos, es una forma de descansar, evadir los problemas; muchas veces simplemente se enciende el televisor por compañía o costumbre, muchas veces los televisores permanecen encendidos sin contar con la presencia de público, lo que de todos modos aumenta el consumo, esta vez de manera indirecta, ya que el receptor si bien no está frente a la pantalla, quiéralo o no está recibiendo y captando ciertos mensajes.

La televisión es un medio capaz de influir en la vida de las personas, en su forma de pensar, forma de actuar o sentir, muchas veces nos hará reír, pensar y otras llorar, pero todo eso depende de la forma en que recibamos el mensaje, cada individuo recibe y reacciona de una forma diferente frente a los distintos programas.

Según el Consejo Nacional de Televisión<sup>24</sup>, la pena, la rabia y el miedo son las emociones que más se repiten frente a los distintos programas. El miedo se siente por lo general frente a las películas o series y muchas veces también por las imágenes transmitidas por los noticieros. Con relación a los sentimientos de rabia esta se presenta con mayor frecuencia frente a las telenovelas, películas, series y dibujos animados. Como programas generadores de pena, los jóvenes mencionaron las películas o series, telenovelas y noticias. La violencia es otro sentimiento que produce el estar expuesto a las noticias, películas y dibujos animados.

“Es importante destacar, en cuanto a los dibujos animados, que casi la totalidad de estos programas señalados como violentos corresponden a los de animación japonesa, entre los cuales los más importantes son: ‘Dragon Ball’, ‘Caballeros del Zodiaco’ y ‘Sailor Moon’, además de algunas películas de este género, como ‘Akira’”.<sup>25</sup>

El aburrimiento, costumbre, compartir en familia son algunas de las razones más comunes que nos llevan a encender el televisor, a veces simplemente por sentirnos acompañados, muchas veces lo encendemos y no lo estamos viendo. Distintas son las motivaciones que llevan a los receptores a sentarse frente a la pantalla, pero lo que sí está claro es que nadie puede estar sin el televisor.

En el caso particular de los jóvenes, según otro estudio del Consejo Nacional de Televisión<sup>26</sup>: la principal razón para ver televisión es la entretención y diversión con un 72 por ciento de menciones, en segundo lugar se menciona la educación y la sociabilidad.

Otra razón importante que lleva a los niños y jóvenes a ver la televisión, es la oportunidad de estar en compañía de sus padres, en el caso de las noticias muchas veces el público infantil y juvenil las observa no porque les guste, sino más bien por compartir en familia.

---

<sup>24</sup> CNTV, La Televisión y los Niños en Chile: Percepciones desde la Audiencia Infantil, Santiago de Chile, 1999

<sup>25</sup> id

<sup>26</sup> CNTV, Televisión y Niños: Percepciones de los Padres, Santiago de Chile, 1998

Muchas veces buscamos sentirnos identificados y reflejados frente a un programa, en especial los jóvenes que imitarán los estilos que impone la televisión. La televisión implanta modas especialmente entre los jóvenes que muchas veces adoptarán conductas, vocabulario, vestimenta, actitudes de la televisión, en especial de las telenovelas, donde los jóvenes se pondrán identificar con personajes, temas, problemas, etc.

“Los niños imitan comportamientos de la televisión. Estos incluyen conductas adecuadas – cantos, bailes, deporte – como inadecuadas – reacciones de lucha y combates imaginarios. En la opinión de padres, profesores y los mismos niños, estas conductas forman parte de un juego cuya intención es demostrar habilidades – marciales por ejemplo, sin la intención de agredir propiamente tal. En ocasiones, sin embargo, estos tienen consecuencias de daño, en particular entre los pre – escolares, razón por la cual un número importante de profesores ha sugerido a los apoderados prohibir la visualización de algunos programas de gran atractivo para los menores, pero que contienen violencia”.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Florenzano, R, Molina, J, Televisión y Niños, TVN – CPU, Santiago de Chile, 1999

En la etapa de la adolescencia es donde comienzan los cambios y búsqueda de la identidad personal, nace el interés por el sexo opuesto, las críticas hacia la familia y el medio en general, donde también se incluyen los medios de comunicación, en especial la televisión. El estado anímico y las emociones son factores que también influyen a la hora de elegir qué ver en televisión, la búsqueda de emociones y sensaciones, la ansiedad, en fin, son factores determinantes en las motivaciones para ver televisión.

La televisión es la encargada de llevar la moda hacia los espectadores, modas que muchas veces son impuestas por animadores, artistas y generalmente y en forma más notoria por las telenovelas.

Comienza la búsqueda de la personalidad y con esto la identificación con muchos de los personajes y programas de la televisión. Los jóvenes comienzan a imitar las conductas y actitudes, vestimenta y lenguaje ocupados en la televisión en busca de modelos que sirvan de guías en sus vidas.

Las telenovelas son quienes hasta ahora implantan la moda en televisión, desde la música hasta el lenguaje son imitados por miles de niños y jóvenes que buscan aprender o rescatar parte de las historias de las telenovelas para llevarlas o practicarlas en sus vidas.



“La necesidad de modelos afectivos lleva a los jóvenes en especial a los jóvenes populares y campesinos, a observar con activa curiosidad las conductas afectivas en los personajes de telenovelas: La ‘declaración’ amorosa o la ruptura del compromiso, las conductas en la relación, lo permitido o prohibido, todo ello es explorado con avidez a partir de las telenovelas”.<sup>28</sup>

La identificación con ciertos personajes de la televisión es algo común entre los niños y jóvenes, lo que cambia es el tipo de personaje con el que estos llegan a identificarse; mientras que los niños sueñan con parecerse a un personaje de ficción, los jóvenes se identifican con personajes reales.

Según un estudio del Consejo Nacional de Televisión<sup>29</sup>: los menores tienden a identificarse con personajes de su mismo sexo; las mujeres prefieren personajes ficcionales, pero que pueden llegar a ser reales, mientras que los hombres prefieren personajes ficcionales imposibles en la vida real. Los jóvenes de primero medio son quienes prefieren personajes adultos de la vida real.

---

<sup>28</sup> Fuenzalida, Valerio, Televisión y Cultura Cotidiana, CPU, Santiago de Chile, 1997

<sup>29</sup> CNTV, Pontificia Universidad Católica, 1999

Personajes como “El Rumpy” y “El Malo” han ganado gran aceptación entre el público joven, ambos son personajes irreverentes que ocupan un vocabulario distinto e informal donde cada uno de ellos dice lo que piensa de un modo directo y diferente. En el programa radial conducido por el Rumpy, “El Chacotero Sentimental” se tratan principalmente problemas de relaciones amorosas y de sexo de una manera suelta y sin tabúes, mientras que el personaje de Daniel Muñoz: “El Malo”, está cargado de violencia, de mala educación y actitudes rechazadas por la sociedad.

El “grado 1, 2 y 3” y el tono de voz del “Rumpy” ya forman parte del vocabulario de los jóvenes, que ha pasado a transformarse en una moda y un modelo de juventud no solo para los jóvenes, sino también para niños y adultos. En el caso del personaje de Daniel Muñoz, ocurre algo similar, muchas de las palabras y modismos de “El Malo” forman parte del vocabulario y actitudes de la gente en nuestro país.

En las telenovelas no es extraño que mientras estas se transmiten y hasta tiempo después de que han finalizado, niños y jóvenes imitan comportamientos, vestimenta y vestuario de los personajes de estas historias. “Adrenalina” es uno de los ejemplos de esto, muchas jóvenes comenzaron a imitar a las protagonistas cuyos personajes fueron considerados por muchos como *“insolentes e inmorales”* (“Cathy Winter” y “Alexis Opazo”), razón por la cual incluso el guión de la telenovela debió cambiar.

“En los jóvenes, la presencia de juventud, con sus dinámicas y conflictos, y de la música que sobrepasa su carácter incidental (que está en toda la teleserie y con canciones atractivas), constituyen rasgos particulares de las teleseries chilenas que motivan su consumo”.<sup>30</sup>

“Iorana” y “Romané” han llegado con gran éxito a la gente debido a que esta se reconoce con muchos de sus personajes, costumbres y lugares sintiéndolos en cierto modo cercanos. A la gente le gusta utilizar las mismas palabras empleadas por los personajes de estas historias; palabras en pascuense y romané forman parte del vocabulario de niños, jóvenes y adultos mientras, durante y después de que estas telenovelas son transmitidas.

---

<sup>30</sup> Ceneca, Estudio Focal de Consumo Televisivo, 1996

A pesar de que los jóvenes se identifican con muchos programas y personajes de la televisión, estos son muy críticos con respecto a la calidad de esta: “Manifiestan que la televisión es aburrida; hace perder el tiempo; no ayuda a la formación de valores; no apoya la educación de los jóvenes; no une a la familia; idiotiza; incentiva a la violencia; no aumenta el nivel cultural de las personas; hace que los jóvenes tengan conductas sexuales impropias. También confirman que la televisión no representa los intereses juveniles ni la opinión pública”.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup>Lagomarsino, M, Zarzuri, R, Espiritualidad, Televisión Abierta y Juventud: Percepción Juvenil, años 1996 – 1997, Ceneca, Santiago de Chile, 1998

## **Capítulo IV**

### **“La Recepción Televisiva”**

#### 4.1 RECEPTOR ACTIVO Y CRITICO JUVENIL ANTE LA PANTALLA

De la misma manera que con los años ha ido cambiando la televisión y con ello la programación y calidad de los programas emitidos, el receptor también ha evolucionado. De ser un mero espectador ha pasado a ser un receptor activo y crítico de la televisión actual.

Los estudios iniciales acerca del modelo de comunicación se basaban en: EMISOR - MENSAJE - RECEPTOR, donde se pensaba que el receptor sólo se limitaba a recibir el mensaje enviado por el emisor, en este caso la televisión. Sin embargo, a través de los años esto ha ido cambiando de manera notable, ya que el público es capaz de analizar, elegir o rechazar determinados mensajes entregados por los distintos géneros televisivos.

Antiguamente eran los canales de televisión quienes determinaban en cierta forma la programación y lo que debían ver los televidentes, hoy en cambio es el público quien determina lo que la televisión debe transmitir. El televidente es hoy capaz de influir de tal manera en la televisión que puede llegar a determinar la permanencia o el futuro de la programación.

Las distintas tecnologías entre las que se consideran como más importantes; el teléfono, fax y mail, además del people meter, permiten que sea el televidente el que escoja que es lo que quiere y espera de la televisión. La televisión entra a los hogares de manera interactiva por medio de la tecnología, mientras el people meter mide de manera constante las preferencias de la gente lo que definirá la continuación o cortes de los distintos programas.

"El receptor no es un objeto pasivo presa del demonio televisivo, sino por el contrario un sujeto activo, que interpreta, escoge, dialoga, conversa, apropiándose educativamente de lo que da sentido a su vida cotidiana en los diversos géneros que le ofrece el medio".<sup>32</sup>

El receptor dejó atrás la pasividad y se transformó en un receptor activo y participativo, que además es capaz de aceptar, rechazar, criticar, elogiar, aprender y aprehender los diversos mensajes televisivos.

---

<sup>32</sup> Correa, Enrique, "Prólogo" en Televisión y Cultura Cotidiana, Fuenzalida, Valerio, CPU, Santiago de Chile, 1997

“La misma información televisiva – la zona más racional de la tv – es recibida más emocional que analíticamente. Ante una información sesgada, la rabia es la reacción primaria por sobre consideraciones éticas o de frío cálculo de motivaciones. Los eventos deportivos despiertan excitación, ansiedad y suspenso. Los reportajes y documentales despiertan curiosidad por lo otro, se enraízan en la motivación del descentramiento. Las narraciones ficcionales presentan el atractivo de otros mundos, horizontes y problemas.

Los personajes provocan identificación, reconocimiento, exploración de otras situaciones u otras soluciones a problemas compartidos; pero también emoción de la aventura, del suspenso, odio y amor. La redundancia de las series hace racionalmente inexplicable su atractivo; pero su interés es justamente emocional: la novedad de la trama, las habilidades en pugna, las astucias en competencia, la maldad o crueldad que provoca rechazo, el desenlace pleno de ansiedad o distensión”.<sup>33</sup>

Existe una relación de cercanía entre el receptor y la televisión, donde el receptor experimenta diversas emociones tales como rabia, pena, alegría, miedo, rechazo, satisfacción, angustia, desesperación, etcétera, frente a los distintos géneros televisivos.

---

<sup>33</sup> Fuenzalida, V, Hermosilla, ME, Visiones y Ambiciones del Televidente, Ceneca, Santiago de Chile, 1989



El hecho de que la televisión sea un elemento básico en el hogar y que además provoque en la gente diversas reacciones ha llevado a la creación de diversos programas de educación para los medios de comunicación, con la intención de hacer de la televisión un medio de educación, tanto para alumnos como para profesores.

La educación para los medios de comunicación pretende formar a una persona crítica y activa frente a estos medios, utilizar la televisión como un instrumento para aprender a través de sus diversos géneros, como por ejemplo las noticias, reportajes, telenovelas, etc. y así aplicar el mensaje percibido a las distintas asignaturas.

En el estudio “La Televisión y los Niños en Chile: Percepciones Desde la Audiencia Infantil”, 1999, CNTV, se indica que el 84,7 por ciento de los jóvenes entrevistados afirmó aprender de la televisión, mientras que el 14,7 dijo no haber aprendido nada. De los niños que afirman haber aprendido de la televisión un 38,1 por ciento señaló haber aprendido principio, valores, moralejas o reglas de conductas y un 35,8 por ciento dijo haber adquirido conocimiento sobre los animales o naturaleza.

A pesar que los niños manifiestan aprender de la televisión, sólo el 55,3 por ciento afirma que sus profesores usan el televisor para enseñarle y un 47,9 por ciento indica que no lo hacen.

Las cifras muestran que los jóvenes si reconocen aprender de la televisión, lo que deja en claro que este medio puede y debe ser utilizado como material de apoyo en las clases y no tan sólo como un elemento para pasar el tiempo en las casas.

En el caso de los profesores, estos son quienes más prejuicios tienen en cuanto al tema de la educación por medio de la televisión. Para la mayoría de los docentes la televisión sigue siendo un elemento distractor y un mal ejemplo para niños y jóvenes y muestran muchas veces temor frente a este medio: “El docente compite con los efectos televisivos. Hay temor de una equívoca sustitución del rol educativo del docente a manos de la mediación televisiva”.<sup>34</sup>

Sin embargo un pequeño número de profesores reconoce que la televisión puede: reforzar la identidad nacional en los alumnos, aportar conocimientos en el ámbito regional, en el marco de la evolución de estas zonas del país, incorporar políticas televisivas dirigidas a la comunidad educativa, compatibles con las escuelas, facilitar la relación Escuela – Entorno Ecosocial.

“Este grupo de docentes reconoce un rol televisivo más allá de la didáctica escolar, cuyo alcance extra curricular es culturalmente enriquecedor. Allí se reconoce que la TV enriquece fantasías y lenguaje de niños y jóvenes”.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Olivari, JL, Bonadies, MF, Parga, P, Currículum y Televisión, Mineduc – Ceneca, Santiago de Chile, 1996

<sup>35</sup> *id*

Queda claro que tanto para alumnos como para profesores la televisión es un buen elemento dentro de la sala de clases, por esto Ceneca desde 1993 ha desarrollado el Programa de Recepción Activa de Televisión en diferentes colegios. Este programa cuenta con talleres orientados a la reconsideración del medio televisivo, potencialidad de los géneros y formatos, etc.

La idea de este programa es desarrollar un "salto" cualitativo: entrar en la **producción activa de televisión**, pasar de ser un receptor a un productor activo y crítico de televisión.

## **SEGUNDA PARTE**

### **LOS ADOLESCENTES DEL LICEO DARIO E. SALAS ANALISIS DE CONSUMO DE TELENÓVELAS CHILENAS**

## **Capítulo I**

### **“Descripción del Diseño y Método de Investigación”**

## 1.1 TIPO DE INVESTIGACION

Nuestro estudio es una investigación de tipo descriptivo. Hemos elegido este tipo de investigación, porque nos interesa saber como se manifiesta el grado de incidencia de la variable edad en las percepciones y motivaciones de los escolares de 14 a 18 años del Liceo Darío Enrique Salas con respecto a la televisión, más específicamente respecto de las telenovelas chilenas.

El diseño descriptivo es el que persigue dar a conocer como es un objeto, grupo público o mensaje. Esta descripción puede ser de mayor o menor profundidad, puede quedar en lo superficial o llegar a pormenorizar detalles como también alcanzar a establecer asociaciones entre variables.<sup>36</sup>

Otro motivo que nos llevo a elegir este tipo de investigación, es que podemos medir de forma independiente las variables que tienen que ver con nuestro problema, teniendo en cuenta que la finalidad no es relacionar las variables que estemos midiendo.

---

<sup>36</sup> Quezada, M Isabel, Notas Prácticas para la Investigación en la Comunicación, Universidad Diego Portales, Santiago de Chile, 1997

## 1.2 TIPO DE ENFOQUE

El estudio emprendido es de tipo cuantitativo. Cualitativo, porque intenta medir percepciones y motivaciones de un grupo de individuos, las cuales no se pueden cuantificar. Intentamos detallar ciertas situaciones y comportamientos del grupo que se ha decidido estudiar, tomando en cuenta las opiniones, creencias y experiencias de los jóvenes tal como ellos mismos las expresan.

Cuantitativo, porque debemos medir ciertas propiedades cuantificables, mediante operaciones matemáticas o estadísticas, de los datos obtenidos. Se buscará establecer en que grado existen, con qué intensidad o frecuencia se presentan un cierto rasgo o una variable dentro de nuestro objeto de estudio

Decidimos focalizar nuestro estudio en este tipo de enfoque, mediante cuestionarios y discusiones grupales que utilizaremos como instrumento de medición y que nos ayudarán a establecer ciertas características o rasgos que están presente en nuestro universo en relación con la percepción y motivación de las telenovelas chilenas.

### 1.3 UNIVERSO.

El objeto de estudio son los escolares de 14 a 18 años de ambos sexos pertenecientes a la educación municipalizada, el colegio escogido para este estudio fue el Liceo Darío Enrique Salas.

La decisión de escoger un liceo municipal surgió luego de revisar el estudio del Consejo Nacional de Televisión “La Televisión y los Niños en Chile: Percepciones Desde La Audiencia Infantil”, 1999, que indica que, “el nivel de consumo es mayor en los alumnos de colegios municipales. Ellos presentan un promedio de 143 minutos diarios, en tanto que en el caso de los niños de colegios particulares subvencionados esta cifra deciente a 129 minutos. Los alumnos de colegios particulares pagados ven 119 minutos diarios de televisión en promedio”.<sup>37</sup>

El Liceo Darío Enrique Salas fue el elegido por su antigüedad, gran cantidad de alumnos de estrato socioeconómico medio bajo y diversidad de opinión además, es un establecimiento abierto a todo tipo de investigación, con características que permiten desde el punto de vista metodológico de la investigación, cierta fiabilidad en el trabajo de campo.

---

<sup>37</sup> CNTV, La televisión y los Niños en Chile: Percepciones desde la Audiencia Infantil, Santiago de Chile, 1999



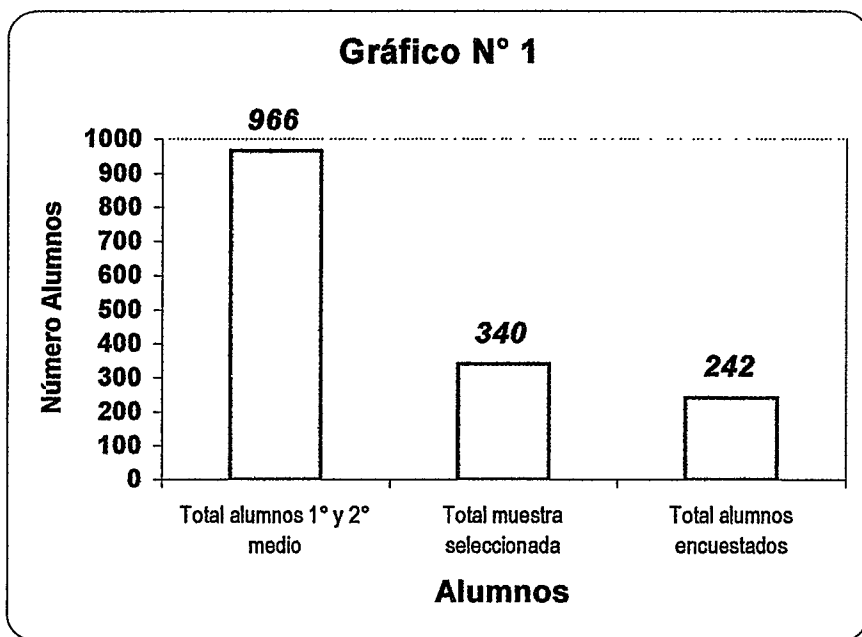
## 1.4 MUESTRA

El método y tipo de investigación escogida se planteó la selección de una muestra, la cual se seleccionó de la siguiente manera:

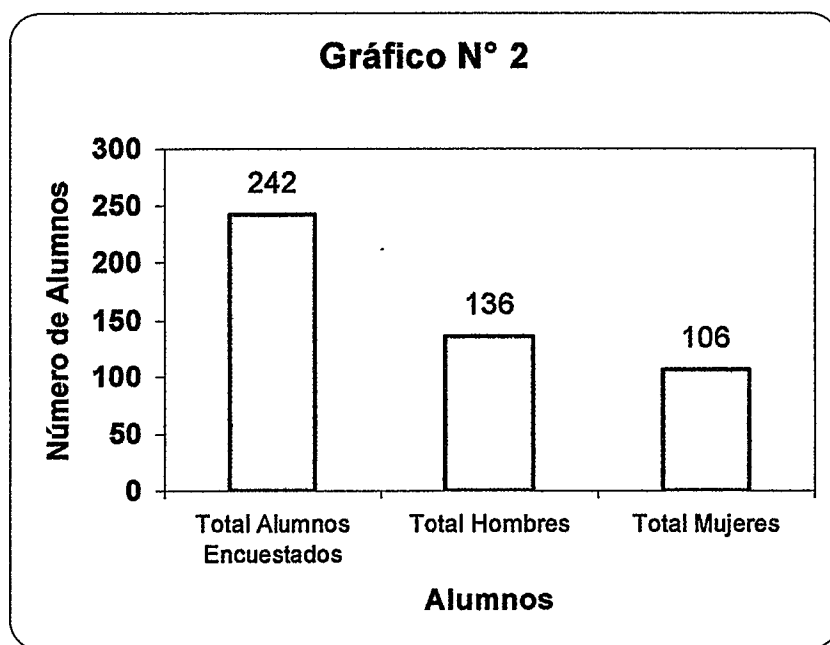
El Liceo escogido cuenta con once 1°s y doce 2°s medios los que en promedio cuentan con 42 alumnos por curso, sumando un total de 966 alumnos. Debido al tiempo y recursos económicos, se decidió seleccionar alrededor de 1/3 de la población, en una muestra simple al azar, la cual dio como resultado 8 cursos, es decir, 336 alumnos, los que se redondearon a 340.

Para realizar el cuestionario de manera equitativa se escogió al azar cuatro 1° (A, C, D, K) y cuatro 2° medios (G, J, L, M).

De la muestra seleccionada sólo 242 alumnos respondieron el cuestionario debido a la poca asistencia de cada curso (se esperaba aproximadamente 42 alumnos por curso).



El gráfico N° 2 muestra el total de alumnos encuestados, separados por sexo. De un total de 242 alumnos que respondieron la encuesta 136 eran hombres y 106 mujeres.



El trabajo de encuesta se realizó durante una jornada con la ayuda de profesores y orientadores, quienes cooperaron en la selección de los cursos.

Luego de analizar los datos de la encuesta se seleccionaron 16 alumnos divididos por edad de entre 14 a 16 años, a quienes se les entrevistó en dos grupos. Se excluyó de la muestra inicial a los alumnos de 17 y 18 años por constituir éstos una porción ínfima del total de la muestra (5 de 18 años y 12 de 17 años). Así mismo y por lo anteriormente mencionado, de haberlos considerados, podrían distorsionar las preferencias de los alumnos de su edad.

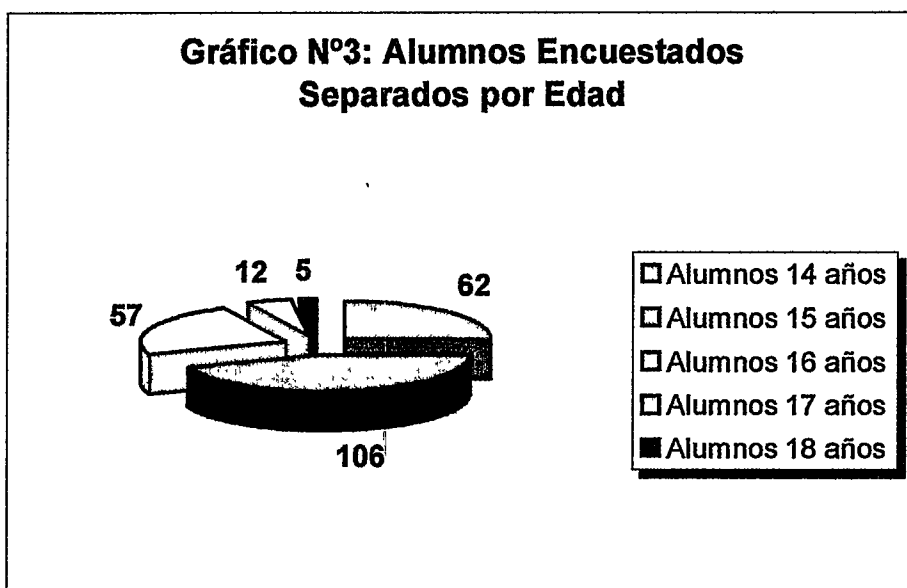
### 1.5 CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA.

Ambito : Liceo Darío Enrique Salas.

Muestra : Estudiantes de 14 a 18 años (1° y 2° medios).

Tamaño : 340 encuestas.

Método de muestreo : Azar.



El gráfico N° 3 muestra la cantidad de encuestados (hombres y mujeres) separados por edad, 62 alumnos de 14 años, equivalente a un 26%; 106 de 15 años, lo que equivale a un 43%, 57 de 16 años, equivalente a un 24%, 12 de 17 años, equivalente a un 5% y sólo 5 de 18 años, equivalente al 2%. Se observa que el mayor porcentaje de alumnos se concentra en el tramo 15 años.

## 1.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS

La técnica de recolección de datos elegida fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, que nos permite observar las variables independientes que forman los grupos que estamos observando, para realizar el análisis estadístico sobre los datos recogidos a través de nuestro cuestionario.

Debido al carácter cuantitativo de la metodología fue necesario incorporar la técnica de grupo de discusión para obtener datos comparativos acerca de las motivaciones y percepciones.

El cuestionario contiene 10 preguntas ordenadas según los indicadores señalados para la medición.

La primera parte de la encuesta intenta medir la cantidad de horas que los estudiantes dedican a ver televisión, las razones por las que ven televisión, cuáles son sus programas favoritos, por qué los eligen y con quiénes los comentan. La segunda parte intenta medir el consumo de telenovelas, razones de por qué las eligen y que es lo que opinan de ellas.

Las discusiones grupales se realizaron a 16 estudiantes de 14 a 16 años divididos en dos grupos. Estos alumnos fueron escogidos según las respuestas obtenidas en los cuestionarios.

## 1.7 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Hemos definido como variables, una propiedad que puede variar o adquirir diversos valores y cuya variación es susceptible de medirse.

En el caso de la investigación emprendida, se establecieron las siguientes variables:

### a) **Variables Independientes.**

|                     |   |                            |
|---------------------|---|----------------------------|
| Tipo de Estudiantes | : | Escolares de 14 a 18 años  |
| Sexo                | : | Femenino y Masculino       |
| Tiempo              | : | Segundo semestre 1999      |
| Espacio             | : | Liceo Darío Enrique Salas. |

**b) Variables Dependientes.**

Se utilizaron las siguientes conceptualizaciones para definir las variables dependientes:

Percepciones:       Aprehensión de la realidad por medio de los datos recibidos por los sentidos. Idea, acto del entendimiento.<sup>38</sup>

Motivaciones:       Factor psicológico, consciente o no, que predispone al individuo para realizar ciertas acciones, o para tender hacia ciertos fines (Una necesidad o una tendencia).<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Diccionario Enciclopédico Ilustrado, Océano Uno, Edición 1993

<sup>39</sup> id



## 1.8 HIPOTESIS

- Los alumnos de enseñanza media de 14 a 18 años, ven las telenovelas chilenas porque se sienten identificados con los personajes.
- Los escolares de entre 14 a 18 años ven las telenovelas chilenas porque se sienten identificados con las historias que estas narran.
- Las mujeres en el segmento 14 – 18 años ven mayor cantidad de horas de televisión y de telenovelas en relación con los hombres.
- Los alumnos de enseñanza media de ambos sexos toman como modelos a los personajes de las telenovelas, siguiendo su forma de vida, vestimenta y vocabulario.
- Los alumnos de enseñanza media de ambos sexos consideran a muchos de los personajes como ídolos y tratan de imitarlos.

## 1.9 DEFINICION DE LOS CONCEPTOS O VARIABLES

El estudio se planteó además, las siguientes definiciones operacionales y sus categorías correspondientes. Con el objeto de precisar indicadores para el procesamiento y análisis de datos se señalan los siguientes elementos:

### Definición Operacional

| <u>Variable</u>                     | <u>Categorías</u>                                                     |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1. - Consumo horas tv.              | Relación de consumo<br>entre hombres y mujeres<br>según rango etéreo. |
| 2. - Actitud frente a la televisión | Percepción de aceptación<br>o rechazo a ver televisión.               |
| 3. - Preferencias de programas      | Tipo de programación.                                                 |

#### 4. - Consumo de Telenovelas

Elección de telenovelas y  
motivaciones

Telenovelas Recordadas

Demandas a las  
telenovelas.

#### 5. - Percepción de telenovelas

Historia, vocabulario,

Personajes, vestimenta.

## 1.10 UNIDADES DE OBSERVACION

Las unidades de observación que constituyen el objeto de estudio central de la investigación fueron:

- Encuestas y entrevistas grupales a estudiantes de 1° y 2° medio
- Horas de consumo de telenovelas chilenas y programas
- Preferencias de programas según edad y sexo.
- Tipos de programas que los estudiantes prefieren
- Consumo de telenovelas
- Percepción de telenovelas
- Motivaciones para ver telenovelas
- Identificación con las telenovelas, historia, actores, vocabulario, vestimenta.

## 1.11 BITACORA

Para la realización de la investigación se eligió como técnicas la encuesta y la discusión grupal y como instrumento el cuestionario y la pauta de discusión. Era necesario escoger un colegio que cumpliera con todo lo que necesitábamos, es decir, municipalizado, estrato medio – bajo, con alumnos entre 14 y 18 años, de ambos sexos y de la Región Metropolitana. Alternativas había bastantes, sin embargo, debía considerarse la facilidad, en primer lugar de un centro educacional donde los alumnos tuvieran acceso a equipamiento televisivo y acceso a practicar sondeos en los cursos de enseñanza media; por todo esto se escogió el Liceo Darío E Salas, que contaba con todas estas características.

Luego de un par de reuniones con el director del Liceo señor José Orellana Véliz se nos autorizó a realizar nuestra investigación. El cuestionario se realizó en el mes de octubre a los cursos primero medio A, C, D y K y segundos G, J, L y M los que fueron escogidos al azar con la ayuda de los coordinadores del liceo señora Gabi Mieres y el señor Carlos Ocaranza.

La encuesta está dividida en cuatro partes: Consumo de televisión (promedios de horas diarias de consumo televisivo), razones para ver televisión, preferencias de programación y consumo de telenovelas.

Durante la realización de la encuesta todos los alumnos mostraron interés respondiendo a las preguntas. Debemos señalar que en todos los cursos escogidos contamos con la ayuda de los profesores.

Luego de un mes de tabulación y análisis de los cuestionarios regresamos al liceo para realizar la discusión grupal la que contó con el apoyo de los mismos coordinadores y profesores quienes nos facilitaron una sala y autorizaron a los alumnos escogidos a asistir a esta entrevista.

El primer grupo estuvo compuesto por dos mujeres y seis hombres de entre 14 y 15 años quienes mostraron interés y colaboraron en todo lo que se les pidió, transformándose más que en una discusión en una conversación amena y agradable.

El segundo grupo estuvo compuesto por cinco mujeres y tres hombres de entre 15 y 16 años que a diferencia del primer grupo mostraron claros signos de molestia y apatía lo que no permitió terminar la entrevista ya que sus respuestas sólo eran "Si y No".

## 2. ANALISIS DE DATOS.

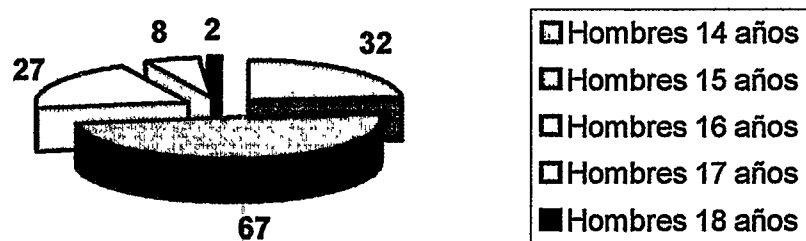
Para analizar las encuestas, estas fueron divididas por edad y por sexo:

En una primera fase del trabajo de análisis, se dividieron las encuestas contestadas en categorías etáreas y de sexo.

| <b>EDAD</b>    | <b>TOTAL</b> |  | <b>EDAD</b>    | <b>TOTAL</b> |
|----------------|--------------|--|----------------|--------------|
| MUJERES 14     | 30           |  | HOMBRES 14     | 32           |
| MUJERES 15     | 39           |  | HOMBRES 15     | 67           |
| MUJERES 16     | 30           |  | HOMBRES 16     | 27           |
| MUJERES 17     | 4            |  | HOMBRES 17     | 8            |
| MUJERES 18     | 3            |  | HOMBRES 18     | 2            |
| <b>MUJERES</b> | <b>106</b>   |  | <b>HOMBRES</b> | <b>136</b>   |

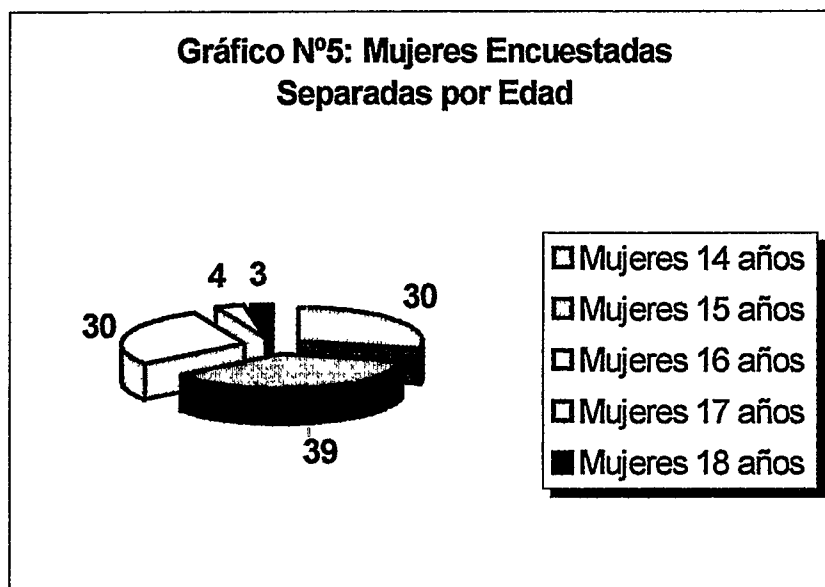
Cabe señalar que tal como lo indica el cuadro anterior, la cantidad de hombres es superior a la cantidad de mujeres encuestadas. Además no se consideró el dato curso ni escolaridad, ya que para la investigación no constituye un efecto relevante en el consumo televisivo.

**Gráfico N°4: Hombres Encuestados Separados por Edad**



El gráfico número 4 muestra la cantidad de hombres encuestados separados por edad, 32 hombres de 14 años, lo que equivale al 24%; 67 de 15 años, equivalente al 49%; 27 de 16 años, correspondientes al 20%; 8 de 17 años, equivalente a un 6% y 2 de 18 años, lo que equivale al 1%.





El gráfico N° 5, muestra la cantidad de mujeres encuestadas separadas por edad; 30 mujeres de 14 años, lo que corresponde a un 28%; 39 mujeres de 15 años, equivalente al 37%; 30 mujeres de 16 años, lo que equivale a un 28%; 4 mujeres de 17 años, equivalente a un 4% y 3 mujeres de 18 años, lo que equivale al 3% restante.

Finalmente para el análisis, los alumnos (mujeres y hombres) de 17 y 18 años, no fueron considerados por constituir un número reducido de opiniones, 8 alumnos de 17 años (4 mujeres y 4 hombres) y 5 alumnos de 18 (3 mujeres y 2 hombres).

## 2.1 NIVEL DE CONSUMO

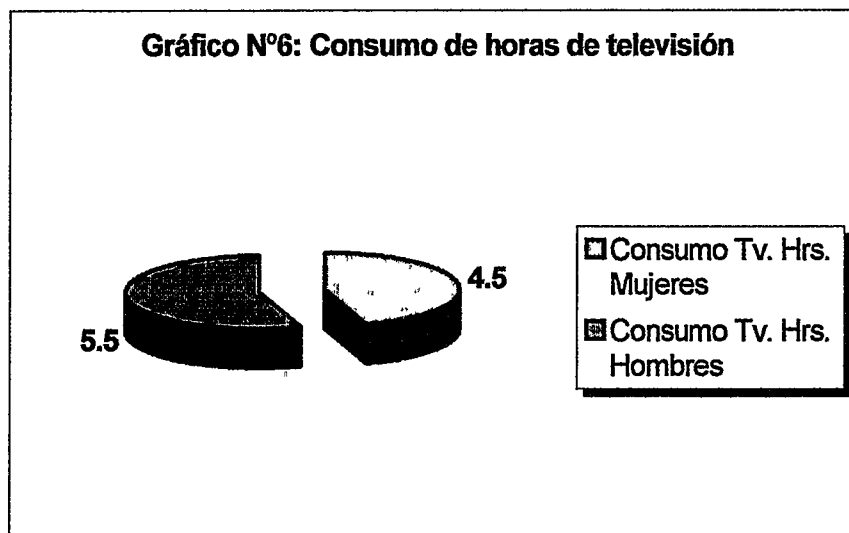
La primera variable planteada ¿Cuántas horas al día ves televisión?:

Las mujeres de 14 años, ven en promedio 5,2 horas de televisión al día; las mujeres de 15 años ven en promedio 4,5 horas; las mujeres de 16 ven 4,6 horas; las de 17 años 4,2 las de 18 años 4 horas diarias. El promedio de horas que las mujeres destinan a ver televisión es de 4,5.

Los hombres de 14 años ven en promedio 6,2 horas de televisión al día; los hombres de 15 años ven 5,3 horas; los de 16 5,6 horas, en tanto los hombres de 17 y 18 años ven 6 horas de televisión diarias. El promedio de horas que dedican los hombres a ver televisión es de 5,5, lo que indica un leve aumento en el consumo por parte de estos.

El promedio total de hombres y mujeres es de 5 horas diarias.

El gráfico N° 6 muestra el promedio de horas de consumo de televisión de hombres y mujeres de 14 a 18 años de edad.



Un primer acercamiento analítico señala que las mujeres tienden a consumir menos horas de televisión que los hombres, sin embargo, la diferencia es estrecha, lo que señala que no hay variaciones significativas de consumo televisivo en ambos sexos.

El promedio de consumo de las mujeres es de 4,5 hrs, mientras que el promedio de los hombres es de 5.5 hrs al día.

Estos resultados entregados en el cuestionario fueron confirmados por los jóvenes en las discusiones grupales. Al conversar con ellos las respuestas más recurrentes fueron:

**"Veo como cinco horas diarias dos en la mañana y tres en la tarde, en la noche cuando llego del colegio"** (Hombre de 15 años)

**"Veo como cuatro horas en la mañana, porque igual me levanto temprano no tengo nada que hacer y en la tarde cuando llego veo unas cuatro horas más"** (Hombre de 14 años).

**"Yo veo en la mañana una pura hora porque tengo que tener tiempo pa' ordenar mis cosas y en la noche veo dos horas tomando once"** (Mujer de 15 años).

**"Generalmente en la mañana veo dos horas o una y en la noche tomando once media hora o la novela que esta viendo mi mamá"** (Mujer de 14 años)

## 2.2 RAZONES PARA VER TELEVISION

La segunda variable muestra las razones que tienen los alumnos para ver televisión. Frente a la pregunta ¿Por qué ves televisión?, las respuestas más recurrentes entre hombres y mujeres fueron similares independiente de la edad de los alumnos. El siguiente cuadro muestra las tres primeras razones.

### Razones para ver Televisión Hombres

| EDAD | TOTAL | 1° PREFERENCIA  | 2° PREFERENCIA   | 3° PREFERENCIA   |
|------|-------|-----------------|------------------|------------------|
| 14   | 32    | Entretenimiento | Me Gusta         | Distracción      |
| 15   | 67    | Entretenimiento | Me Gusta         | Por Aburrimiento |
| 16   | 21    | Entretenimiento | Por Aburrimiento | Me Gusta         |

### Razones para ver Televisión Mujeres

| EDAD | TOTAL | 1° PREFERENCIA  | 2° PREFERENCIA   | 3° PREFERENCIA   |
|------|-------|-----------------|------------------|------------------|
| 14   | 30    | Entretenimiento | Me Gusta         | Por Aburrimiento |
| 15   | 23    | Entretenimiento | Me Gusta         | Por Aburrimiento |
| 16   | 30    | Entretenimiento | Por Aburrimiento | Me Gusta         |

Como se observa en los cuadros anteriores las principales razones para ver televisión son “Entretención”, “Me gusta” y “Por aburrimiento”. “Entretención” es la razón principal que tienen los adolescentes para ver televisión, sin embargo “por aburrimiento”, alcanza también un gran número de preferencias, al igual que; “nada más que hacer”, “relaja”, “enseña”, y “por costumbre”.

Además se puede observar que la razón “Por Aburrimiento” es la segunda preferencia entregada por hombres y mujeres de 16 años, lo que podría indicar que mientras más edad tienen, menor es el interés por la televisión o que el consumo de esta es más seleccionada, ya que como ellos mismos manifestaron, a diferencia de los jóvenes de 14 y 15 años que permanecen más en sus hogares, los estudiantes de 16 años comienzan a tener otras actividades o intereses como *“escuchar música”, “juntarse con los amigos” o “salir con la polola (o)”*

Al conversar con los jóvenes expresan que las razones que los llevan a ver televisión son por lo general las mismas que indican en el cuestionario, entretención y aburrimiento. Sin embargo en la conversación aparecieron respuestas como ***“Para no sentirme solo”; “Para escuchar algo”; “Porque así pasan más rápidas las horas”; “Para saber que pasa en el mundo”; “Me gusta informarme”; “Me educa”; “Prefiero quedarme viendo tele a irme a fumar un pito”, etc.***

Los datos obtenidos en los grupos de discusión muestran que para muchos jóvenes la televisión es un medio que les entrega compañía y les permite escapar de sus momentos de aburrimiento, además de aprender e informarse a través de los distintos programas.

Además los jóvenes tienen una opinión crítica sobre la televisión, su calidad y sus programas; manifiestan que estas entregan programas de mala calidad donde critican especialmente a “Viva el Lunes” por considerarlo un programa frívolo. Expresan que a la televisión chilena le falta exhibir programas que tengan mayor contenido cultural donde ellos pueden aprender y destacan como programas de alto nivel cultural a “Mea Culpa”, “Cine Video”, “Aquí en Vivo”, etc.

## 2.3 PREFERENCIAS DE PROGRAMACION

La siguiente variable planteada indaga en los programas favoritos de los adolescentes y las razones que los llevan a preferirlos. Los siguiente cuadros muestran las tres primeras preferencias de hombres y mujeres separados por edad.

### Preferencia Programas Hombres

| EDAD | TOTAL | 1° PREFERENCIA   | 2° PREFERENCIA         | 3° PREFERENCIA         |
|------|-------|------------------|------------------------|------------------------|
| 14   | 32    | Dibujos Animados | "Mea Culpa"            | Telenovelas Nacionales |
| 15   | 67    | Dibujos animados | "Plaza Italia"         | Telenovelas Nacionales |
| 16   | 27    | Dibujos Animados | Telenovelas Nacionales | "Mea Culpa"            |

### Preferencia Programas Mujeres

| EDAD | TOTAL | 1° PREFERENCIA   | 2° PREFERENCIA          | 3° PREFERENCIA         |
|------|-------|------------------|-------------------------|------------------------|
| 14   | 30    | "Mea Culpa"      | Matinales               | Dibujos Animados       |
| 15   | 39    | "Mea Culpa"      | Dibujos Animados        | Telenovelas Nacionales |
| 16   | 30    | Dibujos Animados | Telenovelas Extranjeras | Telenovelas nacionales |



Aun que los “Dibujos Animados” son señalados por los hombres como la primera preferencia, al conversar con ellos en la discusión grupal éstos expresaron que los ven principalmente porque en el horario en que se encuentran en sus casas los canales sólo transmiten dibujos animados o matinales. Sin embargo, de los dibujos animados prefieren la animación japonesa debido a que estos muestran mayor acción y violencia, lo que los distingue de los tradicionales “monitos”.

Llama la atención que “Mea Culpa”, sea uno de los programas favoritos de los alumnos, quienes lo consideran como interesante y a la vez educador, ya que según opiniones de los propios jóvenes, muestra la realidad de los crímenes y les enseña acerca de lo “bueno” y lo “malo” y agregan además que les muestra una realidad poco conocida para ellos, pero que “le puede pasar a cualquiera de nosotros”, según sus palabras.

En el grupo de discusión el programa más comentado también fue “Mea Culpa”, considerado como un programa que enseña, educa y muestra de nuestro país

**“Mea Culpa me muestra como es el sistema judicial en Chile”** (Hombre de 16 años)

**“Muestra la realidad de los crímenes”** (Mujer de 14 años)

**Mea Culpa es un programa cultural que nos muestra lo importante que es la educación ya que la mayoría de los crímenes son cometidos por gente sin educación"** (Mujer de 15 años)

Las telenovelas también están dentro de los programas preferidos, sin embargo al consultar las razones, muchos de ellos responden que las ven por costumbre y por que los entretiene.

La "Lucha Libre", si bien no está dentro de las más altas preferencias es uno de los programas más vistos por hombres y mujeres, mientras que programas como "Nuestro siglo", "Informe especial" y "noticias", no tienen tanta preferencia, pero quienes los mencionan dan como razón principal el querer estar informado de lo que pasa en nuestro país.

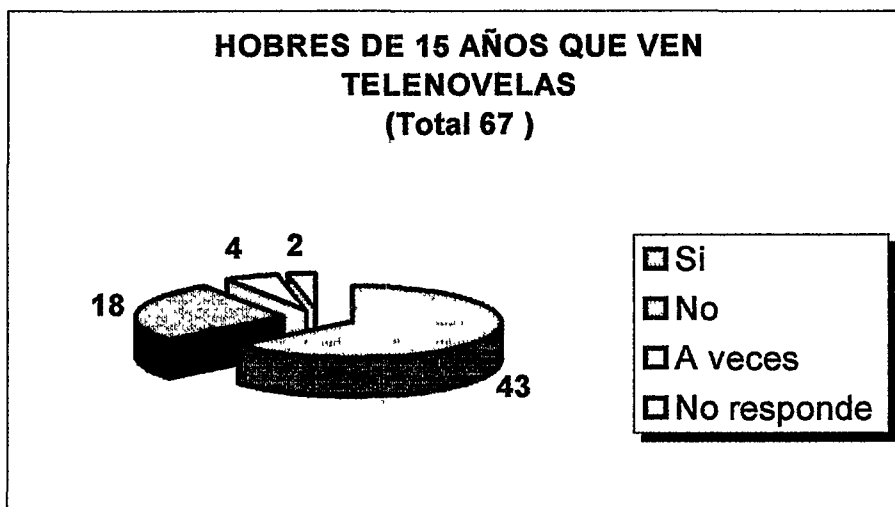
## 2.4 CONSUMO DE TELENÓVELAS

Esta última parte fue la más importante de esta investigación, ya que intentó medir el consumo de telenovelas, las razones que llevan a este consumo, las telenovelas más recordadas, críticas a los actores y a los contenidos de las historias, sus propios aportes a las telenovelas chilenas y lo que ellos perciben de este género.

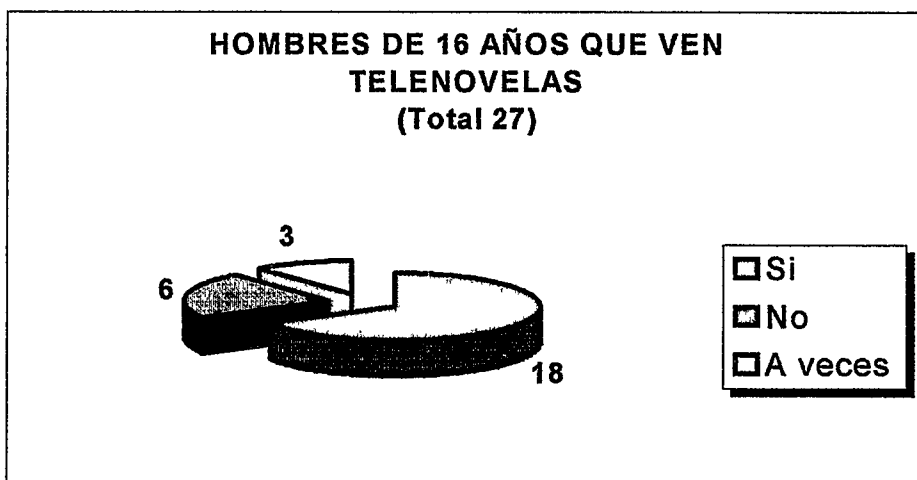
Los siguientes gráficos muestran la cantidad de mujeres y hombres que ven telenovelas.



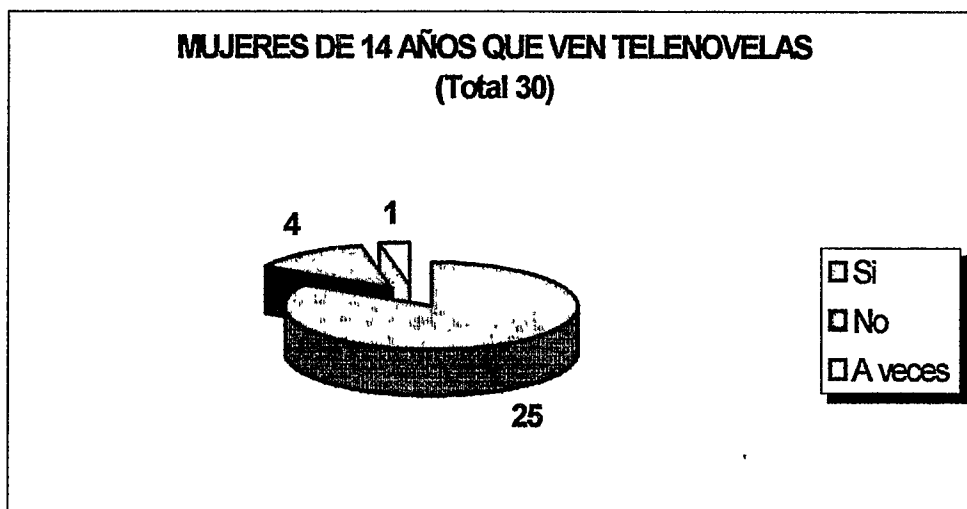
Del gráfico anterior se desprende que de los 32 hombres de 14 años encuestados; El 85% (27 alumnos) afirma ver telenovelas, el 9% (3 alumnos) dice no hacerlo, un 3% (1 alumno) responde que lo hace a veces y el 3% restante (1 alumno) no responde.



De un total de 67 hombres de 15 años encuestados; El 64% (43 alumnos) dice ver telenovelas, el 27% (18 alumnos) responde que no ve telenovelas, un 6% (4 alumnos) indica que lo hace a veces y el 3% restante (2 alumnos) no responde.

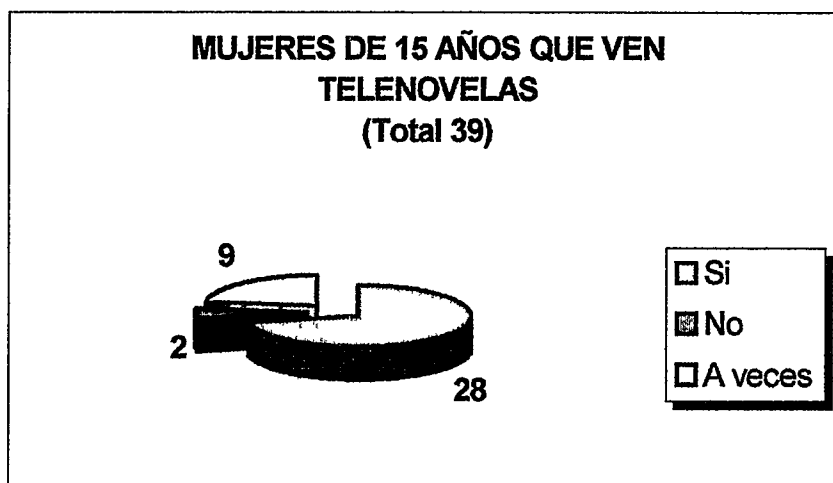


De un total de 27 hombres de 16 años; El 67% (18 alumnos) afirma ver telenovelas, el 22% (6 alumnos) responde no ver telenovelas y el 11% restante (3 alumnos) dice hacerlo solo a veces.

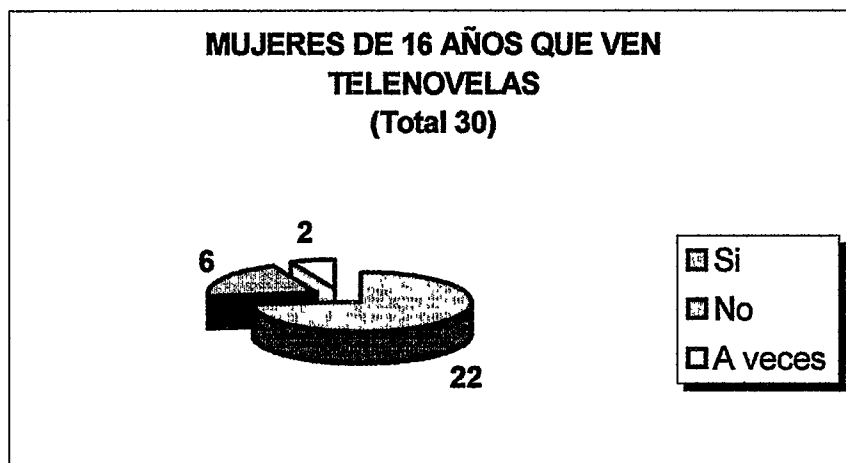


De un total de 30 mujeres de 14 años encuestadas; El 84% (25 alumnas) afirma ver telenovelas, el 13% (4 alumnas) dice no hacerlo, mientras que un 3% (1 alumna) dice verlas solo a veces.





De un total de 39 mujeres de 15 años encuestadas; El 72% (28 alumnas) afirma ver telenovelas, el 23% (alumnas) dice hacerlo solo a veces, mientras que el 5% restante (1 alumna) responde no ver telenovelas.



De un total de 30 mujeres de 16 años encuestadas; el 73% (22 alumnas) afirma ver telenovelas, el 20% (6 alumnas) dice verlas solo a veces y el 7% restante (2 alumnas) responde no ver telenovelas.

En la preferencia por las telenovelas no se observa diferencia entre hombres y mujeres. A pesar que los hombres no se reconocen abiertamente como consumidores de telenovelas las encuestas muestran lo contrario, y las razones que las llevan a elegir las son las mismas que dan las mujeres; ***“Me gustan”, “Porque la historia es entretenida”, “Por costumbre”, “Porque la familia las ve”, “Por los actores”.***

Cabe señalar que las respuestas de los jóvenes en el cuestionario, indican muchas veces que ven telenovelas *“por costumbre”* o *“por que otro miembro de la familia las ve”*. Sin embargo, en la discusión grupal, todos opinaron acerca de las distintas telenovelas mencionadas, lo que indica claramente que aunque no se reconocen como consumidores habituales de este género, están al tanto con las historias y por lo general siguen una telenovela capítulo por capítulo.

***“Yo pienso que las telenovelas le sirven a la gente como para desconectarse del mundo y meterse en un mundo irreal”.*** (Hombre 15 años).

***“Al final uno de repente en la telenovela se ríe de lo que está pasando y al final al otro día a lo mejor le puede pasar a uno lo mismo”.*** (Mujer 14 años).

***"Yo encuentro que la telenovela cuando termina siempre queda como que lo va a matar o no lo va a matar, todos quedan con la duda y hay que verla al otro día para saber si lo mató o la mató".*** (Hombre 14 años).

***"Uno ve telenovelas porque es como el mundo ficticio, así como el mundo que nunca va a ser, pero uno se engancha porque ve más drama".***

(Mujer 15 años).

## 2.5 TELENOVELAS MÁS RECORDADAS

El siguiente cuadro muestra las tres telenovelas más recordadas:

### Telenovelas mas Recordadas Hombres

| EDAD | TOTAL | 1. PREFERENCIA | 2. PREFERENCIA | 3. PREFERENCIA |
|------|-------|----------------|----------------|----------------|
| 14   | 32    | LA FIERA       | SUCUPIRA       | IORANA         |
| 15   | 67    | SUCUPIRA       | ADRENALINA     | PLAYA SALVAJE  |
| 16   | 27    | SUCUPIRA       | ADRENALINA     | LA FIERA       |

### Telenovelas mas Recordadas Mujeres

| EDAD | TOTAL | 1. PREFERENCIA | 2. PREFERENCIA  | 3. PREFERENCIA   |
|------|-------|----------------|-----------------|------------------|
| 14   | 30    | ADRENALINA     | PLAYA SALVAJE   | AMOR A DOMICILIO |
| 15   | 39    | ADRENALINA     | LA FIERA        | ESTUPIDO CUPIDO  |
| 16   | 30    | ADRENALINA     | ESTUPIDO CUPIDO | PLAYA SALVAJE    |

A pesar que las respuestas son muy similares entre hombres y mujeres, éstas últimas tienen una marcada preferencia por “adrenalina”, telenovela transmitida por Canal 13. Otras de las telenovelas más recordadas son La Fiera, Estúpido Cupido, Playa Salvaje y Marparaíso. Todas éstas caracterizadas por personajes cuyas vidas resultan atractivas para el público adolescente.

***“Adrenalina’ era de estudiantes jóvenes, era como la vida de nosotras.***

***La forma de hablar se me pegó harto, a cada rato decía ¿cachái? Y ahora sigo”.*** (Mujer 16 años)

***“Adrenalina’ yo también la vi y como que pegó por lo del colegio”.***

(Mujer 16 años)

***“Yo siempre me acuerdo de ‘La Fiera’, porque era una mujer fuerte,***

***diferente al resto de las mujeres, era una mujer con un carácter fuerte”***

(Mujer 15 años)

En tanto, para los hombres, “Sucupira” es la telenovela que más recuerdan, pero seguidas a este resultado se encuentra “Adrenalina” Y “Estúpido Cupido”

***“Yo no veo muchas telenovelas, pero me acuerdo de ‘Sucupira’, sobre***

***todo del Juan Burro”.*** (Hombre 16 años).

**"De la que yo más me acuerdo es de 'Adrenalina', por las minas".**

(Hombre 16 años)

**"La que más me gustó fue 'Estúpido Cupido', porque la monja era chora y no como las típicas monjas".** (Hombre 16 años)

## 2.6 ELECCION DE TELENOVELAS

Frente a la pregunta ¿qué telenovela estas viendo ahora y por que la elegiste?, todos afirmaron estar siguiendo una, contradiciéndose con lo que afirmaron en la pregunta cuatro, donde la gran mayoría señaló no ser un consumidor habitual de este género. Cerro Alegre y Aquelarre obtuvieron gran mayoría. Las razones para elegir la primera fueron que; *“Mostraba la vida en el Puerto de Valparaíso”, “Era más real”, “Más entretenida” y “Mejor elenco”*. En cambio quienes prefieren Aquelarre lo hacen porque los actores se asemejan más al estereotipo chileno y por considerar que las telenovelas de Canal 13 son “muy cuicas”.

*“Yo veo ‘Cerro Alegre’, porque muestra la vida del porteño, cómo es la ciudad, los cerros, las calles, etc. Uno la ve pa’ conocer Valparaíso”*.

(Hombre 15 años).

*“Veo ‘Cerro Alegre’ por los personajes y a parte porque muestra la vida de los jóvenes, se habitúa al típico porteño, al roto, en cambio ‘Aquelarre’, yo creo que es una telenovela más pa’ viejos”*. (Mujer 15 años).



**"'Aquelarre' la veo más por los actores, en cambio las del 13 son siempre modelos, no son profesionales, en cambio las del 7. Francisco Reyes, Claudia Di Girolamo, por eso uno las ve, por ejemplo 'La Fiera' muestran como la cultura de Chile, una teleserie en Chiloé".** (Mujer 15 años).

**"Las teleseries del 13 no me gustan porque muestran puros rubios de ojos verdes y en Chile la gente no es así".** (Hombre 15 años).

## 2.7 DEMANDAS A LAS TELENÓVELAS CHILENAS

Al consultar ¿qué le agregarías o quitarías a la telenovela que estás viendo?, las respuestas más recurrentes tanto para hombres como para mujeres, sin considerar la edad, fueron “Agregar sexo”, “Más violencia” y “Más realidad” y le quitarían “lo cartuchas”. Cabe señalar que una alta mayoría respondió que no le agregaría ni quitaría nada.

Al considerar que le agregarían más sexo y más violencia, se explica claramente porqué la telenovela brasileña “Xica da Silva”, está dentro de las más vistas, ya que está contiene un alto grado de sexualidad y al tratar el tema de la esclavitud también incluye la violencia.

**“Les quitaría los ‘cuñcos’ y le agregaría más humor”** (Mujer 15 años)

**“Me gustaría que mostraran más la realidad chilena, le agregaría romances entre personas mayores de 35 años”** (Hombre 15 años)

**“Le quitaría el ‘cartuchismo’ y le agregaría picardía”** (Mujer 16 años)

**“Le agregaría más intriga y suspenso”** (Mujer 14 años)

**“Le agregaría más sexo”** (Hombre 15 años)

## 2.8 PERSONAJES FAVORITOS DE TELENÓVELAS

Tanto en el cuestionario como en la discusión grupal, los jóvenes señalaron que más que preocuparse de los personajes de las telenovelas, les interesa la calidad actuarial de los mismos, sin embargo a la hora de escoger un personaje que les haya gustado o quien les haya despertado simpatía o agrado, los más nombrados son los personajes que llevan el humor en las historias, como por ejemplo: “Juan Burro” de “Sucupira”; “Zulema Chávez” y “Heidi” de “Cerro Alegre”; “Ernesto” de “La Fiera”.

Al consultarles sobre la calidad actuarial que ellos nombran, destacan como ejemplo de buenos actores a Cristián Campos con su personaje “Iván Andrade” en “Marparaíso”; Claudia Di Girolamo como “Catalina Chamorro” en “La Fiera” y María Izquierdo con su personaje “Raquel Thomson, en “Cerro Alegre”.

***“Los buenos actores son los que tratan de ser más humanos, los del 7 cuando lloran lo hacen de verdad, en cambio a los del 13 como que uno no les cree”*** (Mujer 14 años)

***“Hay actores que tienen caleta de años y actúan en diferentes papeles y todos les salen bien”*** (Hombre 14 años)

**"Son mejores los viejos, Cristián Campos y María Izquierdo, de un personaje picante pasó a ser la 'Raquel Thomson', igual Campos que antes era malo y ahora es bueno".** (Mujer 15 años)

**"Me gustan las telenovelas para ver los buenos actores que tenemos en nuestro país, hasta que punto son capaces de llegar, el profesionalismo que existe en ellos, lo que me pueden entregar como persona".** (Hombre 14 años).

## 2.9 IDENTIFICACIÓN

El tema de la identificación de los jóvenes con ciertos personajes, actores o historias de telenovelas, no fue tratado en el cuestionario. Sin embargo, en la discusión grupal el tema fue abordado por los mismos entrevistados.

Los jóvenes expresaron no sentirse identificados con los puntos mencionados anteriormente, debido en gran parte a que en el caso de las historias, éstas no corresponden al estilo de vida que llevan ellos. Les causa molestia que en las telenovelas siempre todo sea perfecto y que los actores no representen al típico chileno, sobre todo en las historias de Canal 13, donde expresan que todos los actores son “*bonitos*” y de “*vida exitosa*”.

A diferencia de lo planteado en un comienzo, los jóvenes entrevistados son bastante críticos con respecto a las historias y actores de las telenovelas

A pesar de todos los comentarios hechos por ellos, se nota cierta influencia de algunos personajes, en especial en vocabulario y vestimenta.

***“Yo he escuchado a amigas que hablan como la ‘Heidi’ (‘Cerro Alegre’),***

***pero encuentro que lo toman como para la moda”.*** (Mujer 15 años)

**"Mis amigas cuando dieron 'Adrenalina', se peinaban igual que la Francisca Merino y se vestían igual que ella también".** (Mujer 16 años)

**"Ahora hay una niña, no sé como se llama, una rubia que usa pantalones con falda. A mí no me gusta, pero se pega en las demás niñas".**

(Mujer 16 años)

**"Hay muchas niñas que se visten y hablan igual que la Heidi de 'Cerro Alegre'".** (Hombre 16 años)

### 3 CONCLUSIONES

Del estudio se puede concluir lo siguiente:

#### Nivel de Consumo

- Las mujeres de entre 14 y 18 años, ven en promedio 4,5 horas de televisión diarias.
- Los hombres de entre 14 y 18 años, ven en promedio 5,5 horas de televisión diarias.

Con relación al consumo de televisión se concluye que a diferencia de lo mencionado en las hipótesis donde se pensaba que las mujeres eran mayores consumidoras de televisión que los hombres, son los hombres de entre 14 y 18 años quienes presentan el mayor consumo de horas de televisión al día, con un promedio de 5,5 horas, mientras las mujeres consumen en promedio 4,5 horas.

Se puede concluir además que los mayores consumidores, tanto hombres como mujeres, son los jóvenes de 14 años, bajando el consumo en el caso de las mujeres a medida que aumenta la edad, lo que se explica en parte debido al aumento en las actividades u obligaciones. Sin embargo, en el caso de los hombres el consumo va en aumento con relación a la edad.

A diferencia de los hombres, para las mujeres la televisión es secundaria en sus labores diarias. Comparten sus actividades (tareas escolares, labores domésticas, etc.), con la televisión.

Si bien la diferencia es estrecha, los hombres de estas edades se consideran a sí mismos como grandes consumidores de televisión, mientras que las mujeres no reconocen - pese a los resultados - su calidad de grandes consumidoras de televisión.

### Razones para ver Televisión

Las principales razones que llevan a los jóvenes a ver televisión – según este estudio – son las siguientes:

- Entretenimiento
- Me Gusta
- Por Aburrimiento

Si bien no es un punto mencionado en las hipótesis, podemos decir que los jóvenes además de ver televisión porque los entretiene o porque les gusta, muchas veces lo hacen por sentirse de alguna forma acompañados y como una forma de escape de la realidad. Si bien no le atribuyen grandes cualidades a la televisión y son bastante críticos frente a la programación que esta entrega, recurren a ella porque simplemente no tienen nada más que hacer.



### Preferencias de Programación

Con relación a las preferencias de programación, se concluye lo siguiente:

- Los hombres de entre 14 y 16 años, prefieren en materia de programación en primer lugar los Dibujos Animados, seguidos por “Mea Culpa” y por último las Telenovelas Nacionales.
- Las mujeres de entre 14 y 16 años, prefieren en primer lugar “Mea Culpa”, los Dibujos Animados y Telenovelas Nacionales.

A pesar de los resultados que arrojaron los cuestionarios, se puede concluir que los jóvenes son bastante exigentes a la hora de elegir un programa específico. Lo que los jóvenes buscan en la televisión, son programas de los cuales ellos mismos puedan aprender, como en el caso de “Mea culpa”, programa que debido a la crudeza de los crímenes, los hace en cierta forma valorar más la educación.

Si bien consideran la programación televisiva como frívola y de baja calidad, intentan encontrar enseñanzas en programas de la “vida real”, como “Mea Culpa” y “Aquí en Vivo”, realidades que si bien no los representan, los incentivan a seguir por un camino completamente opuesto al reflejado en esas historias.

### Consumo de Telenovelas

Acerca del consumo de telenovelas por parte de los jóvenes de entre 14 y 16 años, se puede concluir lo siguiente:

Los jóvenes de entre 14 y 16 años de ambos sexos, son grandes consumidores de telenovelas. Sin embargo, las razones que los llevan a consumir este tipo de programación son muy distintas a las planteadas desde un comienzo en las hipótesis.

Los jóvenes no se sienten identificados ni reflejados con las historias de las telenovelas, sin embargo las prefieren para insertarse en un mundo que no les pertenece y al que sienten muy lejano.

Los jóvenes encuestados – a diferencia de lo presentado en las hipótesis – no toman como modelos a los actores ni personajes de las telenovelas. Sin embargo, las mujeres adoptan ciertas conductas y vocabulario de los personajes que más les llaman la atención, a pesar de que dichos personajes en un momento les causaron molestia y desagrado, aún conservan muchos modismos utilizados por determinadas actrices.

Los jóvenes entrevistados – de ambos sexos – eligen las telenovelas de acuerdo a la calidad de los actores, prefiriendo todos a los actores que llevan más años en televisión. Son bastante exigentes y críticos frente a la calidad actuarial, utilizando como medio de calificación, las emociones que producen los actores en sus vidas.

Sienten un marcado rechazo por las telenovelas de Canal 13, debido a que no consideran a sus actores representativos ni de la juventud ni como estereotipo de chileno.

Si se trata de escoger una telenovela, hay una clara preferencia por las producciones de TVN, a las que consideran como más cercanas a la realidad de todos los chilenos y a sus actores más cercanos al estereotipo de chileno.

Creer y consideran que las telenovelas pueden influir en los demás, sin considerarse ellos dentro de ese grupo, y que por lo mismo las telenovelas debieran acercarse más a la realidad de cada uno de los televidentes.

En general consideran que las telenovelas chilenas son de buena calidad, sin embargo consideran que deberían tener más sexo y más violencia, como en el caso de las telenovelas brasileñas.

De todo esto se puede concluir que para los jóvenes de entre 14 y 16 años, hombres y mujeres del Liceo Darío Enrique Salas, las telenovelas son consideradas como un programa más dentro de la programación de la televisión chilena y que si bien los canales productores de estas historias gastan e invierten grandes sumas de dinero en los lanzamientos y durante la transmisión de dichas historias, para estos jóvenes importa más la calidad de los actores que las mismas historias.

Sienten claramente una lejanía tanto con los personajes de las telenovelas como con las historias narradas en ellas, consideradas por muchos como ficticias, aunque más de alguno consideró la posibilidad de vivenciar alguna vez lo narrado en estas historias.

## BIBLIOGRAFIA CITADA

- Assadi, Silva. Tesis **“Telenovela Chilena e Identidad Nacional”**, Universidad Diego Portales, Santiago, 1996.
- Diccionario Enciclopédico Ilustrado **Océano Uno**, 1993.
- El Mercurio de Santiago, 16 de abril, 2000.
- Ceneca, **Estudio Focal de Consumo Televisivo**, 1996
- Consejo Nacional de Televisión, **La Televisión y los Niños en Chile: Percepciones Desde la Audiencia Infantil**, Santiago, 1999.
- Consejo Nacional de Televisión, **Encuesta Nacional de Televisión**, Santiago, 1996.
- Consejo Nacional de Televisión, **Televisión y Niños: Percepciones de los Padres**, Santiago, 1998.

- Consejo Nacional de Televisión, Departamento de Estudios, Souza, M Dolores, Consumo Televisivo. **Percepciones y Valoraciones**, mayo 1999, en Encuesta del Consejo Nacional de Televisión y Escuela de Psicología de la Universidad Católica de Chile.
- Consejo Nacional de Televisión, **Estudio, Calidad, Identidad y Televisión**, Santiago, 1999.
- Consejo Nacional de Televisión, Departamento de Estudio, **Estado del Arte de la Investigación Sobre Niños y Televisión**, Santiago, 1999.
- Correa, Enrique, **Prólogo**, en Televisión y Cultura Cotidiana, Fuenzalida, Valerio, CPU, Santiago, 1997.
- Florenzano, R, Molina, J, **Televisión y Niños**, TVN – CPU, Santiago, 1999.
- Franklin, Jonathan, **“Prime Time en Chile”** en Television Latin America, julio 1998, edición N° 1
- Franklin, Jonathan, **“Adiós a Canal 2”** en Television Latin America, enero 2000, edición N° 9.

- Franklin, Jonathan, **“News Chile Noticias”** en Television Latin America, enero 2000, edición N° 9.
- Franklin, Jonathan, **“La Iglesia Pesa en el Canal 13”** en Television Latin America, enero 2000, edición N° 9.
- Franklin, Jonathan, **“Tele- Chile Novelas”** en Television Latin America, abril 2000, edición N° 11.
- Fuenzalida, Valerio, **Exploración del Mundo Social y Afectivo** en Televisión y Niños, editores Floreñzano, R, Molina, J, TVN – CPU, Santiago, 1999.
- Fuenzalida, Valerio, **Televisión y Cultura Cotidiana**, CPU, Santiago, 1997.
- Fuenzalida, V, Hermosilla, M Elena, **Visiones y Ambiciones del Televidente**, Ceneca, Santiago, 1989.
- Gunter y Mc Aleer, 1997 en **Estado del Arte de la Investigación Sobre Niños y Televisión**, Consejo Nacional de Televisión, Santiago, 1999.
- Hurtado, M de la Luz, **Historia de la Televisión en Chile 1958 – 1973**, Documentas/ Ceneca, Santiago, 1998.

- Hutchinson, T, **Aquí Está la Televisión. Su Ventana Al Mundo** en La Televisión. Los Efectos del Bien y del Mal, Vilches, Lorenzo, editorial Paidós Comunicaciones, Madrid, 1993.
- Lagomarsino, M, Zarzuri, R, **Espiritualidad Televisión Abierta y Juventud. Percepción Juvenil Año 1996 – 1997**, Ceneca, Santiago, 1998.
- López, 1995, en La Industria de la Telenovela: La Producción de Ficción en América Latina, Mazziotti, Nora, Editorial Paidós, Buenos Aires Argentina, 1996.
- Ministerio Secretaría General de Gobierno, Secretaría de Comunicación y Cultura, **Exportación de la Televisión Chilena**, Santiago, 1999.
- Olivari, J Luis, Bonadies, M Francisco, Parga, P, **Curriculum y Televisión**, Mineduc.- Ceneca, Santiago, 1996.
- Quezada, M Isabel, **Notas Prácticas Para la Investigación en la Comunicación**, Universidad Diego Portales, Santiago, 1997.



## BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Böker, Carlos, **Televisión y Desarrollo Cultural**, Ediciones Universitarias de Valparaíso, Chile, 1971.
- Canales, L, Díaz, J, Ladrón de Guevara, L, Tesis: **Guerra de Teleseries: La Lucha Constante Por la Sintonía 1990 – 1998**, Universidad Nacional Andrés Bello, Santiago, abril 1999.
- Enciclopedia **Encarta**, 1998
- Garvizo, C, Lanata, JL, Tesis: **Historia de la telenovela en Chile 1959 – 1993**, Tomos I y II, Universidad Nacional Andrés Bello, Santiago, junio 1999.
- Torres, Ximena, **Teve y Novelas** en Revista El Sábado del El Mercurio, Santiago, 15 abril, 2000.
- Verón, Eliseo, Escudero, Lucrecia, **Telenovela: Ficción Popular y Mutaciones Culturales**, Barcelona, 1997.

## **ANEXOS**

**ENCUESTA LICEO DARIO ENRIQUE SALAS**

Nombre : .....  
Edad : .....  
Curso : .....  
Sexo : .....

1. - ¿Cuántas horas al día ves televisión?

.....

2. - ¿Por qué ves televisión?

.....

.....

3. - ¿Cuáles son tus programas favoritos? (Nombra 5 en orden de importancia)

1). - .....¿Por qué?.....

2). - .....¿Por qué?.....

3). - .....¿Por qué?.....

4). - .....¿Por qué?.....

5). - .....¿Por qué?.....

/

4. - ¿Cuáles de estos programas comentas y con quiénes?

.....

.....

.....

.....

.....

5. - ¿Ves telenovelas? ¿Por qué?

.....

.....

.....

6. - ¿Cuál (es) es (son) la (s) telenovela (s) chilena (s) que más recuerdas?

.....

.....

7. - ¿Qué telenovela estás viendo ahora y por qué la elegiste?

.....

.....

8. - ¿Qué le agregarías o quitarías a las telenovelas?

.....

.....

9. - ¿Cuáles han sido o son tus personajes favoritos de las telenovelas que has visto y por qué?

.....

.....

10. - ¿Hay algo más que te gustaría agregar a tus respuestas?

.....

.....

.....

Gracias

### **Pauta Discusión Grupal**

Temas abordados:

- Horario de consumo de televisión y momentos destinados a verla.
- Razones que los lleva a mirar televisión
- Opiniones de la televisión y sus programas
- Programas favoritos, con quién los comparten

- Telenovelas:      Cuál están viendo

Razones para verla y preferirla

Qué buscan en las telenovelas

Personajes favoritos

Actores preferidos

Identificación: Vocabulario

Vestimenta recordada

**Transcripción Discusión Grupal**

**Primer Grupo:** Compuesto por 8 alumnos

6 hombres y 2 mujeres de 14 y 15 años de edad

Cuéntenos cuántas horas al día dedican ustedes a ver televisión y además en qué momento lo hacen, en las mañanas, en la noche...

***“Veo unas tres o cuatro horas en el día y frecuentemente en la noche, ya que la mañana se me hace corta y necesito tiempo para mis estudios y en cambio en la noche llego como mucho más relajado, entonces necesito ver televisión” (Hombre de 15 años).***

***“Generalmente en la mañana veo una o dos horas, veo poco cuando tengo cosas que hacer en el liceo y en la noche tomando once veo media hora o la novela que está viendo mi mamá (Mujer de 14 años)***

***“Yo veo en la mañana una pura hora porque tengo que tener tiempo pa’ ordenar mis cosas y en la noche veo dos horas tomando once” (Mujer de 15 años)***

***“Yo en las mañanas veo unas dos horas y media más o menos, es que me entretengo viendo tele y después ordeno mis cosas, voy ordenando y viendo tele, y en la noche cuando llego, veo unas cuatro horas”*** (Mujer de 14 años)

***“Veo unas cuatro horas en la noche, porque tengo más tiempo que en el día”*** (Hombre de 14 años)

***“Veo como cuatro horas en la mañana, porque igual me levanto temprano y no tengo nada que hacer y en la tarde cuando llego, veo unas cuatro horas más”*** (Hombre de 14 años)

***“Veo como unas tres horas en la mañana, me levanto temprano para estudiar, después en la noche cuando llego veo la telenovela y nada más”*** (Hombre de 15 años)

***“Veo como cinco horas diarias dos en la mañana y tres en la tarde, en la noche cuando llego del colegio”*** (Hombre de 15 años)



¿Por qué ven televisión, cuáles son las razones por las que ven televisión?

***“No sé, porque de los programas que yo veo siempre intento escoger el que me ayude en el sentido de mis estudios, de aprender más”***

*(Hombre de 15 años)*

***“Yo encuentro que hay muchos programas que se dedican más al espectáculo, a cosas que a la gente que no tiene nada que hacer los ve, en cambio yo prefiero ver cien mil veces un programa que me eduque que sea cultural, por ejemplo ‘Mea Culpa’, ‘Viajeros del Tiempo’, ‘Nuestro Siglo’, ‘El Tiempo es Oro’*** *(Hombre de 14 años)*

***“La razón mía para ver televisión, es que llego a distraerme del liceo”*** *(Mujer de 15 años)*

***“No sé, a la hora que llego a la casa prefiero quedarme viendo tele a ir a fumarme un pito”*** *(Hombre de 15 años)*

¿Cuáles son sus programas favoritos, por qué los eligen?

***“Mea Culpa, porque me muestra como es el sistema judicial en Chile”***

*(Hombre de 15 años)*

***“Los programas que están exhibiéndose en la televisión chilena hoy en día, son de muy bajo nivel cultural destacándose sólo unos pocos como programas políticos, programas culturales, como ‘El Tiempo es Oro’ y ‘Aquí en Vivo’, que muestran diferentes temas de la sociedad que están en discusión o que son trascendentes, entonces ese es un programa yo creo que tiene un gran valor cultural como por ejemplo ‘Cine Video’, no como ‘Viva el Lunes’ que es un programa totalmente ‘hueco’ que no tiene valores culturales y que a la gente sólo le gusta para pasar el rato, porque no tiene nada que hacer”***(Hombre de 14 años)

***“‘Mea Culpa’, porque es cultural, enseña y uno aprende y se da cuenta de que la educación es necesaria porque casi siempre muestran gente del sur que no tiene mucha educación y que por eso comete esos crímenes y nos dan una razón más para estudiar”*** (Mujer de 15 años)

***“Muestra la realidad de los crímenes”*** (Mujer de 14 años)

***“Mea Culpa es un programa cultural que nos muestra lo importante que es la educación ya que la mayoría de los crímenes son cometidos por gente sin educación”*** (Mujer de 15 años)

¿Ustedes ven noticias?

***“Las noticias del 7 ó 13 yo encuentro que son buenas, porque la mayoría de las otras noticias muestran media hora noticias y lo demás puro deporte, como las del 9”*** (Mujer de 14 años)

***“En todo caso el joven de hoy no mira las noticias, es super bajo el nivel de jóvenes que llega a la noche a ver noticias, yo pienso que la mayoría llega a las ocho y media, nueve de la noche y lo único que quiere es descansar y perderse más o menos de los problemas que existen hoy en día, porque al final uno llega a ver noticias y lo único que ve es a personas que están peores que uno, igual si uno sale de la realidad, es sólo por un momento”***

(Hombre de 15 años)

Según la encuesta que ustedes respondieron los dibujos animados están dentro de sus programas favoritos, ¿Qué nos pueden decir de eso?

***“Yo veo dibujos animados porque mis hermanos chicos ven”***

(Hombre de 15 años)

***“En el horario que estamos nosotros en la casa hay puros dibujos animados o matinales”*** (Hombre de 15 años)

Ustedes, ¿Comentan los programas que ven en televisión, con quién?

***“Sí, llegamos el día viernes y siempre comentamos el ‘Mea Culpa’ o el ‘Aquí en Vivo’”*** (Hombre de 15 años)

***“Por ejemplo, si hay un programa o un tema trascendente que haya ocurrido en la noche uno lo comenta con alguien, sólo si es importante, con las personas más cercanas como los amigos”***

(Hombre de 14 años)

***“Yo comento con gente que tenga la capacidad de entender el tema, que haya una buena comunicación”*** (Mujer de 15 años)

***“Yo con mi mamá discutimos de por qué hizo eso el hombre de ‘Mea Culpa’, qué es lo que pensaba, como que lo criticamos”***

(Mujer de 14 años)

***“Yo creo que con la familia es bueno comentar los programas y con los amigos también”*** (Hombre de 15 años)

Y... ¿Ven telenovelas, por qué?...Cuéntennos un poco qué opinan de las telenovelas, los actores, todo lo que quieran acerca de las telenovelas chilenas, aunque no las vean...

***“Mi mamá ve telenovelas, entonces cuando llego a tomar once, está ahí la telenovela y la escucho”*** (Hombre de 14 años)

***“Me gustan las telenovelas para ver los buenos actores que tenemos en nuestro país, hasta que punto son capaces de llegar, el profesionalismo que existe en ellos, lo que me pueden entregar como persona, porque al final la telenovela chilena hace rato está mostrando lo que realmente pasa en nuestro país, cómo es el día a día en nuestro país”*** (Hombre de 14 años).

***“Yo pienso que las telenovelas le sirven a la gente como para desconectarse del mundo y meterse en un mundo irreal, porque en Chile, nos invaden de telenovelas mexicanas en la tarde. Yo pienso que podrían haber otros temas de mayor interés cultural, pero a la gente le gustan las telenovelas, por lo del copucheo. En realidad no tengo mucho tiempo como para estar viendo las telenovelas, pero en realidad sí me preocupo de estar al tanto con las noticias o temas culturales”.***

(Hombre de 15 años).

***“Al final uno de repente en la telenovela se ríe de lo que está pasando y al final al otro día a lo mejor le puede pasar a uno lo mismo”. (Mujer de 14 años).***

***“Yo encuentro que la telenovela cuando termina siempre queda como que lo va a matar o no lo va a matar, todos quedan con la duda y hay que verla al otro día para saber si lo mató o la mató”***

***(Hombre de 14 años).***

***“Uno ve telenovelas porque es como el mundo ficticio, así como el mundo que nunca va a ser, pero uno se engancha porque ve más drama”.***

***(Mujer de 15 años)***

***“Yo veo telenovelas para salir de la rutina porque entretiene y se ha salido de lo común de lo que veo”***

***(Hombre de 14 años)***

Seguramente alguno de ustedes está viendo una telenovela actualmente.  
¿Por qué la eligió?

***“Yo veo ‘Cerro Alegre’, porque muestra la vida del porteño, cómo es la ciudad, los cerros, las calles, etc., uno la ve para conocer Valparaíso”***

***(Hombre de 15 años).***

***“Veo ‘Cerro Alegre’ por los personajes y a parte porque muestra la vida de los jóvenes, se habitúa al típico porteño, al roto, en cambio ‘Aquelarre’, yo creo que es una telenovela más para viejos”***

*(Mujer de 15 años)*

***“‘Aquelarre’ la veo más por los actores, en cambio las del 13 son siempre modelos, no son profesionales, en cambio las del 7: Francisco Reyes, Claudia Di Girolamo, por eso uno las ve, por ejemplo ‘La Fiera, muestran como la cultura de Chile, una teleserie en Chiloé”.***

*(Mujer de 15 años).*

***“Las teleseries del 13 no me gustan porque muestran puros rubios de ojos verdes y en Chile la gente no es así”*** *(Hombre de 15 años)*

¿Qué actores prefieren ustedes, los más antiguos o los nuevos?

***“Los buenos actores son los que tratan de ser más humanos, los del 7 cuando lloran lo hacen de verdad, en cambio a los del 13 como que uno no les cree”*** *(Mujer de 14 años)*

***“Hay actores que tienen caleta de años y actúan en diferentes papeles y todos les salen bien”*** *(Hombre de 14 años)*

***“Son mejores los viejos, Cristián Campos y María Izquierdo, de un personaje picante pasó a ser la ‘Raquel Thomson’, igual Campos que antes era malo y ahora es bueno”. (Mujer de 15 años)***

¿Qué les gusta de los personajes o las historias que recuerdan de las telenovelas?

***“Yo he escuchado a amigas que hablan como la ‘Heidi’ de ‘Cerro Alegre’, pero encuentro que lo toman como para la moda”***  
(Mujer de 15 años)

***“Mis amigas cuando dieron ‘Adrenalina’, se peinaban igual que la Francisca Merino y se vestían igual que ella también”. (Mujer de 15 años)***

***“Ahora hay una niña, no sé como se llama, una rubia que usa pantalones con falda. A mí no me gusta, pero se pega en las demás niñas”. (Mujer de 15 años)***

***“Hay muchas niñas que se visten y hablan igual que la Heidi de ‘Cerro Alegre’”. (Hombre de 15 años)***



***“‘Adrenalina’ era de estudiantes jóvenes, era como la vida de nosotras. La forma de hablar se me pegó hartó, a cada rato decía ¿cachái? Y ahora sigo”. (Mujer de 15 años)***

***“‘Adrenalina’ yo también la vi y como que pegó por lo del colegio”. (Mujer de 14 años)***

***“Yo siempre me acuerdo de ‘La Fiera’, porque era una mujer fuerte, diferente al resto de las mujeres, era una mujer con un carácter fuerte” (Mujer 15 años)***

***“Yo no veo muchas telenovelas, pero me acuerdo de ‘Sucupira’, sobre todo del Juan Burro”. (Hombre de 14 años).***

***“De la que yo más me acuerdo es de ‘Adrenalina’, por las minas”. (Hombre de 14 años)***

***“La que más me gustó fue ‘Estúpido Cupido’, porque la monja era chora y no como las típicas monjas” (Hombre de 15 años)***

***“Les quitaría los ‘cuicos’ y le agregaría más humor” (Mujer de 15 años)***

**“Me gustaría que mostraran más la realidad chilena, le agregaría romances entre personas mayores de 35 años”** (*Hombre de 15 años*)

**“Le quitaría el ‘cartuchismo’ y le agregaría picardía”** (*Mujer 15 años*)

**“Le agregaría más intriga y suspenso”** (*Mujer 14 años*)

**“Le agregaría más sexo”** (*Hombre de 15 años*)

**Segundo Grupo:** Compuesto por ocho alumnos

Cinco mujeres y tres hombres de 15 y 16 años de edad.

¿Cuántas horas y en que momento ven televisión?

***“En este momento no tengo tiempo para ver televisión. No me alcanza el tiempo”*** (Hombre de 15 años).

***“Yo escucho más música que televisión y veo como dos horas cuando llego en la noche, veo las noticias y si hay algo bueno como una película o un programa, como los ‘Archivos Secretos X’, el ‘Dínamo’, programas así como más de jóvenes”*** (Mujer de 15 años).

***“Casi no veo tele, prefiero escuchar música o leer, no me gusta la televisión”*** (Mujer de 15 años).

***“No veo nunca tele tampoco, a veces en la mañana veo el canal cuatro”***  
(Hombre de 16 años).

***“Veo cuando puedo, novelas o películas”*** (Mujer de 15 años).

***“Veo tele en la noche, porque en la mañana estoy durmiendo, en la noche veo las teleseries que dan”*** (Mujer de 16 años).