



CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

PRINCIPALES RESULTADOS ESTUDIOS GÉNERO “REALITY SHOWS”

Análisis de Pantalla
Estudio Cuantitativo: Encuesta Telefónica
Estudio Cualitativo: Focus Groups

Departamentos de Estudios y Supervisión
Abril de 2003

CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV CNTV

INTRODUCCIÓN

El reciente surgimiento de programas del género **Reality Shows** en distintos canales de la televisión abierta en Chile ha generado un significativo interés en la población, lo que se ha manifestado en **altos niveles de audiencia televisiva y en una extensa cobertura de prensa**, focalizada tanto en las características de los programas como en los posibles efectos en la población.

Entre los puntos que se han manifestado mayores aprehensiones destaca el impacto de estos programas sobre el rol y la calidad general de la televisión de libre recepción y las consecuencias de los contenidos exhibidos sobre la sensibilidad emocional y el aprendizaje de normas sociales y repertorios conductuales de los telespectadores, particularmente en niños y adolescentes quienes se encuentran en un período formativo. En esta discusión, desarrollada de manera crítica y controversial han participado con real interés y preocupación diversas autoridades, líderes de opinión y expertos.

En términos generales, se denomina reality shows a programas que se estructuran en base a dos componentes básicos: la **participación de individuos no conocidos** (personas comunes y corrientes), y la **convivencia de los mismos**. A partir de esto, sus variaciones son prácticamente infinitas y generan modalidades donde se incorporan elementos como competencia, aislamiento, sometimiento a pruebas de destreza, interacción con el público televidente, entre otras.

La masiva recepción del público de estos programas abre interrogantes válidas sobre la influencia que esta nueva forma de expresión y escrutinio público de las emociones tendrá en nuestra realidad local y sobre la manera en que experimentamos las propias emociones y nos percibimos a nosotros mismos.

A continuación presentamos los principales resultados de tres estudios realizados respecto del género: un análisis de pantalla de la oferta nacional de Reality Shows entre diciembre de 2002 y marzo de 2003, un estudio cuantitativo consistente en una encuesta telefónica de 162 casos en el Gran Santiago, y un conjunto de 10 Focus Groups a niños y adolescentes de entre 8 y 17 años. Finalmente, se incluye un anexo con la descripción de cada uno de estos programas, obtenida a partir del análisis de pantalla.

Análisis de Pantalla

A continuación se presentan los resultados de un análisis de pantalla del género, realizado por el Consejo Nacional de Televisión:

Hibridación

Una de las principales características de los reality shows es la hibridación. Existe una combinación de formatos y estructuras de diversos géneros televisivos que convergen para dar vida a este tipo de espacios. De esta manera, en los programas se entrecruza, en mayor o menor medida, la ficción y la realidad, generando en la audiencia la percepción de estar frente a “hechos reales”, como sucede con “Protagonistas de la fama”, y frente a una “construcción” como se percibe en “Refugio Mekano”.

Compromiso de las Audiencias

El alto nivel de participación del público a través de sus llamadas telefónicas y los significativos rating que han obtenido estos programas evidencian un alto compromiso de las audiencias con quienes protagonizan estos programas. Esta alta adhesión y empatía de los telespectadores con ciertos personajes en quienes ven reflejadas sus propias vivencias, probablemente se deba a la diversidad de los protagonistas en términos de estratos socioeconómicos, a la exposición de la vida íntima por parte de los participantes y a la ausencia de estereotipos físicos - tan comunes en la televisión -.

Ilusión de Realidad

Los reality shows intentan transmitir la ilusión de que lo que se exhibe es la realidad concreta, pero más bien es una “nueva realidad televisiva”. Si bien se trata de transmitir al público que lo que se presenta en pantalla es “real”, debe considerarse la presencia permanente de cámaras – que incide en la espontaneidad de los protagonistas - y la intervención de las situaciones por guionistas y editores – que participan en la creación de las relaciones y conflictos, y seleccionan lo que se muestra para darle un hilo conductor a las “historias”.

Presión Emocional

En estos programas se observan emociones intensas producto del encierro y la competencia entre los participantes, exhibiéndose con frecuencia emociones como el llanto o la risa. Es común ver desbordes cuando enfrentan el fracaso u observar a los jóvenes taciturnos y apenados debido al alejamiento de la familia. Los programas usan la presencia de los seres queridos en diferentes situaciones y el resultado es siempre el mismo: lágrimas y emoción. Esto genera altas dosis de emotividad en la audiencia, logrando establecer el vínculo y el compromiso del

público respecto del devenir de cada uno de ellos. De esta forma, el encierro resulta ser un catalizador de emociones. Las experiencias están mediadas y el elemento emocional forma parte del juego.

Valores

Existe preocupación por el mensaje que estos programas entregan, sobretodo porque los segmentos juveniles son parte importante de su audiencia. Si bien podría considerarse que en los participantes se incentiva el narcisismo, la figuración a través de la vida personal y de las historias que puede generar, y una competencia desleal, también puede decirse que promueven valores positivos como el esfuerzo personal para alcanzar metas, la comprensión, la tolerancia, la franqueza, la amistad y la convivencia social, ya que permite la superación de los jóvenes a través de la competencia con los pares, brindándoles una forma para reconocerse como grupo.

Uso del lenguaje

El lenguaje verbal utilizado en estos programas parece reflejar la forma coloquial en que se relacionan los chilenos, particularmente los jóvenes. El contexto relajado y cotidiano en que se desenvuelven los participantes los muestra tal como son, lo que implica que algunos recurren con frecuencia a los garabatos. Sin embargo, éstos se mantienen dentro de un ámbito coloquial, sin presentarse en el contexto de situaciones agresivas o de confrontación. Este rasgo estimula la adhesión de la audiencia juvenil que ve en esto una suerte de identificación personal con los protagonistas.

Autorregulación

Se percibe un autocontrol de los canales respecto de lo que se exhibe en pantalla. Hasta ahora los contenidos presentados – a pesar de la intimidad que se devela ante las audiencias – se han mantenido en un marco de respeto de la normativa que regula la televisión. Es importante recalcar que a diferencia de la experiencia internacional del género, en Chile no se han mostrado desnudos, sexo explícito.

Estudio Cuantitativo: Encuesta Telefónica

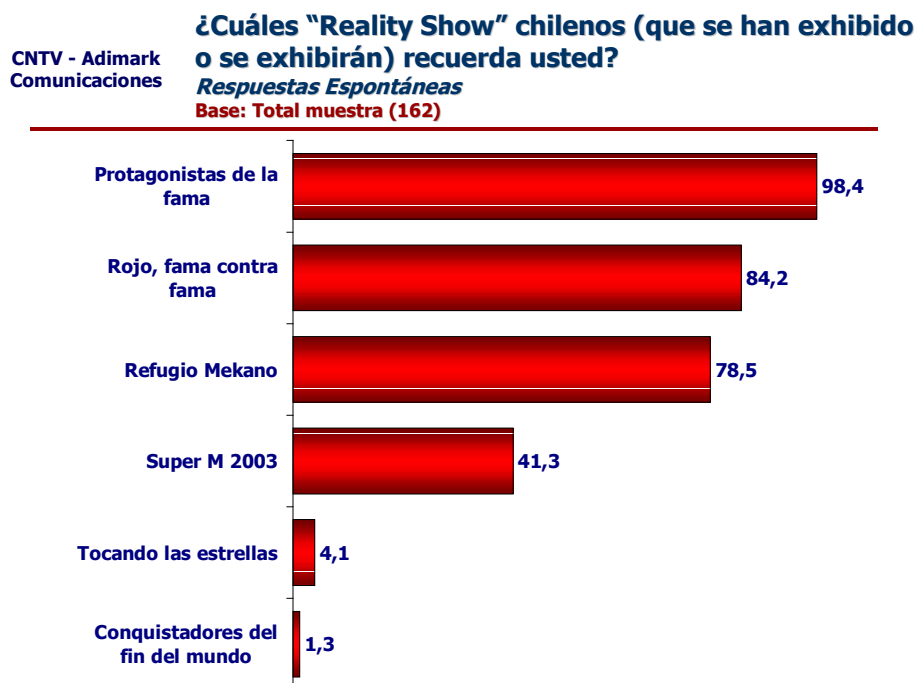
Durante Febrero de 2003, el Consejo Nacional de Televisión, junto a Adimark Comunicaciones, realizó una encuesta telefónica en el Gran Santiago, con una muestra de 162 casos. El grupo objetivo quedó definido de la siguiente manera: hombres y mujeres entre 12 y 25 años, de los diferentes estratos socioeconómicos, Televidentes de Reality Shows (que hayan visto al menos un capítulo de Protagonistas de la Fama o Refugio Mekano).

Como objetivos del estudio, se estableció describir el nivel de conocimiento y los hábitos frente a la oferta de estos programas en Chile; las evaluaciones y preferencias frente al género y el interés por participar en los mismos.

A continuación se expone algunos de los principales resultados obtenidos:

1. Conocimiento y Hábitos:

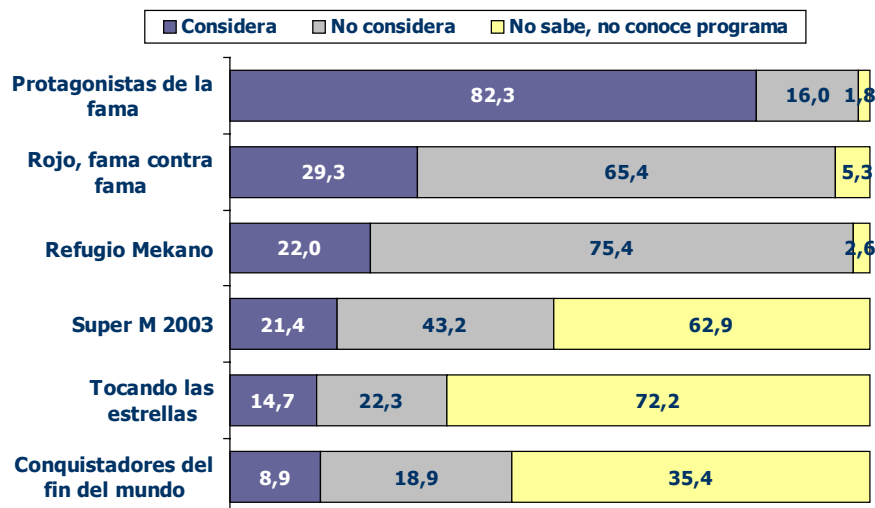
Durante el período de sondeo de los datos se detectó un alto nivel de conocimiento de la oferta de programas nacionales percibidos como "Reality Shows". Sin embargo, se hace notar que sólo el programa "Protagonistas de la fama" fue considerado como un verdadero Reality Show: fue el más recordado espontáneamente como reality y que más se consideró un reality.



CNTV - Adimark
Comunicaciones

De acuerdo a lo que usted entiende por "Reality Show" ¿Cuáles programas considera como "Reality Show"? *Listado Dado*

Base: Total muestra (162)



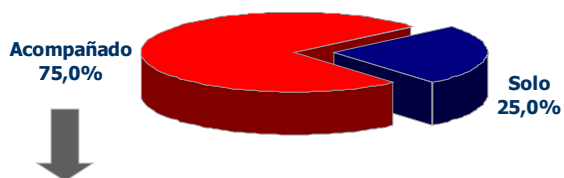
Estos programas se ven principalmente acompañados (75%), fundamentalmente por la familia (padres o hermanos). Un 16% los ve con amigos.

CNTV - Adimark
Comunicaciones

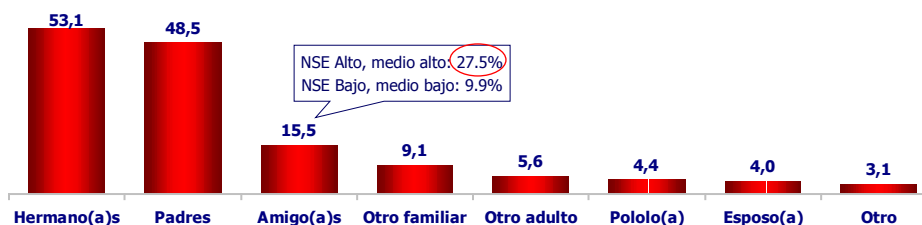
Modalidad de visionado de Reality

Base: Total muestra (162)

Cuando Ud. ve los Reality ¿normalmente lo hace solo o acompañado?:



Por quién? (Base: 75% que ve acompañado)

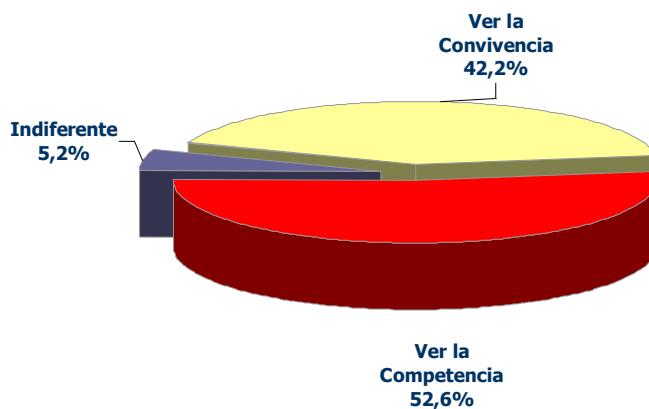


Se ha de señalar asimismo que el interés por ver la competencia en los programas (53%) prima por sobre el interés de observar la convivencia de los participantes (42%).

CNTV - Adimark
Comunicaciones

Quando Ud. ve los Reality ¿qué es lo que más le interesa?:

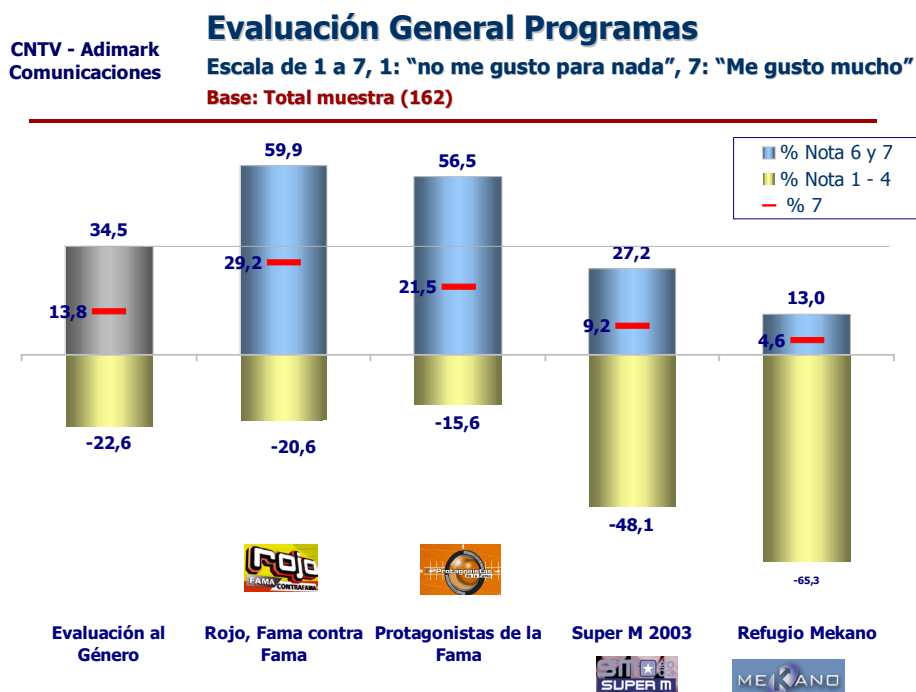
Base: Total muestra (162)



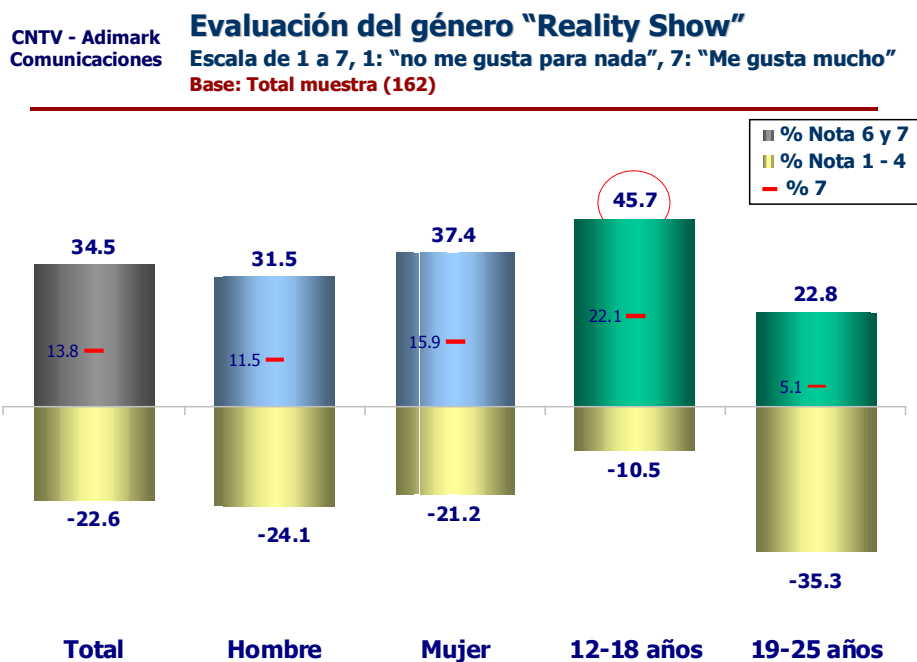
2. Evaluación y preferencias frente al género:

Como ocurre tradicionalmente, las evaluaciones a la televisión en su conjunto son peores a las que se refieren a programas particulares. Con respecto a los Reality Shows sucede algo similar, pues existe una gran diferencia entre la evaluación del conjunto del género y la de los programas específicos más conocidos.

Como se observa en el gráfico a continuación, si bien la evaluación general no es tan positiva (sólo un 34,5% de los televidentes le asigna un 6 ó un 7 al género), los dos programas con mayor éxito y reconocimiento (“Protagonistas” y “Rojo”) alcanzan porcentajes bastante mayores de buenas notas (57% y 60% de notas 6 ó 7, respectivamente).



Como podemos observar, los adolescentes (entre 12 y 18 años) presentan mejores evaluaciones que los entrevistados de mayor edad respecto del género como un todo: lo califican con notas 6 ó 7 en proporciones mayores que los más adultos (46% v/s 23%). Por otro lado, las mujeres otorgan calificaciones levemente superiores a las de los hombres, con un 37% de notas 6 ó 7, versus un 31,5% de los hombres.

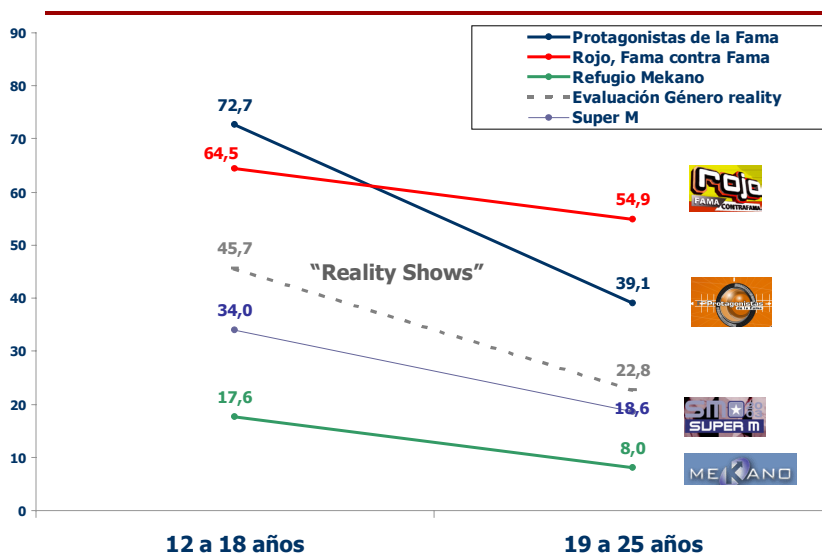


Además, los adolescentes también otorgan mejores calificaciones que los adultos a cada uno de los programas del género, en especial a “Protagonistas de la Fama”, con un 73% de notas 6 ó 7 frente a un 39% de los mayores.

CNTV - Adimark
Comunicaciones

Perfil de quienes evalúan con notas 6 y 7:

Escala de 1 a 7, 1: “no me gusto para nada”, 7: “Me gusto mucho”

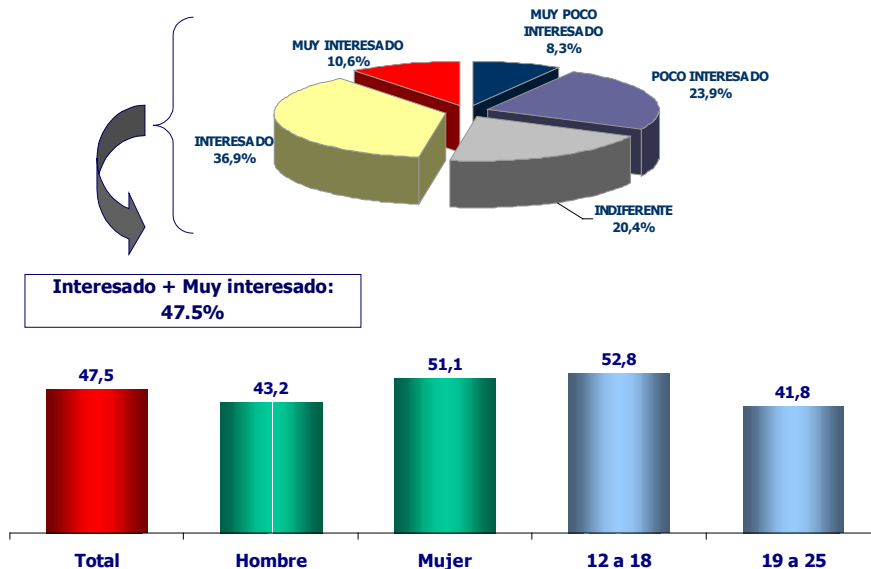


A partir de los resultados se evidencia además un interés por ver estos programas, algo mayor entre las mujeres y entre los adolescentes.

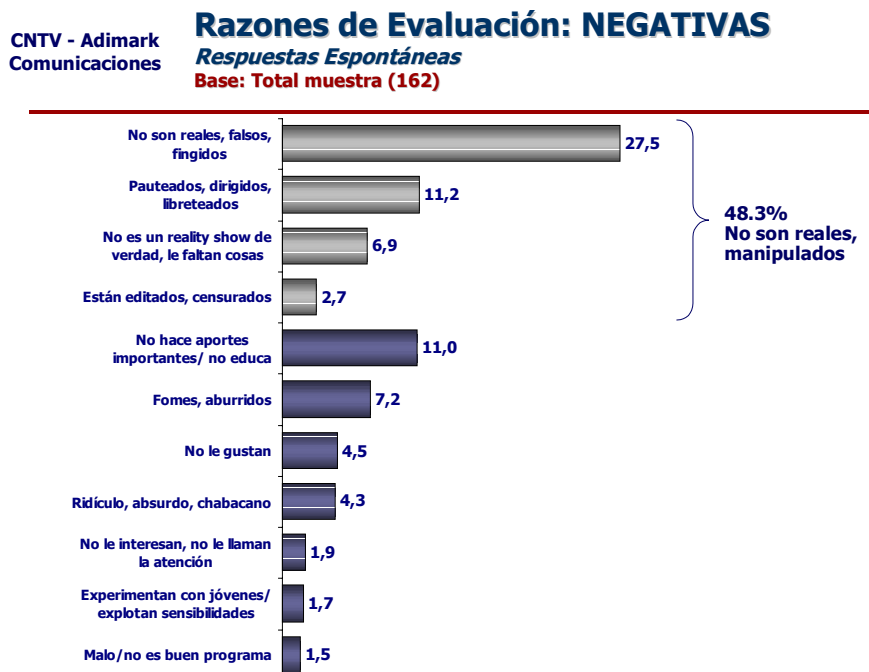
CNTV - Adimark
Comunicaciones

Interés en seguir viendo programas del género

Base: Total muestra (162)



Existen ciertas críticas al género, la principal corresponde a la percepción de que son manipulados (48% en total). En menor medida aparece la crítica que no realizan un aporte social. Es decir, la evaluación negativa, cuando aparece, se relaciona con la sospecha de que no son tan “reales” como su nombre lo indica y no con la entrega de antivalores. En tanto, la mayor aceptación de este género, dice relación con la entretención que brindan estos programas (ver gráficos siguientes).

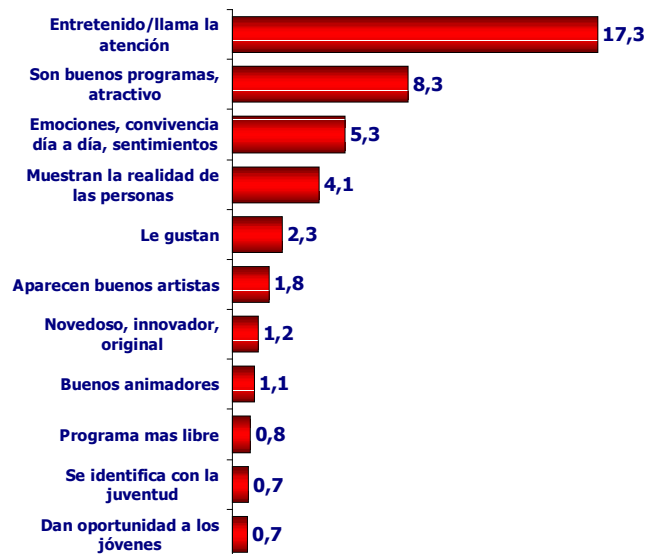


CNTV - Adimark
Comunicaciones

Razones de Evaluación: POSITIVAS

Respuestas Espontáneas

Base: Total muestra (162)

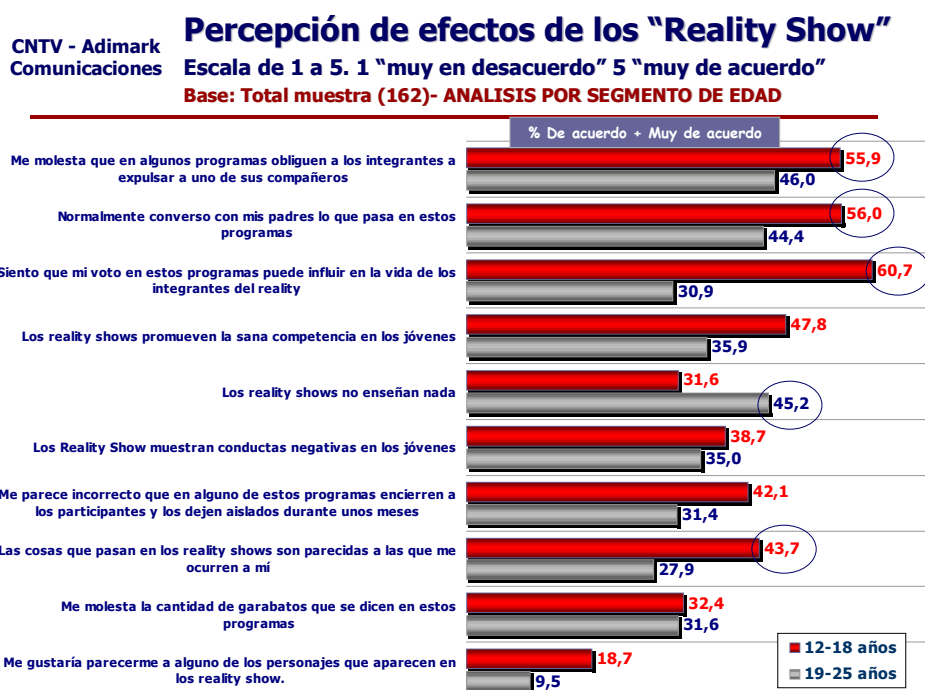


Los reality shows generan compromiso emocional entre los jóvenes, especialmente los adolescentes. Se destaca especialmente el hecho que “su voto puede influir en la vida de los participantes del reality” (61%) y que “las cosas que pasan en los reality shows son parecidas a las que me ocurren a mí” (43,7%).

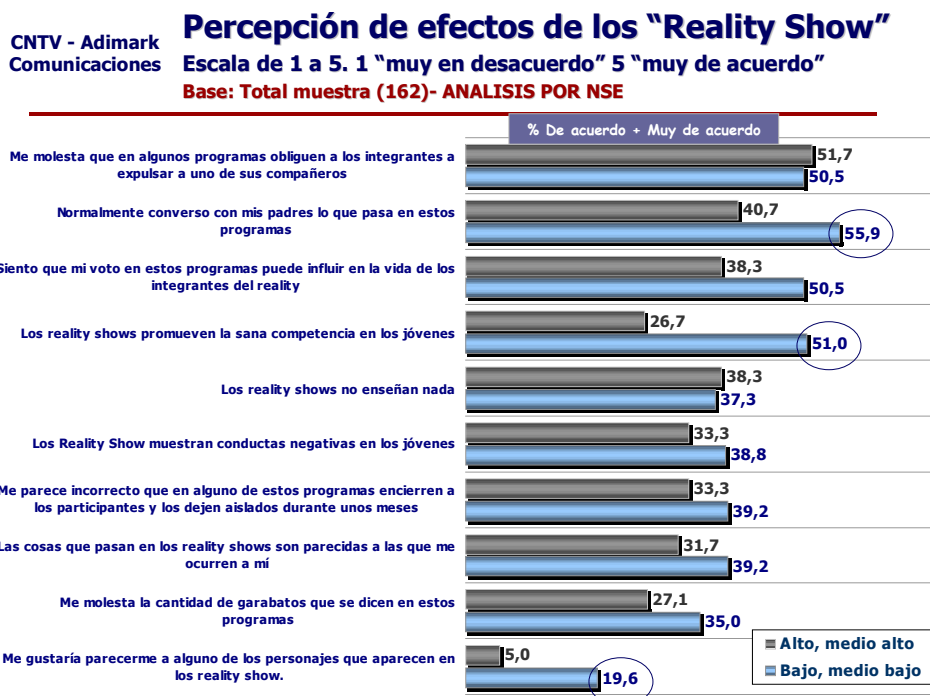
Por otra parte, surgen en ellos (12 – 17 años) también algunas críticas hacia el género, como por ejemplo que les molesta que “en algunos programas obliguen a los integrantes a expulsar a uno de sus compañeros” (55,9%), lo que estaría expresando un desagrado frente a la falta de solidaridad o a la exacerbación de la competencia.

Además, muchos adolescentes afirman conversar con sus padres acerca de lo que ocurre en estos programas (56%), lo que estaría dando cuenta de un no despreciable nivel de reflexión familiar respecto de sus contenidos.

Finalmente, se ha de notar que los televidentes adultos (19-25 años) son más críticos al género, afirmando en un 45,2% que “no enseñan nada”.



En cuanto a distinciones socioeconómicas, las personas de estratos más bajos tienden a opinar que “los reality promueven la sana competencia entre los jóvenes” (51%), y que les gustaría parecerse a alguno de los personajes que aparecen en los reality shows (20%). Además, afirman conversar con sus padres acerca de lo que pasa en estos programas en una proporción mayor que los segmentos más altos (56%).



En definitiva, podemos observar que es entre los más jóvenes (de 12 a 17 años) y los grupos con menos recursos, donde se destaca el interés y la posibilidad de poder influir en el desarrollo de los programas y la vida de sus participantes. Cabe señalar que estos son precisamente los grupos más alejados de la toma de decisiones sociales en general.

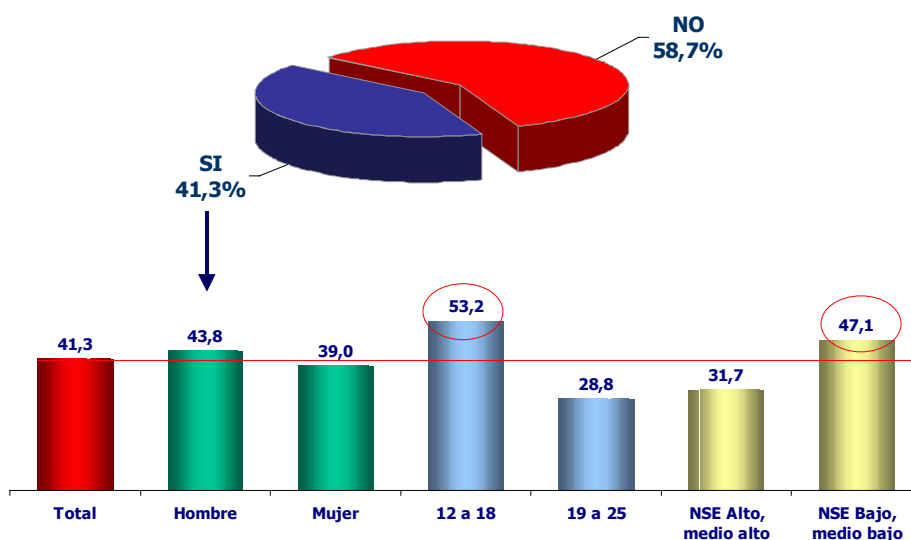
Además, son estos mismos grupos lo que más dialogarían con sus padres acerca de los contenidos de los programas del género.

3. Disposición a participar:

Además de manifestar un mayor grado de involucramiento y de identificación con los contenidos, los adolescentes son también los que presentan un mayor interés por participar en estos programas, sin diferencia de sexos. Esta disposición a participar es aun mayor en los estratos más bajos.

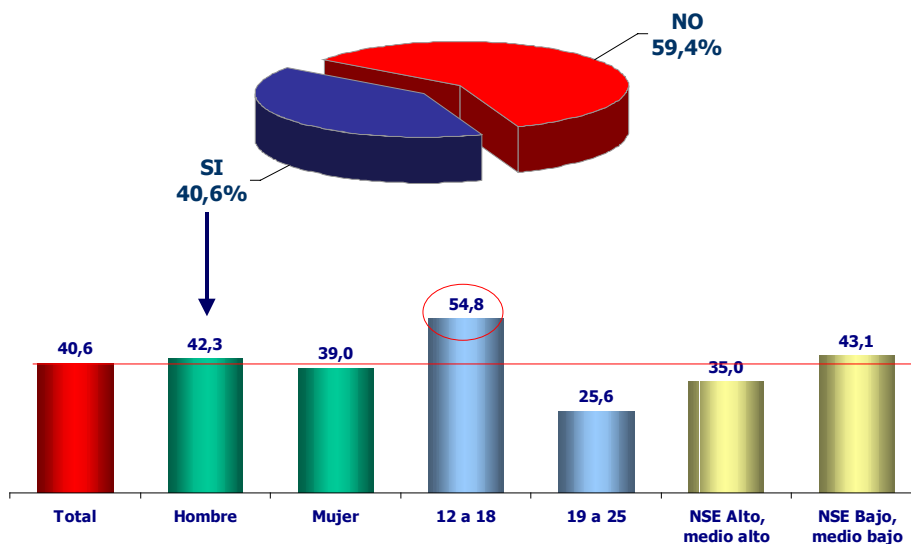
CNTV - Adimark Comunicaciones **¿Usted estaría dispuesto a participar en un Reality Show?**

Base: Total Muestra (162)



CNTV - Adimark Comunicaciones **¿Estaría dispuesto a estar 3 meses encerrado sin contacto con otras personas?**

Base: Total Muestra (162)



Estudio Cualitativo: Focus Groups

Durante Marzo de 2003, el Consejo Nacional de Televisión, junto a Adimark Comunicaciones, realizó un estudio cualitativo de 10 Grupos Focales a niños y adolescentes de entre 8 y 17 años, en tres tramos: 8 y 9 años, 10 a 12 años y 15 a 17 años. Se distinguió entre consumidores fieles y ocasionales.

1. Conocimiento del Género

A nivel de todos los segmentos evaluados se manifestó un alto nivel de conocimiento y comprensión de las claves y mecánicas de funcionamiento de los Reality Shows, así como las motivaciones y la trama de los conflictos. Los componentes más referidos para la caracterización del género son: relaciones de **convivencia** y **competencia** entre personas **comunes y corrientes**, exposición de la **privacidad** de los participantes, **espontaneidad** y **encierro**.

El componente de **realidad** del género está dado por el tipo de protagonistas, así como por el tipo de interacciones y emociones que se generan. Este es uno de los componentes que refuerzan la identificación y el involucramiento.

“Las situaciones se van generando ahí mismo, lloran cuando tienen que llorar, pelean cuando se enojan...” (Hombre, 10 a 12 años, C3D)

“Protagonistas de la Fama es como una teleserie real, es una cuestión de seguir la vida de una persona igual que nosotros” (Mujer, 8 a 9 años, ABC1C2)

La **exposición de la privacidad** es uno de los componentes que despierta mayor atractivo y curiosidad, aunque también es el que despierta más críticas cuando es excesiva.

El **encierro** impuesto es percibido como un factor que estimula la interacción y facilita la tensión dramática.

En relación a la **competencia** en juego, el sistema de eliminación es un momento de alta expectativa y compromiso emocional para niños y adolescentes.

Pese a todo lo “real” del género, niños y adolescentes no pierden de vista la **posibilidad de manipulación** de los resultados, de la información que se entrega o se omite respecto de los protagonistas y su entorno.

“Me molesta que editen, porque es un Reality Show, la idea es que muestren la verdad, lo que están haciendo... aquí te cortan la secuencia y te dejan un vacío porque los echan el domingo y recién muestran esas escenas el martes” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Es que yo creo que el 13 hacen sus propias estrategias y dice ‘ya, aquí vamos a causar polémica, aquí va a pasar esto’, o sea no son tontos” (Mujer, 15 a 17 años, AC1C2)

Protagonistas de la Fama aparece hasta el momento como el principal referente de los Reality Shows en Chile, y la percepción en torno al género se construye principalmente en base a él.

2. Hábitos de Consumo de Reality Shows

Frente al género “Reality Shows” se reconoció un **alto nivel de consumo** de este tipo de programas en niños y adolescentes, lo cual se manifiesta en dos comportamientos concretos: aumento en el consumo televisivo general y nuevos horarios de visualización.

“PF te deja metida, genera adicción” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Si no los ves te pierdes y te quedas con la duda, es importante seguir las historias para no quedar como perdida” (Mujer, 10 a 12 años, C3D)

Antes me acostaba temprano, pero ahora con PF me empecé a acostar tarde” (H 8-9 años C3D)

Sin embargo, los niveles de consumo han disminuido desde el fin del período de vacaciones.

“En la playa, en Viña, en el McDonalds onda pantalla gigante daban el programa y como que todos los minos se juntan y lo veían.... Lo mismo pasaba en los asados... o sea una vez todas las minas en mitad del asado encerradas en la pieza viendo Protagonistas de la Fama” (Hombre, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Como entré a clases los papás se ponen pesados y ya a las 10 todos acostados” (H 10-12 años ABC1C2)

La **modalidad de consumo** se caracteriza por la planificación y concentración frente al televisor. Asimismo, el consumo generalmente es compartido, principalmente con hermanos, y en menor medida con amigos y padres.

“Yo antes si veía tele de repente en la noche, pero no como ahora que me organizo para verlo, me pongo lista en la cama a las 11 para no perderme nada” (Mujer, 8 a 9 años, C3D)

“Puede pasar algo en cualquier minuto, entonces te quedai pegado a ver que pasa, además que hay que verlo callado, porque de repente hablan muy bajo y no se entiende mucho” (Hombre, 15 a 17 años, ABC1C2)

Los **padres** son participantes activos o vigilantes del consumo de sus hijos, pero las restricciones parentales se orientan principalmente al permiso para verlos en horario nocturno. Sólo en relación a uno de los Reality Shows (Refugio Mekano) hubo referencia a prohibiciones.

“A mi mamá le gusta y de repente los ve, cuando no los ve nos pide que se lo contemos” (Hombre, 10 a 12 años, C3D)

3. Valoración de los Reality Shows

Los Reality Shows como género televisivo producen un alto **interés** y **atractivo** por parte de niños y adolescentes, generando altos niveles de gratificación y satisfaciendo fuertemente motivaciones de entretenimiento (“*Es divertido porque me gustan las competencias, los concursos*”), identificación (“*Muestran la vida de jóvenes como nosotros, y así les mostramos a los adultos que no somos tan malos como creen*”), socialización (“*Es lo que todo el mundo comenta, si no te quedas fuera de la conversación*”), búsqueda de emoción (“*Es como emocionante el cara a cara, porque hasta los más amigos se pueden... decir ‘no, tú me caes mal’, entonces la media sorpresa*”) y curiosidad (“*Yo soy super copuchenta, entonces me gusta cuando entrevistan a sus familias y muestran su casa... así conoces el lado más humano*”).

Entre los aspectos positivos que se le reconocen a este tipo de programas se encuentran: su énfasis en la convivencia entre pares, la representación sin distinción de clases sociales y posturas valóricas, la exposición de formas al mismo tiempo respetuosas y honestas de enfrentar conflictos, la posibilidad de expresión de los jóvenes, la enseñanza de cómo desarrollar habilidades a concursantes y televidentes, así como la oportunidad de superarse.

“En protagonistas lo que buscan es la convivencia, quieren ver qué reacciones toma cada uno frente a determinadas situaciones” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Son programas que incentivan a los jóvenes, que les dan una pauta para superarse, que te muestra lo que cuesta conseguir las metas que uno persigue” (Mujer, 15 a 17 años, C3D)

“Los papás están conociendo la vida de los jóvenes, la realidad de sus hijos, están viendo que sus hijos ven un programa en que dicen garabatos, se acuestan en una misma cama, y eso ya los espanta.... Pero no saben que en el colegio es mucho peor” (H 15-17 ABC1C2)

“El Cara a Cara permite decir las cosas de frente pero en buena” (M 15-17 C3D)

“Hay personas muy variadas, por ejemplo Jorge trabajaba en la calle, los papás de Francesca son carniceros y nana... y adentro todos son iguales” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Algo se aprende con las clases de actuación, como hay que ponerse, como hablar” (Mujer, 10 a 12 años, C3D)

A nivel general se evidenció una postura predominantemente positiva frente al género, en la que ninguno de los elementos estructurales propios de este tipo de

programas –tales como el encierro y su carácter *real* - generaron en sí mismos una valoración negativa o de rechazo.

“Es bueno para saber el comportamiento de las otras personas bajo esas condiciones... porque al estar siempre encerradas las mismas personas, genera más peleas y cahuines” (Hombre, 15 a 17 años, C3D)

“Sería bacán estar encerrada con pura gente desconocida, pero igual heavy la sensación de no poder salir a la calle...” (Mujer, 10 a 12 años, ABC1C2)

Se identificaron, sin embargo, aspectos valorados críticamente principalmente en lo que se refiere a su asociación con la percepción de **excesos**, principalmente: abuso de lenguaje grosero, intrusión excesiva en la intimidad y exhibicionismo.

“Me gusta todo excepto que digan garabatos porque me educo mal... eso dice mi mamá, y porque mi hermano chico los puede aprender” (Mujer, 8 a 9 años, ABC1C2)

“En los hombres dan lo mismo los garabatos, porque ya estamos acostumbrados, pero en una mujer se ve feo” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Es que ellos tiene que ser reales, entonces por eso dicen garabatos, porque tienen que comportarse igual como lo hacen en la casa” (Hombre, 10 a 12 años, ABC1C2)

“Ellos entraron sabiendo de lo que se trataba, ahora tienen que atenderse a las consecuencias, porque de eso se trata el Reality Show, no puede ser de otra manera” (Hombre, 15 a 17 años, C3D)

“A las mujeres les tiraban los tirantes para verles las aceitunas” (Mujer, 8 a 9 años, ABC1C2)

“Me gustaba que jugaran en la piscina, pero no me gustaba que se tiraran sin traje de baño, eso ya era muy ordinario... ellos debieran saber que hay niños que los ven” (Mujer, 8 a 9 años, C3D)

Respecto de lo anterior, no se manifestaron diferencias significativas entre los distintos segmentos (edad, estrato socioeconómico, sexo y nivel de consumo de los programas). Sin embargo, en relación a los aspectos específicos valorados críticamente, se percibió un mayor nivel de sensibilidad por parte de niños más pequeños (8-9 años) y de las mujeres.

“Son muy cínicos, andan diciendo cosas malas por detrás, en vez de decírselas en la cara.... no se dicen las cosas de frente” (Mujer, 10 a 12 años, C3D)

Asimismo, los adolescentes entre 15 y 17 años criticaron el exceso de conversaciones banales, por considerar que refuerzan una imagen superficial de los jóvenes.

“Las conversaciones son muy aburridas y hablan siempre de lo mismo... no les queda tema, todavía siguen hablando del 11 de Septiembre, porque no tiene idea del tema de la guerra” (Hombre, 15 a 17 años, ABC1C2)

4. Efectos de los Reality Shows

Frente a este tipo de programas se evidenció un **alto nivel de compromiso emocional** que se manifiesta a través de diferentes reacciones de parte de niños y adolescentes durante su visionado: pena, alegría, suspenso y rabia, principalmente.

“Cuando salió Daniela que era la preferida de todos fue demasiado frustrante, me dio pena, hasta lloré” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Me dio mucha pena cuando la Cata contó lo de su papá... yo me muero si me pasa algo así” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Me entretiene cuando actúan y cuando hacen ejercicios ya que algunos no pueden, entonces da como risa” (Mujer, 8 a 9 años, C3D)

“Es como emocionante cuando se queda alguien que a uno le gusta, aunque da pena cuando echan a alguien, pero de todos modos es entretenido” (Hombre, 10 a 12 años, C3D)

“Me encanta cuando están de cumpleaños o cuando hablan con sus papás o hermanos” (Mujer, 10 a 12 años, C3D)

“Me da mucha rabia contra los jurados porque son muy crueles y no dejan hablar a los participantes, defenderse” (Mujer, 10 a 12 años, C3D)

“Yo me pongo nerviosa cuando los echan, se me pone la piel de gallina” (Mujer, 8 a 9 años, C3D)

“El Cara a Cara me da sorpresa, porque hasta los más amigos se puede contradecir y decir ‘no, tú me caes mal’ entonces es la media sorpresa” (Mujer, 10 a 12 años, C3D)

Este compromiso emocional fortalece el vínculo y el interés por el programa.

Por otra parte, se observa que este tipo de programas genera un **alto grado de identificación** por parte de niños y adolescentes, referida tanto a las situaciones representadas –relaciones de pareja, cotidianidad juvenil- como a los diferentes tipos de personajes exhibidos –rasgos de personalidad, historias de vida.

“No veo mi vida ahí, pero si muchas situaciones, es cosa de contar los problemas y decir no soy la única bicho raro” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“En las conversaciones que tienen me leen la mente... yo estoy pensando en el tema y lo dicen” (Hombre, 10-12, C3D)

“La Francesca tiene una personalidad muy especial, escucha, da buenos consejos... es la mujer de mis sueños” (Hombre, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Me parezco a Alvaro en la personalidad, o sea si yo tengo un problema, lo digo a la cara y me da lo mismo si el otro se molesta” (Hombre, 15 a 17 años, C3D)

“La Janis es igualita a mí, porque demostraba que era una persona grande pero por dentro era una cabra chica” (Mujer, 8 a 9 años, ABC1C2)

“Me molestó cuando estaba Jorge y Alvaro y echaron a Jorge, porque él tiene plata, ponte tú para pagarse clases de actuación, pero en cambio Jorge no” (Mujer, 10 a 12 años, C3D)

“Me sentí identificado cuando la Cata contó su historia de que se le había muerto el papá, porque yo lo he vivido de cerca y me da pena, porque me recuerda a alguien” (Hombre, 15 a 17 años, ABC1C2)

Dado que los protagonistas y las situaciones representadas aluden a la realidad de jóvenes mayores de 18 años, el fenómeno de identificación se manifiesta con mayor intensidad en los grupos de mayor edad (adolescentes) en comparación con los niños, aun cuando éstos expresan un nivel de interés igualmente importante.

“Son cosas de niños más grandes, la mayoría tiene pololo en cambio uno... no todavía... pero me gusta porque las cosas de mi edad son más aburridas” (Mujer, 8 a 9 años, C3D)

Adicionalmente, los niños y adolescentes evaluados reconocieron que este género programático expone ciertos valores y principios, que constituyen posibles refuerzos para la adquisición de pautas de conducta valoradas positivamente, tales como convivencia respetuosa, asertividad, valor de la amistad y del esfuerzo para conseguir objetivos y superación personal.

“Enseña como convivir con gente que no conoces... que tienen otras opiniones super diferentes” (Hombre, 10 a 12 años, ABC1C2)

“Decirse las cosas en la cara, porque aquí en Chile la gente nunca se dice las cosas que piensa” (Hombre, 15 a 17 años, C3D)

“El Cara a Cara aporta a que uno diga la verdad, pero que a la vez se lo tome como un juego” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)

“Muestran lo que cuesta esforzarse en la vida, que si eres famoso es porque te has esforzado” (Hombre, 10 a 12 años, ABC1C2)

“Cuando se fue Juan Ignacio, Óscar se puso a llorar y Juan Ignacio le dijo no te preocupes que afuera estará un amigo que te estará esperando, entonces me dio una sensación rica de que fueran tan amigos” (Hombre, 10 a 12 años, C3D)

Por último, en cuanto a la posible imitación de conductas presentadas en estos programas, los niños y jóvenes se refirieron a la incorporación tanto en sus juegos como en sus relaciones sociales de ciertos modismos,

*“En clases nos ponemos a jugar que estamos **amenazados** por copión, por ciencias, por lenguaje” (Hombre, 10 a 12 años, C3D)*

“En el furgón del colegio jugamos a Protagonistas del Furgón” (Hombre, 8 a 9 años, ABC1C2)

de formas de expresar opiniones y sentimientos (“cara a cara”)

*“Ahora todos están haciendo el **cara a cara**, en la reunión de apoderados hacen entrar a los alumnos y hacen un cara a cara con los apoderados” (Mujer, 15 a 17 años, ABC1C2)*

y de actividades lúdicas tales como competencias inspiradas en el género.

“Yo con mis primos y hermanos siempre copiamos lo que hacen en las pruebas de actuación... además que yo quiero ser actriz, igual que mi mamá, entonces voy anotando en un cuaderno todo lo que enseñan ahí” (Mujer, 8 a 9 años, C3D)

Asimismo, no hubo referencia a la adopción de conductas criticables apreciadas en el género, tales como la agresión o la deslealtad.

Conclusiones Generales

- Los estudios coinciden en señalar que las audiencias – tanto niños, jóvenes como adultos - tienen un alto nivel de conocimiento respecto de la oferta de programas del género Reality Shows. Destaca “Protagonistas de la fama” como el principal referente del género y el más recordado hasta la fecha.
- Una de las principales características del género es la mezcla de formatos y estructuras de diversos géneros televisivos que convergen para dar vida a estos espacios. De esta manera, en los programas se entrecruza, en mayor o menor medida, la ficción y la realidad, generando en la audiencia la percepción de estar frente a “hechos reales”, como sucede con “Protagonistas de la fama”, y frente a una “construcción” como se percibe en “Refugio Mekano”.
- Los reality shows intentan transmitir la ilusión de que lo que se exhibe es la realidad concreta, pero más bien es una “nueva realidad televisiva”. Si bien se trata de transmitir al público que lo que se presenta en pantalla es “real”, debe considerarse la presencia permanente de cámaras y la intervención de las situaciones por guionistas y editores.
- Estos programas se ven mayoritariamente en compañía, ya sea en familia – padres y/o hermanos - o con amigos. La actitud de los padres generalmente es como televidentes activos. Las regulaciones parentales parecen escasas, salvo algunas restricciones horarias.
- Este género televisivo es preferido por niños y jóvenes sin grandes diferencias según estrato social. Sin embargo, las personas tienden a ver distintos programas según su estrato socioeconómico. Es así como existe cierta inclinación de los estratos más altos por “Protagonistas de la fama” de Canal 13, mientras que los estratos más bajos han optado por “Rojo, fama contra fama” de TVN.
- Entre los aspectos positivos que las audiencias reconocen a estos programas se encuentra la convivencia entre pares, la representación de distintas posturas valóricas, la diversidad de los protagonistas sin distinción del segmento social al que pertenecen, la exposición de formas respetuosas y honestas de enfrentar conflictos, la posibilidad de expresarse de los jóvenes, el desarrollo de habilidades a los concursantes y la oportunidad para superarse.
- Tanto niños como jóvenes afirman aprender de estos programas: se trata de valores como el esfuerzo personal para el logro de metas y la comprensión, tolerancia, franqueza y adaptación como modelos de amistad y de convivencia social. Parte importante de ellos se identifica con las situaciones que muestran estos programas.
- Para los consumidores de este género, la principal crítica está en ciertos excesos. Fundamentalmente tres: el abuso de lenguaje grosero; la intrusión excesiva en la intimidad; y el exhibicionismo. Esta percepción de excesos no llega a niveles que merezcan ser reprobados. Respecto del lenguaje verbal

utilizado, parece reflejar la forma coloquial en que se relacionan los chilenos, particularmente los jóvenes. El contexto relajado y cotidiano en que se desenvuelven los participantes los muestra tal como son, lo que implica que algunos recurren con frecuencia a los garabatos, pero éstos no reflejan situaciones de agresividad o confrontación sino más bien es un rasgo de identidad entre la audiencia juvenil.

- Otra crítica dice relación con la sospecha de que estos programas son manipulados. Esto se debe a que en la construcción de las historias existe una clara participación de editores y guionistas, quienes seleccionan lo que se ha de exhibir en pantalla y le otorgan coherencia al programa. Sin embargo, no hay críticas por la transmisión de valores negativos.
- En los Reality Shows se observa una intensa emocionalidad producto del encierro y la competencia entre los participantes, exhibiéndose con frecuencia emociones como el llanto o la risa, lo que genera altas dosis de emotividad en la audiencia, logrando establecer un compromiso con el público respecto del devenir de cada uno de ellos. Sin embargo, estas características estructurales del género – tales como encierro y exposición de la privacidad - no son *per se* objeto de crítica entre los televidentes; ésta aparece más bien cuando se advierte que tales recursos son empleados en exceso.
- Algunos programas - tales como “Rojo, fama contra fama” y “Protagonistas de la fama” - tuvieron un alto nivel de participación del público a través del teléfono, lo cual parece reforzar, aún más, el compromiso emocional de las audiencias con los mismos. Los jóvenes incluso se muestran dispuestos a participar como parte del elenco de estos programas, en especial entre los sectores socioeconómicos de menores ingresos.
- Se percibe un autocontrol de los canales respecto de lo que se exhibe en pantalla. Hasta ahora los contenidos presentados – a pesar de la intimidad que se devela ante las audiencias – se han mantenido en un marco de respeto de la normativa que regula la televisión. Es importante recalcar que a diferencia de la experiencia internacional del género, en Chile no se han mostrado desnudos, sexo explícito, ni un lenguaje excesivamente procaz.

ANEXO:
**Principales características
de los programas**

Protagonistas de la fama

Es un concurso de talento y convivencia, 14 jóvenes deben convivir durante tres meses en una “casa estudio” aislados del resto del mundo, concursan por un rol estelar en la próxima telenovela del Canal 13, durante el periodo de encierro reciben clases de actuación.

Se trata de un concurso de voto - eliminación, los criterios de eliminación son el juicio de los pares (respecto a la convivencia) y el de los profesores (respecto a las condiciones de actuación), la decisión final de los eliminados es de la audiencia a través de la votación telefónica.

El programa cuenta con un claro esquema narrativo, se narra el concurso y la convivencia, de estas interacciones surgen historias y conflictos entre los personajes (alianzas, rivalidades, relaciones sentimentales, etc.) que pueden ser seguidas como una historia seriada por la teleaudiencia.

Si bien se ha planteado a la luz pública que PF es un programa de concurso de talentos, el análisis de pantalla muestra que con el desarrollo el elemento central ha pasado a ser las relaciones interpersonales, apareciendo el concurso artístico más bien como un pretexto. Así la temática de los capítulos se asemejaría mucho a la de una telenovela con un rol preponderante de asuntos como el amor/desamor, celos, venganza, sufrimiento, engaño, etc.

Finalmente se puede mencionar que a pesar de la sobreexposición de la vida de los concursantes no se han visto desnudos ni escenas de sexualidad explícita, el lenguaje es bastante coloquial.

Rojo, fama contra fama

Es un programa de concursos, en el cual se buscan talentos en el canto y la danza, originalmente había también una búsqueda de talentos deportivos (futbolistas), pero finalmente el espacio se estructuró como una competencia netamente artística.

Originalmente el público participaba telefónicamente a través de la “Línea Roja”, en la cual el público no solo votaba sino que también opinaba, sin embargo esta segunda modalidad de participación fue eliminada dada la dureza de los juicios que emitía la audiencia. En la instancia final la eliminación es decidida por la votación de los demás concursantes.

En cuanto al esquema narrativo podemos decir que es una hibridación entre el concurso, ya que los participantes deben mostrar permanentemente sus habilidades artísticas y el talk-show, ya que se muestra permanentemente el testimonio de los concursantes, sus impresiones y de las personas del entorno familiar de los concursantes en torno a la competencia.

Hay un tratamiento emotivo de los temas, el conductor busca siempre lograr un clímax de emocionalidad, para esto es fundamental la capacidad de descubrir historias del equipo de producción del programa. El jurado también busca generar efectos en esta misma línea: al ser muy duro en sus juicios provoca fuertes reacciones emocionales en el público y los concursantes.

Cuenta con un lenguaje audiovisual muy dinámico, donde las cámaras juegan permanente con los primeros planos para acentuar la emocionalidad de la transmisión. En cuanto al lenguaje verbal este es más bien formal, totalmente exento de malas palabras o garabatos.

Refugio Mekano

Es un programa de convivencia, pero en este caso forzada por una relación contractual, las personas que conviven son compañeros de trabajo ya que todos pertenecen al staff del programa Mekano, no concursan por la fama, porque ya la tienen. El objetivo del programa sería satisfacer el deseo del público de conocer a sus “estrellas”.

Del análisis de pantalla surge la impresión de que los jóvenes que participaron en la experiencia de “Refugio Mekano”, más que mostrar parte de su vida, estaban actuando. La ausencia de competencia permitía una participación más relajada, por lo que no habría un pretexto para la exhibición de emociones fuertes.

En síntesis se puede decir que a pesar de la presencia permanente de cámaras no hay una real exposición de la intimidad sino que más bien una actuación. El lenguaje es coloquial y juvenil, pero con un claro autocontrol.

Super M

Es un programa de concurso, en el cual hay convivencia entre las participantes en una casa, pero no aislamiento, por lo que se podría hablar de un “encierro relativo”. El contenido del programa se basa en escenas del entrenamiento y selección de 16 jóvenes para ser modelos de la agencia Elite. No hay votación del público en el proceso, y las imágenes de la convivencia y el concurso en Argentina se combina a veces con tomas del entorno familiar de las aspirantes a modelos.

No corresponde al paradigma clásico de los Reality Shows, es más cercano a un concurso de belleza tradicional, no se cuenta una historia (a diferencia de PF) sino que más bien se presenta un collage de imágenes. Además, no existe un narrador omnisciente, las cosas parecen fluir espontáneamente ante la cámara.

El tema central es el concurso; los otros aspectos, como las historias de las concursantes, su entorno social, familiar y cultural, son secundarios.