



UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y LETRAS
ESCUELA DE PERIODISMO**

JÓVENES ¿JUECES DE LA TELEVISIÓN?

Una audiencia que pone día a día a prueba a la industria televisiva

Magdalena Carolina Ramírez Stange

Tesis para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social

Profesor Guía: Pedro Felipe Galleguillos Navarro

SANTIAGO, CHILE

2008

Comprendo que como profesor guía mi labor no es sólo analizar el resultado final en su mérito, sino también la disciplina con que la alumna se desempeñó, las dificultades que tuvo que enfrentar y de qué manera las solucionó. La capacidad de comprensión y reflexión sobre el tema que mostró en cada reunión y por último de qué manera fue capaz de plasmarla en el papel.

En ese sentido debo establecer que uno de los factores adversos más complejos para trabajar fue el tiempo. No me compete analizar por qué la alumna Magdalena Ramírez tuvo que separarse de su grupo de tesis anterior para elaborar un reportaje en profundidad en sólo tres meses. Pero el poco tiempo para trabajar es (y fue) un factor determinante. Además la alumna es una colaboradora permanente de Meganoticias y no sólo tuvo que trabajar durante todo este período, sino que además, durante Enero y parte de Febrero tuvo que trabajar 30 días sin descanso. Ése, sin duda fue otro factor determinante.

Claro que tuvo la fortaleza de suplir estas dificultades con responsabilidad y una estricta disciplina de respetar los plazos que juntos establecimos. Demostró una excelente capacidad para comprender las distintas variables que su investigación arrojó en el transcurso de entrevistas, revisión bibliográfica y antecedentes históricos y fue capaz de plasmarlo con coherencia en la escritura.

En cuanto al resultado final, creo que hay sólo problemas de forma y no de fondo. Una de las falencias que advierto, es que la alumna se extendió en demasía en algunos puntos que eran secundarios y le faltó profundizar algunos aspectos importantes. Creo también que faltaron algunas fuentes para darle un poco más de peso periodístico en algunos puntos clave. El mérito fundamental es que nunca perdió el hilo conductor de la historia y que existe una correspondencia entre las conclusiones finales y los objetivos planteados.

Creo que el resultado final es positivo. El reportaje es dinámico y atractivo de leer, pero lo más importante es que quien lo consulte podrá comprender con facilidad lo que ha ocurrido con los medios en su intento por captar al público juvenil.

NOTA FINAL: 6,0

Simplemente agradecer a todo aquel que me haya aguantado en este tiempo viviendo bajo una fuerte dosis de stress. Especialmente a mis padres por, como siempre, tratar de ayudarme aunque la respuesta no fuese con una sonrisa, Mamá, papá simplemente gracias por creer en mí.

A mis abuelos por darme ánimos para seguir adelante y su sabiduría infantita. A la Cata por su comprensión y cariño. A Max por regalarme día a día su sonrisa y hacerme feliz. A Pedro Galleguillos por su bondad de haberme prestado ayuda sin siquiera cuestionárselo. Por último, a mi compañero felpudo que silenciosamente me acompañó todas las tardes y noches enteras frente al computador.

El presente reportaje se dirigió en torno a darle una respuesta a la siguiente pregunta ¿ha sido la televisión la que ha debido realizar la transformación para acoger las demandas de la juventud actual? O ¿ha sido esta misma que observando la realidad, tomó algunos rasgos, convirtiéndolos en generalidades y legitimándolos dentro de la sociedad? A través de estas interrogantes, surgió la pregunta ¿cual es la razón del éxito y el fracaso de algunos programas juveniles?

Para ello se debió comprender en primer lugar, que este grupo etáreo está constantemente en proceso de cambio. Es por ello que la televisión debe reaccionar con rapidez para que sus programas no finalicen siendo un fracaso.

Esta evolución a la que están sometidos lo jóvenes se debe a diferentes variables. Claramente una de ellas, son las etapas del crecimiento y maduración. A medida que pasen los años, los intereses cambian, como también las preferencias para ver ciertos programas. La segunda variable, es el proceso de globalización mundial y la fuerte irrupción de Internet en los hogares y en la vida misma. Estos han determinado, en gran medida, la forma en que los jóvenes definan su sociabilidad, identidad y emocionalidad. Así, mientras Internet ofrezca entretención limitada, sin censura, ni horarios, será una fuerte competencia para la televisión. Pero son estos múltiples canales de comunicación que han aturdido a los jóvenes. Sin un filtro, que son los padres, los menores acogen diferentes mensajes que luego conformarán su identidad.

Para realizar esta investigación se utilizaron entrevistas a diferentes personas que participaron o actualmente dirigen programas juveniles de televisión. Se extrajo información de expertos en el comportamiento humano y social. Se conversó con jóvenes, como también se realizó un pequeño focus group a diez de ellos para comparar cada una de sus respuestas. Por ultimo se utilizo el recurso de observación participante, visitando plazas, colegios, salidas de canales de televisión y programas juveniles.

A partir de lo anterior se pudo concluir que los jóvenes están en busca de su identidad. Para ello la televisión (que es su mejor acompañante junto a Internet durante el día), crea un prototipo, surgido desde las mismas necesidades juveniles y lo masifica. De esta forma han nacido Pokemones y Pelolais, la nueva moda impuesta por la TV.

Página	
2	Calificaciones
3	Agradecimiento
4	Resumen
5	Índice
6	Prólogo
7-10	Introducción
10-16	Los primeros pasos de la TV...
16-18	La mirada de hoy
19-25	Internet, la poderosa competencia
25-32	Mekano, del éxito al fracaso
33-41	Parrilla programática actual
42-46	Tribus urbanas
47-52	Estereotipos y sexualidad
54-58	Bibliografía – Textos (solo en tesis Física)
59-65	Anteproyecto de tesis (solo en tesis Física)
66-125	Anexos (solo en tesis física)

¿Cuál es la misión de la televisión abierta? O mejor dicho ¿tiene una misión que cumplir en la sociedad? Formar, informar y entretener parecía ser la premisa básica y eran, a su vez, los puntos fundamentales para sostener cualquier crítica o análisis sobre algún programa o estación en particular. Pero ¿son válidos hoy en día estos conceptos?

A comienzos de los 90 la industria de la televisión en Chile llegó a una encrucijada: ser rentables o desaparecer. Los tres principales actores (TVN, UCTV y Canal 11, hoy CHV) se vieron enfrentados a dos amenazas en el mercado: la aparición de dos nuevas estaciones privadas y la llegada de la televisión por cable. Los ejecutivos entendieron la idea de que cada estación televisiva es un negocio, y como tal debe tener utilidades, regla de oro en el mercado. La utilidad ingresa a través de los auspiciadores, quienes colocarán más dinero en los programas más exitosos. Así de simple.

Las personas del otro lado de la pantalla dejaron de ser espectadores y pasaron a ser consumidores a quienes había que descubrir. El público se dividió por segmentos de edad, condición económica o género; se estudiaron sus hábitos de consumo de medios para crear programas cada vez más exitosos. Al interior de cada estación se dejó de entender la parrilla programática diaria como un todo y cada programa comenzó a ser tratado como una pequeña empresa, que debía generar utilidades, independientemente de los resultados generales.

Hubo aciertos y desaciertos, éxitos y fracasos, pero a fin de cuentas, la industria maduró con esta premisa, al punto de que hoy es impensable sostener en la pantalla un producto que no se financie. Este es el nuevo paradigma de la televisión y la reflexión sobre si una cierta estación televisiva o un programa en particular cumplen o no un rol formativo, quedó en un segundo plano.

Pero descubrir al consumidor al otro lado de la pantalla no sería fácil. Y por sobre todo comprender los hábitos de consumo de los jóvenes sería todo un desafío. Pero ninguno de los actores de la industria televisiva estaría dispuesto a dejar de lado

la disputa por capturar a este segmento, pues el potencial de consumo de este segmento es más importante de los que se pueda sospechar.

Cinco y media de la tarde, pan con mantequilla en mano y comienza la acción. Felipe cierra la puerta de su pieza, se saca los zapatos, tira lejos la mochila, prende la tele y se acuesta en la cama. A su lado el computador emite constantemente sonidos y de vez en cuando, estira la mano para contestarle a las luminosas ventanitas. Todo está bajo control.... hambre saciada, conexión con el exterior funcionando y lo mejor, largas y constantes horas de entretenimiento, sin moverse ni pensar más allá de lo que le aqueja al pobre Pokemon que no le gusta juntarse con su amiga que se acaba de convertir en Pelolais.

Quince minutos de zapping, termina el Chavo y Pokeeva se apropia por algunos minutos de la pantalla.

Es el primer día, tras unas largas vacaciones, que la parrilla televisiva vuelve a la realidad. Atrás quedaron las repeticiones de programas transmitidos desde idílicas terrazas playeras, con atardeceres de fondo. Estas fueron reemplazadas por el estudio. Pesados focos hacen todavía botar algunas gotas de sudor a los animadores. Eva no es la excepción y lo primero que le pregunta al pobre chiquillo que entra al plató, si no es casi un suicidio, tapar casi por completo de negro su cuerpo, habiendo casi treinta grados en el set.

La historia es un tanto aburrida y simplona, ninguna emoción para Felipe, que a sus quince años ya ha vivido bastante más de lo que sus padres se hubiesen imaginado. Hace rato ya dio su primer beso y por poco la virginidad. Los viernes en la noche se junta con sus amigos a tomar unas cuantas cervezas y vino en caja, que ya lo han dejado como se diría; con la tele apagada. Eso sí, no fuma marihuana ni cigarros, curiosamente le molesta el olor.

En la pantalla se abren las nubes; los Simpsons. Las travesuras de Bart son interrumpidas por un rayo de sol que se cuele entre los vidrios de la ventana. Felipe se levanta de la cama y cierra por completo las cortinas. A las seis y cuarto de la tarde, sol resplandeciente en los cielos santiaguinos, y la pieza de Felipe es una verdadera cueva.

Del Diario de Eva a los Simpsons. De los Simpsons al Diario de Eva. Un poco de Yingo, aunque simplemente para ver a una que otra estrella emergente por farandulandia, bailar con sus minifaldas al más puro estilo del célebre y desaparecido Mekano.

Así se fue la tarde. Felipe completó casi tres horas combinando televisión con chateo en Internet.

Bordeando las ocho de la noche, llega Isabel. Con claros signos de cansancio emite la primera pregunta que enfurece a su hijo. ¿Hiciste las tareas?... Felipe se demora en contestar con una negativa.... Lo que menos hizo desde que llegó del colegio fue pensar en sus deberes.

Ni siquiera después de esta inquisitiva frase, este insipiente Pokemon, dejó de ver tele.

Al llegar Roberto, el padre, la familia compuesta por cuatro personas se sentó a cenar. El pollo con arroz, fue acompañado de una entretenida teleserie y un ¿como te fue? que salió con dureza de la boca de la matriarca.

Ya cansado y después de las noticias, Felipe se puso a estudiar. Eran más de la media noche cuando se fue a dormir. A la mañana siguiente no se quiso despertar. En el colegio daba cabezazos de sueño y que decir con la prueba de inglés, a lo más se acordó como se decía gato, por el nombre del animalito de Lisa Simpsons.

La historia de Felipe, no es un episodio más de algún programa de televisión. Es real y lamentablemente la comparten otros tantos jóvenes chilenos que prefieren vivir en la fantasía televisiva a preocuparse de temas importantes y que ameritan más atención como lo es el colegio.

Esto lo evidencia Gina Gaviola, su trabajo día a día es competir con dos grandes y fuertes contrincantes: la televisión y el computador. Profesora hace más de veinte años de alumnos desde octavo básico a cuarto medio, relata con alarma que los jóvenes no están más flojos, sino que simplemente no están motivados a estudiar.

“No toleran frustraciones, están acostumbrados a que les hagan las cosas y a que se les facilite todo. Hay tantas ayudas externas que ahora, ya no hay que leer el libro, te consigues dos minutos antes el resumen. Es todo más fácil. No hay mayor

control. Los papás no están nunca en la casa y cuando llegan hay algunos que no controlan”¹

No hay que observar mucho para descubrir que día a día los jóvenes cambian rápidamente sus gustos, preferencias, caracteres y actitudes. En eso contribuye la televisión y el Internet, herramientas tecnológicas que construyen su realidad.

Atrás quedaron los libros. Mayor valor tiene una imagen que impresione o la entretención instantánea, en donde solo se necesite apretar un botón.

“Somos hijos de los medios en general, pero particularmente de los medios audiovisuales y en especial de la televisión. Enmarcados y situados en una condición cultural caracterizada por la fragmentación, la televisión se transforma en el espacio de la habitabilidad del mundo, pues se transforma en la experiencia masiva más cómoda para sobrevivir el caos y a la fragmentación existente a nivel cultural”².

Así bien lo ha entendido la industria de la televisión que debió transformarse para acoger a los nuevos públicos juveniles que distan mucho de parecerse a aquellos que veían todas las tardes el Extra Jóvenes. A su paso también salieron a la competencia la televisión por cable y luego el Internet ofreciendo al expectante adolescente, nuevos canales donde obtener información y entretención.

La televisión durante su historia ha debido enfrentar diferentes transformaciones. Los jóvenes de hoy, la globalización y las nuevas tecnologías son nuevos obstáculos que enfrentar

Vale entonces preguntarse ¿como ha competido la televisión a la instantaneidad y a la variedad de contenidos, accesos y productos que ofrece Internet?

Ante el cambio del concepto de juventud y la importancia que ha tomado esta etapa de la vida ante la sociedad y el mercado como adquirentes de productos y fuertes capitalizadores de nuevos movimientos, la televisión fue obligada a hacer lo suyo.

¹ Gina Gaviola – Profesora y Jefa de departamento de Lenguaje y Comunicación – Colegio Alemán de Santiago

² Raúl Zarzuri Cortés – *hijos de la tv. Jóvenes, televisión y cultura* – Centro estudios socioculturales CESC

Y es que, ¿la televisión ajustó sus contenidos a los nuevos públicos juveniles o simplemente fue esta misma industria la que captó ciertas señales provenientes del mundo adolescente, para luego masificarlas y legitimarlas dentro de la sociedad?

En palabras más sencillas ¿los Pokemones, Pelolais, el regatón son simplemente una invención de la pantalla chica?

¿ Existe alguna razón que explique el éxito de programas como El Diario de Eva y el poco rating obtenido por Mekano (después de marcar el peca de sintonía en 2004 y 2005) y de sus réplicas que han obligado a los canales a dobligar sus esfuerzos para hacerlos más interesantes al público juvenil?

LOS PRIMEROS PASOS DE LA TV. FRENTE A LOS JÓVENES

LA ERA EXTRA JOVENES Y MÁS MUSICA

La televisión en Chile comenzó en 1959 sus transmisiones. Desde esa fecha se han realizado un sinnúmero de programas. Algunos con éxito otros que rápidamente quedaron en el olvido. En aquella época como en la actual, algunas emisiones se convirtieron en programas de culto y mayor aún entre los jóvenes.

La parrilla programática comenzó con programas para toda la familia, con Sábados Alegres en 1962 que luego derivó en el famoso Sábados Gigantes, series extranjeras como la Hechizada, el Fugitivo y Bonanza atrajeron grandes audiencias.

Ya entrados los setentas, recién comenzado el gobierno militar, Camilo Fernández, quien había dejado su cargo de director artístico de la compañía de discos IRT, tuvo una excelente idea. Realizó el primer programa enfocado para jóvenes, llamado Música Libre. Un grupo de veinteañeros bailaba y cantaba despreocupadamente todas las tardes. “Salta pequeña Langosta”, “Quiero gritar que te quiero” o “How do you do”, se convirtieron en imperdibles de las fiestas y de las tardes donde cientos de jovencitas bailaban desde las seis y media la tarde en los living de sus hogares.

“Era un medio de entretenimiento de fácil acceso. Las familias comenzaron a tener televisiones en sus casas y este era para parte del hogar como herramienta de entretenimiento y de información. Estaban en el living y se les ponían carpetitas bordadas

por las mismas abuelas. No había Internet, ni Atari... o sea era lo que había. No existía más variedad, ni tampoco como para compararlo con algo. Además obvio; todos queríamos ser como ellos”³

“ La televisión como tecnología que se ha insertado en los espacios de nuestra vida cotidiana y por lo tanto en nuestra cultura, puede ser vista en términos modernos como el fuego que antes reunía a nuestros ancestros. Es nuestro fuego o círculo de fuego sobre el cual nos reunimos y giramos bastantes horas durante el día.”⁴

El formato del programa era simple. Media hora de bailes con coreografías coordinadas, acompañadas de doblajes de conocidas letras, hits del momento. Las cámaras enfocaban los rostros de incipientes famosos que salían en las portadas de revistas como Ritmo. La escenografía era estática con un simple corte de cámara que obtenía movimiento con la danza del grupo del programa.

“Fue un programa que unió a la juventud. Era el único programa que había en ese momento, o sino que había que ver Flipper o el viaje a las estrellas. Las canciones eran pegajosas, todos seguían las coreografías. Se creó una especie de farándula muy blanca, pero existía y era entretenido saber de ellos. Me acuerdo bailar frente al televisor media hora todos los días y hacerlo con mis amigas. Todos además comentaban los lugares donde se compraba la ropa, que usaban, donde iban, etc... Fue un fenómeno.”⁵

El espacio tenía mucha popularidad. Al punto que un día fue sacado del aire por los directivos de Televisión Nacional que lo consideraban frívolo y un tanto revolucionario. Esta decisión duró solo tres días. La protesta del público y la caída de la audiencia obligaron a los ejecutivos a reponer el espacio. Así miles de jóvenes continuaron disfrutándolo hasta 1975, momento en que el espacio juvenil salió definitivamente de la parrilla programática.

Eran aquellos años donde no solo era descabellado pensar en un aparato que hiciera posible estar conectado en red con todo el mundo como lo es Internet, sino que además el cable no daba asomos de llegar al país. La audiencia se la repartían Canal

³ Carolina Toro, Parvularia, nacida en 1962 y fan de Música Libre

⁴ Raúl Zarzuri Cortés – hijos de la tv. Jóvenes, televisión y cultura – Centro estudios socioculturales CESC

⁵ Carolina Toro, Parvularia, nacida en 1962 y fan de Música Libre

13, TVN y un precario Canal 11. Eran ellos los que imponían qué ver. No tenían competencia más que ellos mismos. Así, las alternativas para los jóvenes no eran más que Música Libre o algún acierto temporal. Como no había con qué compararlos de una u otra manera los jóvenes estaban un tanto obligados a que les gustara. Era la única ventana para poder mirar la realidad en ese momento.

“Ahora sí miro hacia atrás dándome cuenta de las opciones que tienen los jóvenes hoy en día – me refiero a internet y el cable, obviamente, me da la sensación que el programa me gustaba porque no me quedaba otra. No teníamos más que ver”⁶

Pero la televisión no se detendría pues había descubierto que hacer programas para públicos exclusivos podía dar resultados.

En la década de los ochentas nació Magnetoscopio Musical. Fue un espacio pionero en la emisión de video clips, adelantándose incluso a la creación de MTV y marcando la pauta de programas venideros como Más Música de Canal Trece y Video Top de Canal Once. Fue justo en la época en que la televisión en nuestro país, vivía la transición del blanco y negro a color. El gancho era traer desde el extranjero los últimos videos musicales. El anfitrión del programa era un robot que luego fue acompañado por quien hacía su voz; Rodolfo Roth. Este fue el primer efecto especial en la televisión chilena, por lo que no dejó de sorprender. Domingo a domingo, los televisores se encendían para ver a este objeto metálico, la presentación de los videos y algunas noticias de sus artistas favoritos. Así el programa fue integrando nuevas secciones, entrevistas a cantantes de la época y concursos de cantautores nacionales.

Con un movimiento de cámara simple, el revolucionario robot y juego de luces y sombras, el programa de Roth logró pasar a la historia. No tuvo necesidad de mostrar mujeres, ni cuerpo de baile livianos de ropa moviendo sus cuerpos en el set. Era un programa que traía novedades, presentaba a artistas en estudio y se transformó en la opción que en ese minuto ofrecía el mercado televisivo.

En 1988 salió de la parrilla programática de Televisión Nacional, pero su éxito fue tal, que hoy es posible ver en distintos portales de Internet a fans del programa que piden que Magnetoscopio vuelva a la TV.

El gancho juvenil de la época seguiría siendo la música durante un tiempo. Por las pantallas pasaron programas como Video top y el célebre Más Música conducido

⁶ Sonia Arias, Matrona, nacida en 1960 y fan de Música Libre

por Andrea Tessa, que puso en práctica nuevas tendencias televisivas. El set mostraba sólo a la conductora en cámara presentando los videos. Tenía un ritmo rápido y el estudio muy limpio, sin artefactos electrónicos, ni luces estridentes. Se trataba solamente de Andrea Tessa con el público.

Cautivaron también teleseries nacionales e internacionales. Simplemente María y Nino fueron grandes historias de amor. Nunca se utilizó el recurso del sexo y la poca ropa, solo se contaban trágicas historias que se iban entrelazando con el misterio por actores que atraían a las masas.

“ En general, fue el tiempo del boom de los programas que presentaban videos musicales y empezó de forma incipiente a crearse programas para jóvenes, donde el contenido se enfocaba en lo que a ellos les gustaba. Me acuerdo que fue un video de Michael Jackson el que le dio un giro a todo esto. Con videos fabulosos que eran verdaderas obras de arte, no se podía llegar y poner nomás. Había que crearle un contexto, hacerlos más interactivos con el público. Además pasaba algo que no ocurrió después, que cada programa atraía a mucha gente. Eran muy masivos y una de las razones era que nosotros éramos la única forma en que los jóvenes en ese minuto pudiesen ver y conocer los videos, la música etc...”⁷

La segmentación televisiva estaba madurando y los canales con menos recursos también querían una tajada del mercado juvenil. Canal 11, perteneciente en esos años a la Universidad de Chile, era el canal con menor participación en la audiencia y en el mercado. Su manera de abordar este nicho fue a través de una apuesta totalmente novedosa; no pretendían hacer un programa centrado en la música, sino crear identidad a través de personajes juveniles. Así nació también el célebre Extra Jóvenes. Se trataba de un magazine joven, en el que el principal requisito era la informalidad.

“Era súper desordenado para lo que había en esa época. Imagínate que el Rodolfo Roth igual era como súper formal y la Andrea Tessa era como más clásica y llega Camiroaga con la Salosni y la revuelven todo el día. Era súper entretenido. Te morías de la risa”⁸

Un escenario bastante precario, la participación de camarógrafos y del equipo en general en cámara, rompiendo esta idealización de la televisión, terminó por

⁷ Alba María Navarro, Productora ejecutiva del programa de video clips Sábado Taquilla

⁸ Sergio Machuca ex productor de Canal Vía X y Wurlitzer. Área pre producción Meganoticias

robarse la audiencia de las tardes después del colegio. Fue la revolución de aquella época

“Como el programa era en vivo, de pronto podía ocurrir que se trababa una cinta, porque las maquinas eran viejas y no había como cambiarla. Ahí empezaron las voces en off interactuando con el conductor, con el Pelao Lira, también mostrábamos a los camarógrafos, todo era así, era un desorden creativo que le dio un sello particular”⁹

Partió como un segmento del programa extra mujeres y de a poco fue creciendo. Llevó a estudio a bandas como Los Prisioneros y dio cabida a grupos musicales emergentes. Fue cuna de famosos rostros de la televisión actual, que marcaron una generación.

Así lo corrobora Humberto Galleguillos de 27 años. Recuerda con cariño esa época donde todos sus compañeros tenían como sueño ir a concursar al programa y algunos más de una vez lo hicieron.

“Yo paraba mi tarde para ver Extra Jóvenes y después en el colegio hablábamos del programa. Comentábamos los videos y todo eso con un grupo de amigos (...). Era uno de los programas que realmente veías y encontrabas entretenido. Como que me lograba separar un poco de lo que tenía que hacer normalmente, del colegio... que se yo. Es que realmente este programa me permitía desconectarme de los que hacía durante todo el día. De hecho cuando nos juntamos con mis amigos del colegio recordamos aquellas épocas y nos morimos de la risa.”¹⁰

“ La competencia entre el programa que dirigía y Extra Jóvenes era súper fuerte. Me acuerdo que para un video de Madonna que era bastante fuerte para esa época, le pedí al cura Infante que viera el video y que me diera su opinión. Él me dijo que no había problemas, así que preparamos todo para que ese sábado se estrenara el clip en Chile. No me creerás que la información la supo el once y un día antes ellos estrenaron el vídeo. Pucha que me dio rabia ”¹¹.

⁹ Entrevista realizada a Katherine Salosny, conductora de Extra Jóvenes por Terra.cl sección espectáculos

¹⁰ Humberto Galleguillos de 27 años, fan de Extra Jóvenes

¹¹ Alba María Navarro, Productora ejecutiva del programa de video clips Sábado Taquilla.

La competencia ya estaba declarada, pero estas peleas domésticas entre canales no sería nada comparado con el nuevo competidor que tendrían que enfrentar... Un enemigo que llegó desde fuera casi de la mano con el retorno a la democracia: la televisión por cable.

Los primeros cable operadores comenzaron a sobarse las manos durante el año 92, cuando los abonados a la nueva maravilla coaxial creció exponencialmente. El cable trajo decenas de canales para todos los gustos y por supuesto ofertas juveniles. Llegó MTV desde Estados Unidos y "Wurlitzer", que era un canal chileno que emitía videos musicales todo el día.

" No sé si fue el mismo TV Cable como la razón del término de estos programas, específicamente el mío, pero claramente significó una nueva competencia.... Una gran y fuerte competencia. Imagínate, antes éramos nosotros sí o sí lo único que se podía ver. Ahora habían veinte canales más que ofrecían música, películas y lo peor es que hasta era sin comerciales " ¹²

Fuera la causa o no, Más Música salió del aire junto con el "número uno, número uno" característico de Sábado Taquilla. La llegada de canales extranjeros y otros que profundizaban temas que la televisión abierta no podía darse el gusto, hicieron que cambiara la forma de hacer televisión. Así disminuyó la cantidad de material envasado y aumentaron las producciones nacionales.

Al comienzo de los 90, la licitación de señales disponibles de canales de aire, trajo consigo dos nuevas estaciones televisivas: Megavisión, actual MEGA, que se transforma en la primera red privada del país y luego La Red, actualmente RED TV. Así la oferta televisiva nacional quedaría conformada por 5 canales.

El panorama, entonces, era complejo. El país dejaba atrás al gobierno militar, y comenzaba a abrirse al mundo. Ya no había censura y los canales de televisión de todo el planeta llegaban hasta los hogares a través del cable. La sociedad comenzó a cambiar, el país a crecer a un ritmo económico insospechado hasta el momento, y la clase media pasaría a consolidarse en un país que ya pensaba en alcanzar el desarrollo como una meta plausible.

Por supuesto que estos cambios también se hicieron notar en el consumo televisivo, sobre todo de los jóvenes. Ya no querían los formatos de antes. Prueba de

¹² Alba María Navarro, Productora ejecutiva del programa de video clips Sábado Taquilla

ello fue el reintento de Katherine Salosny de insistir en TVN con un formato similar al de Extra Jóvenes. Su resultado fue muy pobre, y rápidamente salió de pantalla. Los gustos ya habían cambiado.

Los nuevos jóvenes eran un desafío de consumo mediático. Incluso la publicidad no sabía con claridad cómo abordarlos. Claro existían productos como helados, galletas, juguetes, pero su manera de colocarlos en el mercado era más genérica; nunca se pensó en la generación teen o lo importante que sería un joven de 16 años en el mercado.

“Si tú miras una tanda de publicidad de los noventas, era súper de estereotipos. El joven era el universitario típico, así como bien peinadito y la mina rica era ¡¡la!! mina rica, con buenas pechugas. La familia que se mostraba era la más feliz. Después yo creo que del año 98´ hasta ahora, la publicidad ha comenzado a mandar un concepto que ha revolucionado la manera de verla. Ha buscado llegar específicamente a meterse en la entraña de los sentimientos de la gente y de los mismos jóvenes. Yo que me acuerde, nunca vi campañas publicitarias enteras enfocadas para jóvenes. Lo que pasa es que el cliente se dio cuenta que los jóvenes tienen poder de compra, tienen poder de decisión y por lo mismo son un gran objetivo a donde llegar porque aunque no ganen las lucas, tienen a sus padres para convencerlos”¹³

En 1995 nace canal Rock and Pop, un canal que traspasó lo que emitía su señal radial a la televisión. Conducían los programas personas jóvenes, algunas hasta sin experiencia. Al aire se experimentaba. Las escenografías eran simples y los programas eran sencillos, pero había una fuerte dosis de irreverencia y creatividad que en ningún otro canal existía. Canal 2 existió hasta 1999. No logró remontar en audiencia, pero logró ser un precedente para programas que actualmente se dan en el Canal Via X, donde al igual que su antecesor no logra grandes audiencias pero si hace un ruido en el ambiente.

LA MIRADA ACTUAL

Un aspecto fundamental que marca a los programas juveniles en la actualidad y las diferencias de sus símiles del pasado, es que un programa juvenil puede ser visto por niños desde los ocho años hasta los veinte. Cada uno codifica el mensaje de

¹³ Daniel Molina – Publicista agencia Lowe Porta

diferentes formas, cada uno expresa su adherencia y preferencia de una forma muy disímil.

“Yo soy el hijo de al medio, entonces mis hermanos eran demasiado chicos para ver lo que yo veía como Extra Jóvenes. No les interesaba y veían monitos y mi hermano era mayor así que tampoco le interesaba mucho. Veía otro tipo de cosas como Viva el Lunes o programas que daban en la noche”¹⁴

“ Llevo por lo menos quince años en televisión y por lo mismo me he podido dar cuenta que esta ha cambiado hartito. El mismo ejemplo del MEGA. Igual empezó más tarde, pero tuvimos que esperar bastante para que la sociedad estuviese preparada para aceptar un programa como Mekano por ejemplo. Acuérdate que antes las tardes eran amenizadas por Cine en su casa de Canal Trece. De apoco la televisión ha ido cambiando y de apoco fue tomándole más importancia a los jóvenes. Yo me acuerdo que acá se ponían monos animados. Hoy hay un área infantil que produce miniseries y próximamente programas.... Son importantes los jóvenes.”¹⁵

“Yo me acuerdo que antes hasta la misma tele mandaba a mis hermanos chicos a dormir. La señorita del tiempo decía que la programación era para mayores de 18 años y mostraban a un abuelito, el Tata Colores, acostándose en la cama. Pucha ahora es totalmente distinto mis sobrinos que tienen trece se quedan hasta muy tarde y aparte tienen como programa favorito al Club de la Comedia y a Infieles que dan puro sexo”¹⁶.

La Televisión por Cable fue sin lugar a dudas un gran cambio, pero en el ámbito social y familiar, fue el ingreso de las mujeres al campo laboral.

“Antes las mamás estaban en la casa, entonces los adolescentes veían Extra Jóvenes y los niños estaban con la mamá. Había una norma respecto de quienes podían ver Extra Jóvenes y quienes no. Porque la mamá estaba ahí regulándolo. Hoy la mamá no está y eso no es ni malo ni bueno. O sea la mujer ha tenido que salir a trabajar y eso ha sido importante para ver como han cambiado los jóvenes en los últimos años.”¹⁷

¹⁴ Humberto Galleguillos de 27 años, fan de Extra Jóvenes

¹⁵ Francisco Adriazola – Área postproducción de MEGA- 20 años en el medio televisivo

¹⁶ Tania Schwuchow – 23 años Estudiante de diseño – Universidad Mayor

¹⁷ Tamara Okstenberg – Psicóloga Juvenil – Universidad Católica

El tiro único de cámara, se transformó a una multiplicidad de enfoques. Los escenarios deben ser sorprendentes, recreando una verdadera fiesta, donde todo este de moda.

“Yo creo que las palabras relájate debe ser el imperativo más oficial en Chile. Lo cual es una manera de decir a lo jamaiquino, “no problem” o no hagas nada que algo ocurrirá. Porque finalmente somos subdesarrollados. Nos vamos a ganar el Loto, nos vamos a ganar el Kino... ¿para qué nos vamos a esforzar?... y ese es el mensaje que te entrega la televisión con la transmisión todos los días de una fiesta. Siéntate y relájate que todo está bien.”¹⁸

“ La vida por la televisión te la muestra guata al sol con un trago, en una isla paradisíaca, jóvenes buenos mozos, entonces ellos creen que eso es la vida y nunca ha sido esa la vida.”¹⁹

Los contenidos variaron, pero al mismo tiempo se estancaron. Los programas de video clips ya no daban rating. El joven comenzó a necesitar estereotipos y estímulos rápidos que los sintonizaran con un programa. Propuestas como Extra Jóvenes hoy en día no serían válidos. De hecho canal 13 intentaría repetir la fórmula de Música Libre con un programa llamado ADN. Hasta los propios hijos de los antiguos artistas iban a participar en él. Fue un fracaso. Los promisorios artistas eran desafinados y no interesó entre los jóvenes el antiguo concepto.

“A nosotros nos entretenía ver el último video de algún grupo y toda la información extra que se nos podía entregar. Hay chicos que están con tanta interactividad que les gustan más de dos o tres informaciones simultáneas. No existe un programa tan lento como lo era Más Música o Extra Jóvenes. Hay mucha información que a la gente le gusta ver. No solo está interactuando vía celular con mensajes, sino que también jugando con el teclado del teléfono y viendo el mensaje que sale en pantalla... más la información que está dando el conductor. Hay muchas cosas que la gente ahora está acostumbrada a hacer. Los jóvenes ahora necesitan estar siempre conectados a un computador. Yo creo que un programa con esa estructura, aunque sea con videos de ultima generación, que tenga sólo esa dinámica no resiste, no es viable.”²⁰

¹⁸ Rodrigo Larraín – Sociólogo – Universidad Central

¹⁹ Gina Gaviola – Jefa departamento lenguaje y comunicación – Colegio Alemán

²⁰ Pedro Pérez – Director área técnica Vía X

INTERNET, LA PODEROSA COMPETENCIA

Actualmente ya no existe solamente un canal por donde obtener información. La televisión dejó de ser la única ventana por donde las personas y en este caso los jóvenes obtienen fragmentos de la realidad. A la variedad de productos tecnológicos llegó la herramienta del siglo XXI, el Internet. Si bien a finales de los noventa o principios del 2000, acceder a este sistema era un lujo, hoy al igual como ocurrió con la televisión en los sesentas, los precios han bajado y los proveedores del servicio tienen planes de conexión para todos los bolsillos. Esto lo convirtió en una herramienta más de comunicación en los hogares chilenos, ofreciendo algo que nadie más podía ofrecer: interconectividad con una infinidad de realidades sin exigir nada a cambio.

El impacto de Internet ha sido tal que ha provocado una nueva manera de relacionar al joven con la realidad. Así se han construido nuevas formas de relaciones sociales.

Internet es rápido, amable, tiene entretención, información, novedades, contactos con solo apretar un botón... “todo llega sin que haya que partir”²¹.

Tal como señala A. Giddens, “los cambios que produce la modernidad son la emergencia de sensibilidades desligadas de las figuras, estilos y prácticas de añejas tradiciones que definen la cultura y cuyos sujetos se constituyen a partir de la conexión/ desconexión con los aparatos”.²²

Así, la industria de programas juveniles vio llegar a un nuevo competidor a la saturada oferta del mercado.

“Internet, es una competencia indirecta, pero en el fondo existe una necesidad de tratar de parecernos un poco. Los jóvenes usan Internet, porque es rápido, es dinámico, es interactivo y puedes hacer mil cosas a la vez. Entonces, teniendo estas características me tengo que preguntar ¿cómo lo hago yo para hacer esto... puedo hacer yo lo mismo?” ¿Por qué un joven tiene que estar viendo tele si puede estar en Internet chateando? Siento que la televisión se está quedando atrás en cuanto a la necesidad de los jóvenes. Son un público muy desafiante. La dueña de casa... siempre ha visto tele y va a seguir viendo tele, aunque exista Internet o la radio. Está acostumbrada

²¹ Virilo, Paul – La bomba informativa – Londres Verso 2000 en Barbero, Jesús M. Jóvenes: Comunicación e Identidad Pág 5 Ed. <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>

²² Giddens A. – Consecuencias de la modernidad P 32 Alianza Madrid 1994

a eso y no le interesa conocer más. En cambio los jóvenes están descubriendo nuevas maneras de comunicarse, de interactuar...”²³

Televisión e Internet a simple vista podría decirse que ofrecen lo mismo... craso error. Internet no tiene normas, no debe ajustarse a un pensamiento editorial uniforme; no se debe esperar hasta más allá de las diez de la noche para ver programación adulta, ofrece en el mismo instante una variedad infinita de información para todos los gustos, edades y requerimientos. No está normado por el rating, ni tampoco por grupos conservadores o liberales que por uno u otro motivo podrían amenazar ciertos contenidos que consideraran “inapropiados” en algún programa televisivo.

Es más, sitios como “Youtube”, “My Space”, entre otros, permite ver al quinceañero material restringido en la televisión abierta. Por ejemplo si se digita la palabra sexo en www.youtube.com hay al menos 100.000 aciertos que se pueden ver en cualquier minuto que el espectador lo estime. A esto también se incluye, cualquier edad, condición social, o finalidad para lo cual se busque este concepto en Internet. Es decir, todo aquello que la televisión en algún minuto censuró, tiene la puerta abierta in Internet. Si en las noticias no se podía mostrar sangre, en “Youtube” u otros sitios se podrán ver las manchas rojas y a lo mejor hasta el hombre descuartizado después del choque.

“En la empatía de los jóvenes con la cultura tecnológica, que va de la información absorbida por el adolescente en su relación con la televisión a la facilidad para entrar y manejarse en la complejidad de las redes informáticas, lo que está en juego es una nueva sensibilidad hecha de una doble complicidad cognitiva y expresiva: es en sus relatos e imágenes, en sus sonoridades, fragmentaciones y velocidades que ellos encuentran su idioma, su ritmo.”²⁴

El mejor ejemplo ante este nuevo relato es MTV. Luego de 25 años liderando la programación juvenil, My Space y Youtube, en menos de tres años, le fueron robando poco a poco su audiencia. Programas emblemáticos como “Top of the Pops” dieron su último suspiro. Actualmente reality shows como “NEXT”, “Mis dulces 16”, “Recién Casados”, crueles dibujos animados en los que un tierno osito descuartiza a otro y jóvenes realizando difíciles y dolorosas pruebas, son el modelo que actualmente este

²³ Carola Durán – Editora periodística programa Chilevisión Invasión

²⁴ Barbero, Jesús M. Jóvenes: Comunicación e Identidad Pág. 7 ED.
<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>

canal esta lanzando al aire. Atrás quedaron las largas programaciones de videos musicales, porque hoy esos contenidos pueden ser bajados fácilmente desde Internet.

“El problema para MTV es que es difícil ser moderno cuando se es viejo”²⁵

MTV con el temor de diluir la imagen corporativa de la compañía, decidió lanzar su canal 24 horas on - line llamado MTV Uber o MTVU. La nueva estrategia se dirigía a alcanzar una audiencia más amplia, que ya no le importaba cuando o donde se mostraba un nuevo programa. El objetivo final que espera la emisora es construir páginas web relacionadas con cada personalidad para atraer a los jóvenes dentro de un universo de variedades gigante que conforma la red.

“La gente suele encontrar el contenido en Internet a través de miles de puertas y no solo con una”²⁶

Pero adaptarse a la red no es fácil. Al comienzo lanzo MTV Overvide, un servicio de música en línea que no tuvo éxito.

Hasta el momento la página se ha mantenido. Se esperaba una mayor aceptación, pero de a poco se ha ido dando a conocer. MTV espera que este camino tomado reflote y atraiga a la audiencia perdida. Sin embargo, el nuevo formato de MTV de no darle prioridad a los videos musicales y presentar programación donde el grueso son los realities y series juveniles ha dado excelente resultado un buen resultado en sintonía.

“En MTV fueron súper inteligentes. Hicieron programas tipo “este es mi sueño, yo quiero que esto me pase”. “Qué rico sería vivir en Hollywood, tener la media casa y hacer fiestas todos los días con los amigos”. Además los amigos son rubios y regios. O sea que más querí (sic), te sientes muy identificados con ellos.”²⁷

Un caso parecido ocurrió en el canal de cable nacional Via X, la diferencia fue que ellos se adelantaron. Con la llegada de Internet a nuestro país comenzaron a ver cifras de canales extranjeros entre ellos MTV. Como canal de televisión por cable desde 1995 en el aire, vieron que el único camino fue diversificar su programación. Fue entonces que comenzaron a hacerse más conocidos. De la sola presentación de

²⁵ Paul Zwillenberg Consultor director Global de Media y Entretenimiento de OC&C Strategy Consultants, Inglaterra.

²⁶ Mika Salmi, Presidente de digital MTV Networks

²⁷ Daniel Molina – Publicista agencia Lowe Porta

Videos Clips, pasaron a tener programas hechos para la juventud, pero con un toque de irreverencia que no estaba permitido en la señal abierta. Fue así que nació “Tabú”, “Cabra Chica Gritona”, “Canal Copano” o “Cadena Nacional”.

“ Yo creo que claro si hubiésemos seguido en la línea que estábamos, nos habríamos ido a pique y por lo mismo se decidió en su momento comenzar con programas establecidos. Si de verdad los videos son buenos, pero están en la red. Un programa entretenido como “Los Copano” no. Eso es lo que gusta, que haya algo diferente. No pasó lo mismo con “Zona Latina”, porque va a un público distinto. A la mujer, a la dueña de casa, que no se mete a Internet a ver video o no ve MTV”²⁸.

Claro, Zona Latina, otro canal de cable de música apostó a los videos románticos y una continuidad gráfica diseñada especialmente para la dueña de casa; un público fiel que no se iría a buscar esos videos a Internet.

Un estudio realizado por una compañía proveedora de servicios de Internet de la península ibérica para conocer los gustos del consumidor, el 60% de los jóvenes de entre 16 y 34 años no se imagina la vida sin la red y un 49% se pasa conectado más de dos horas al día. De ellos, un 66% se conecta varias veces al día o permanece on line al menos 20 horas a la semana.²⁹ .Una prueba de lo que ha producido Internet en España, donde ya se habla de la Generación – I.

En Chile estas cifras se repiten. Según la encuesta CASEN 2007, se investigó acerca del acceso que los estudiantes tienen a Internet y las cifras son reveladoras. Un 79% de los alumnos de enseñanza básica de escuelas municipales lo utilizan, mientras quienes estudian en colegios particulares subvencionados los hacen en un 84%. Los números aumentan en los colegios privados con un 92%.

En el año 2003, esta misma encuesta confirmó que el 29,1% de los chilenos mayores de cinco años, es decir cuatro millones 115 mil 181 personas, accedía a Internet; 1 millón 246 mil 292 más que en el 2000.

El hogar pasó a ser el principal lugar de acceso a un computador para la población incorporándose como parte del patrimonio, ya que una de cada cuatro familias dice tener uno en su casa, mientras que en el 2000 era solo el 17 %³⁰

²⁸ Pedro Pérez – Director área técnica Vía X

²⁹ Fuente El Mundo.com

³⁰ Fuente Encuesta CASEN 2003 MIDEPLAN

La Cuarta Encuesta nacional de la juventud del 2003 realizada por el Instituto nacional de la juventud, señala resultados parecidos: En el sector alto de la población, un 70,2% de los jóvenes se mete todos los días a Internet, en el estrato medio un 30% y en el bajo un 7.5%.

Uno de los creadores de Internet, Vint Cerf, realizó una predicción alarmante: los canales tradicionales serán reemplazados por nuevos servicios interactivos desde Internet. " La televisión se acerca a un momento crítico, similar al que atravesó la industria musical con la aparición del reproductor MP3. Va a seguir necesitándose la televisión para ciertas cosas, como las noticias, los deportes y las emergencias, pero será cada vez más como con el iPod: descargar el contenido para verlos más tarde".

Palabras como las de Cerf no dejan indiferentes y menos aún a la industria televisiva que debió modificarse para no sucumbir ante esta gran maquinaria que además ofrece pagar cuentas, conversar con cientos de amigos al mismo tiempo, hacer nuevas amistades de diferentes culturas, buscar pololo, vender el auto, hablar por teléfono, enterarse minuto a minuto de los últimos hechos ocurridos en el mundo o bajar películas.

El hecho de que se pueda ver sexo explícito o a un hombre decapitado a cualquier hora del día ha tenido sus consecuencias, tanto para la misma sociedad como para la televisión. Es así, como ha debido transformar su forma de presentar su contenido. La mayoría se transmiten en vivo, para simular mayor agilidad. Las notas a presentar deben ser más cortas y con elementos que sorprendan.

Esto ocurrió con el programa primer programa de Chilevisión donde se incluyó el tema de las animaciones japonesas y las tribus urbanas: Invasión. Al comienzo se daba solamente una vez por semana, luego el canal pidió que fuera todos los días pero en el equipo se daban cuenta que le falta ritmo, que necesitaban atraer de mejor manera a la audiencia. Así, decidieron ir todos los días en directo. "Íbamos de un tema a otro muy rápido para tratar de ofrecerles de todo, tal como lo hace Internet. Pero hay cosas que no se pueden igualar. Cuando tu usas internet, tu eliges lo que quieres ver, lo que quieres hacer, en cambio, acá tratas de darle lo que ellos quieren, pero no sabes realmente lo que ellos quieren."³¹

³¹ Carola Durán – Editora periodística programa de Chilevisión Invasión

“Imagínate antes te lo regulaban todo. La televisión es la que te decía que podías o no ver. Cuando lo podías hacer o cuando no. Ahora eso se acabó. Si te aburríste pescas Youtube y ves el programa cuantas veces quieras”³².

Con el paso del tiempo, la apertura social proveniente de un movimiento mundial que acepta situaciones o conceptos que antes jamás se habrían pensado, la globalización y el actor principal de todo ello, el Internet, han hecho que la pantalla chica y grande, deban contar historias que lleguen directo a la fibra del corazón, que causen algo en la guata al verlo. Hoy los parámetros de impacto no son los mismos que los de hace ocho años. Saber que alguien muere... no importa, verlo sí.

“Los jóvenes han ido perdiendo la capacidad de asombro. O sea cada vez tiene que ser más amarillo para que les llame la atención. Más violento, más impactante. O sea nosotros hace diez años no nos hubiéramos imaginado jamás, que en la televisión íbamos a ver mujeres besándose en la boca. Sobre todo niñitas entre los quince o diez y seis años. Nunca. Sin embargo hoy se ve y pareciera que es normal. No es normal, o sea si nosotros hablamos de estadísticas en función de la realidad, eso no es normal. Sin embargo hoy, las mujeres se besan entre si y los hombres se besan entre ellos y eso ya no les impacta a los niños. El nivel de impacto es cada vez menor, en la medida en que tu tienes más acceso, es cada vez es menor.”³³

La imagen determina todo. Las palabras se van en el aire. Hoy si no lo vemos no existe y si lo que vemos es un simple vuelo de palomas no nos interesa. Estamos inmersos en la cultura de la imagen y aunque Internet sea un acérrimo competidor la televisión ha dado su lucha para permanecer dentro de las preferencias.

“Todo comienza como dice Calabresse, en la era neobarroca, que es en la época en que vivimos. Él dice que vivimos en una época monstruosa, una época sin estética, pero monstruosa en dos sentidos: hay un exceso y un desbordamiento de romper los límites, romper la estética histórica que es la armonía. Y la otra cosa, es que lo monstruoso es como un misterio, es decir, vivimos en una época en que la gente se muestra, les da susto, y al mismo tiempo, detrás de eso se supone que hay algo. A lo mejor no hay nada, no hay ningún misterio.”³⁴

³² Tamara Okstenberg – Psicóloga Juvenil

³³ Tamara Okstenberg – Psicóloga Juvenil

³⁴ Rodrigo Larraín – Sociólogo – Universidad Central

Lo mismo pasa con los programas juveniles. Ya no se muestra la niña bailando. Ahora debe ser la más linda, con la falda más corta y mejor si alguna vez se metió con algún futbolista para llamar la atención.

“No sé si llamarlo morboso, pero es atractivo esa gente súper al chanco. Como la niña no media Pokemona, sino que la más Pokemona, con los pelos más parados.... lo extravagante y raro potenciado al máximo. En ese sentido se puede comparar a las minas ligeras de ropa por ejemplo, porque es atractivo en distintos aspectos: es atractivo visualmente, es estimulante visualmente. Si el Diario de Eva estuviera con niñas vestidas como nosotras ten claro que no le iría tan bien.”³⁵

El umbral del asombro ya no es el mismo. Hoy cuesta más llamar la atención a un joven. Cree que ya lo ha visto todo y no esta equivocado en Internet con solo apretar un botón, la red presenta un mundo que nunca antes la televisión había mostrado.

Mekano, del éxito al fracaso

Chuchuca.... fue el exitazo en el 2002. Apenas comenzaba a sonar en una fiesta o discoteca, las manos se separaban del bailarín acompañante y todo el lugar seguía la misma coreografía. Eran aquellos años donde Mekano era el programa juvenil de la tarde y por los pasillos de cada colegio, universidad y oficina, se hablaba de los dimes y diretes que habían pasado el día anterior. No había nada igual. Fue el primero en poner niñas en calzón y sostén bailando delante de la cámara a la cinco y media de la tarde.

Pero Mekano no fue planteado así desde el comienzo. Alex Hernández, su director, quiso copar el espacio que dejo Interferencias y Sábado Taquilla en la franja horaria de los sábados en la tarde. Su conductora oficial fue Verónica Calabi que era acompañada por un todavía desconocido José Miguel Viñuela. La idea era hacer una especie de Extra Jóvenes pero acomodado a los gustos de la juventud del momento (año 1997). Dentro de este contexto, tocaron en el estudio, Los tres y Babasónicos entre otros. Además se les hacían entrevistas a los invitados, entregaban datos, hablaban de tendencias, presentaban notas y video clips. El estudio era sobrio. Dominaban los colores grises y Calabi jamás usó una falda que le llegase más arriba de la rodilla. Al poco andar el programa cambio de horario: de lunes a viernes con

³⁵ Carola Durán – Editora periodística programa de Chilevisión Invasión

repetición de los mejor los días sábado. Pero los ratings obtenido, fueron un fiel reflejo delo añejo del formato. Mekano debutó con un punto de promedio y durante el primer año el programa no lograba despegar. Había que hacer cambios. Este joven equipo televisivo liderado por Hernández, comenzaba a entender que los programas con los que ellos crecieron, ya no daban frutos. Había que hacer cambios.

Ya hacia finales del 98, Verónica Calabi salió del programa, dejando la conducción a Viñuela quien proseguiría por siete años más. Lo acompañaron Pamela Díaz, Macarena Ramis, Carola Zúñiga y Andrés Baile. El escenario se agrandó, tenía más color y de a poco fueron introduciendo distintos personajes que le dieron mayor dinamismo al programa.

Afuera del canal cada día se reunía más gente para poder entrar como público al programa y ver a sus incipientes estrellas favoritas. Se realizaban concursos, se hablaba de moda y hasta la ex señora de Gonzalo Cáceres llegó a ser panelista. La formula era fácil. Muchos jóvenes pasándolo bien, un animador carismático y entretención light. Menos contenido, y más elementos visuales.

“Lo que hizo Mekano fue franjear ese horario. Si te fijas antes sólo se hablaba de los estelares nocturnos. Mekano demostró que ese horario era importante. Que los jóvenes si querían ver tele y más aún programas realizados para ellos. Mekano le dio un giro a la parilla programática que a esa hora era de teleserie, dibujos animados y programas de servicio. Como que dijo haber, en la casa a esa hora no solo esta la dueña de casa, sino que está el joven escolar o universitario que llega cansado y que lo único que quiere es que lo entretengan.³⁶”

Las cifras de rating del programa comenzaron a aumentar. Al inicio, en las tardes sabatinas lograban bordear los cinco puntos, paso a paso fueron escalando hacia las dos cifras. El espacio también fue potenciando las carreras televisivas para un grupo de adolescentes que de ser perfectos desconocidos, pasaron a ser personajes nacionalmente populares, como fue el caso de Ronny Dance, Kathy Barriga, Karen Paola, Juan Pedro, Rigeo, Amanda, Rose Mary, Monti entre otros tantos, que cada tarde formaban el grupo de Mekano que participaba en los concursos y hacían reír al público. Pero fue en el 2002 que Alex Hernández descubrió la mina de oro: el ritmo pegajoso carioca Axe.

³⁶ Nicolás Moreno – Director de Exteriores – Área Infantil MEGA

Este tipo de música, hacia ruido en distintas partes del mundo, pero todavía no era descubierto en Chile. Tímidamente Viñuela presentó en el set a Axé Bahía un grupo compuesto de cinco personas, dos mujeres y tres hombres, que bailaban con gran sagacidad una pegajosa melodía. Llamaba la atención también el ritmo y la liviandad de ropa con la que se mostraban a través de la pantalla. Axé Bahía tuvo empatía con el público. Si bien las canciones tenían una gran connotación sexual, eran en otro idioma; la gente no la entendía y el canal no lo reprimía.

“El Axé marcó un antes y después en el programa. Imagínate que en la tarde llegamos a marcar un peak de cincuenta y dos puntos de rating. Algo jamás visto para esa hora y que además demostraba que no solamente el joven que llegaba del colegio o de la universidad veía el programa, sino que la abuelita, la tía... todos en la casa. Para nosotros Mekano se convirtió en uno de los tres programas anclas del canal.”³⁷

“Aunque no lo quisiéramos reconocer, todo el mundo vio Mekano. O sea tú ibas a bailar a una fiesta o disco y la música era el Axé y con la coreografía que salía en la tele. Lo peor era que todos la seguían. Yo igual antes veía Mekano, pero ahora hasta mi hermana chica se paraba delante de la tele a copiar las coreografías.”³⁸

“Yo llegué a Chile a finales del 2002, después de vivir en Alemania por dos años y era terrible. Yo quería salir a bailar y no me sabía las coreografías. No sabía lo que bailaban... así que rápidamente me tuve que sentar a ver el programa y una amiga además me ayudo a aprenderme las coreografías. Es que o sino hacia el ridículo. Aparte que igual era entretenido el programa. No se eran todos tan tontos que te reías de su propia estupidez”³⁹.

La sintonía variaba desde los veinte puntos en adelante, nunca fue más bajo ese año. Es más, los peak llegaban a cincuenta puntos.... records que solo se le atribuían a estelares nocturnos o finales de exitosas teleseries. Además de la danza brasilera, bailaban también estas emergentes estrellas de la TV que crearon el Team Mekano.

Las filas para entrar al set del canal de Ricardo Claro fueron cada vez más extensas. Llegaban con pancartas realizadas en el fan club de los pseudo artistas que tenían decenas de seguidores.

³⁷ Nicolás Moreno – Director de Exteriores – Área Infantil MEGA

³⁸ Paula Mancilla - Periodista

³⁹ Heidi Westendarp – 21 años – estudiante de publicidad Universidad Mayor

El ritmo Axé se transformó en el hit del momento. No bastaba tan solo con verlos por la televisión, sino que se escuchaba en las radios, habían mochilas con su foto, cuadernos, cintillos, stickers y un sin fin de productos que la gente adquiriría como un invaluable tesoro. Pequeños niños eran vestidos con sus trajes y extrañamente muchos bebés nacidos en aquella época tienen por nombre de pila, Fabricio.

“El programa era imbatible. Nadie nos superaba en ratina. Es que era un fenómeno, o sea el Alex le achuntó medio a medio con el formato del programa. Es que tú no te imaginas los llamados que teníamos de jóvenes y mamás que pedían que sus hijos fueran parte del programa. Acá a la guardia llegaban todos los días gente a pedir que les dieran una oportunidad y yo creo que por eso gente como la Karen Paola tuvo tanto éxito. Ella venía casi siempre como publico y pedía una posibilidad; que la dejaran bailar o cantar: hacer alguna cosa. Hasta que un día el Alex la pescó y la puso delante de la cámara y fue otro acierto. La gente soñaba con ser ella y por eso la querían tanto. Porque ellos esperaban ser como la Karen Paola”⁴⁰.

Al boom Axé se le sumó otro grupo Porto Seguro. Entre sus filas se encontraban los mediáticos personajes Viví Rodrigues, Fabricio Vasconcellos y Thiago. Los dos primeros vivieron una bullada relación sentimental. A través de las cámaras Fabricio le dijo a su novia que no la amaba y ella alegró la tarde de miles de chilenos llorando por el desprecio de su ex pareja. Fue vivir una teleserie real por la pantalla. Al día siguiente esta fenomenal actuación fue portada obligada de Las Últimas Noticias y comentario de pasillo de los chilenos que encontraron más emocionante ver este episodio que saber si el presidente Lagos establecía o no ciertas regulaciones gubernamentales.

A finales del 2002, se rumoreaba que Canal Trece iba a importar un fenómeno mundial: el formato de los reality shows. Todavía no se daba a conocer el nombre del espacio, solo que había sido una gran apuesta en otros canales extranjeros, especialmente en Europa.

Fue así que antes que culminara el año, la alta jerarquía del programa decidiera encerrar a sus estrellas en una casa en Los Dominicos. Refugio Mekano emitía durante algunas semanas del verano las aventuras de sus integrantes que ayudó a romper con la sintonía. Era el primer reality show en Chile y además de los rostros famosos que muchas personas aspiraban ser.

⁴⁰ Nicolás Moreno – Director de Exteriores – Área Infantil MEGA

“Refugio Mekano fue algo muy innovador. En el canal igual titubearon con hacerlo porque era meterse demasiado en la vida de las personas. Pero claro, luego de ver el éxito que tuvo, nos gustó a todos jajajaja. Imagínate lo que era para la señora Juanita ver a su estrella favorita hacer las mismas cosas que ella. O ver cómo se levantaba, cómo actuaba, que comía.... causo furor. Y muchas personas que hoy están en televisión tienen que darle las gracias a Mekano. A través del programa se hicieron conocidas y tuvieron empatía con la gente.”⁴¹

Luego de un ajetreado año vinieron las vacaciones. Mekano si bien no salió del aire puesto que se emitían repeticiones, TVN aprovechó este vacío y lanzó a Rafael Araneda a conducir “Rojo, Fama contra Fama”. El programa tuvo un excelente resultado, lo que significó para Mekano una competencia que nunca antes había tenido. Durante años fue el único programa de estas características en televisión. Podían darse por tanto pequeños gustos en el mismo set. Poner o sacar co-animadores, probar diferentes segmentos, entre otras. Pero en ese verano nació la competencia. Observaron lo bueno e hicieron una copia.

“Nunca antes habíamos tenido competencia dura a esa misma hora. Nosotros éramos los amos y señores a ese horario y claro, la llegada de Rojo nos remeció el piso”⁴².

Rojo Fama Contra Fama le quitó público a Mekano. De bordear los 25 puntos de rating, volvieron de vacaciones bordeando los veinte y a veces los quince.

“La televisión comenzó a aprender de Mekano, de sus bailes y coreografías. Los estudió y los hizo mejor. Rojo le quitó público familiar a Mekano. Sus integrantes tenían más mérito. Bailaban y además cantaban. Eso atrajo”⁴³

El 2003 fue un año de reformulaciones. Debieron hacer una correcta lectura de las razones por las cuales el programa perdía rating. Así trataron de buscar lo que el público, siempre cambiante, pedía. Axé Bahía emigró a TVN y las minifaldas, el cahuín y las miniseries se potenciaron al máximo

⁴¹ Nicolás Moreno – Director de Exteriores – Área Infantil MEGA

⁴² Nicolás Moreno – Director de Exteriores – Área Infantil MEGA

⁴³ Nicolás Moreno – Director de Exteriores – Área Infantil MEGA

Se fueron integrando nuevos rostros a Team Mekano, como también saliendo algunos por diferentes problemas, entre ellos acusaciones de violencia o dejación sexual.

Fue el tiempo de Rigeo, el papito del Flow, los ritmos pegajosos y las decenas de jóvenes que vestían diminutas faldas y sonreían permanentemente hacia la cámara. En escena estuvo la Doctora Cahuín que contaba todos los chismes entre pasillo, grababa la vida privada con cámaras escondidas y espiaba conversaciones telefónicas.

Aparte de los bikinis y las gomitas boca a boca, se probó con miniseries con que fueron un éxito rotundo y que dieron pie a MEGA a crear su nueva área dramática. Amores Urbanos, Don Floro, X- fea – 2, Mitú y Es Cool, nuevamente pusieron a Mekano a la cabeza, recobrando la audiencia perdida.

Ya en el 2005, el periodismo de farándula levantaba sospechas acerca de Mekano y de un posible término. No fue hasta que saliera su habitual conductor, José Miguel Viñuela, que las sospechas se confirmaron. Según el mismo animador, necesitaba cambiar de formato. Ya no tenía veintitantos y quería perfilarse a otro tipo de programas. Sin su ancla, Mekano debió nuevamente transformarse.

El programa adquirió el nombre de "Mekano: el juego se acabó " La novedad era una competencia entre tres equipos que se disputaban su continuidad en el programa y el succulento premio de un departamento. Los nuevos competidores no atrajeron al público. Al no haber resultados, en el 2007 se desarrolló Mekano: La Akademia, una mezcla de reality show y concurso, tampoco logró los resultados requeridos. Cada emisión bordeaba los 6 a 8 puntos.

Los conductores que reemplazaron a Viñuela nunca pudieron convertirse en una carta asertiva. Primero fue Javier Olivares y luego Juan Pablo Sáez acompañado de Pía Cicceró, quien se fue del programa formulando graves acusaciones de abuso sexual contra su compañero.

En febrero del 2007 el clima en el programa era crítico. Alex Hernández emigró junto a la plana mayor del programa hacia Chilevisión. A cargo queda Carlos Gaete que no tenía experiencia hasta ese momento con programas en vivo. El cambio se notó. El programa se volvió más lento y el rating bordeaba entre los cinco a seis puntos. En mayo de ese año, la estación privada decidió realizar un ciclo especial y

conmemorar los diez años del programa. Trajeron a personajes emblemáticos y al mismo Viñuela. Solo así logró repuntar y subir nuevamente a dos cifras el rating. En junio se realizó un mega evento en el Estadio Víctor Jara: La despedida del programa. Fue transmitido en directo y aunque se mencionara extensivamente en todos los programas de farándula, no tuvo el éxito que habría tenido tres años atrás. Mekano finalizó con uno fríos 19 puntos de peak, frente a los 52 que llegó a marcar en sus mejores tiempos. Eso si aún habían niñas haciendo largas filas para ver a sus desaparecidas estrellas de televisión. Algunas nunca llegaron otras sí, sólo las luces las iluminaron por la jornada. Hasta ahora no ha aparecido la prometida reformulación de Mekano.

¿Qué fue lo que pasó?

Mekano marcó de forma importante a una generación de jóvenes en el país. Impusieron una forma de vestir, de bailar y hasta de ser. Demostraron que llegar al mundo sonado de la TV no era tan lejano y si personas que viven en Cerro Navia o que simplemente iban como público, podían convertirse en famosos donde sólo bastaba tener una linda figura y para los hombres provocar algo de empatía a través de las cámaras. Claramente alguno de ellos podía ser el escogido o solo tratar de vivir su vida de estrellas a través de la pantalla.

“A mi me pasó algo muy raro con Mekano. Cuando fue el furor del programa yo era súper fan, pero yo ahí tenía 15 años. Cuando dijeron que se terminaba fue como ah bueno. Ya tenía veinte iba a la U y mis intereses como que ya no eran ver bailar a alguien en la tele. O sea bien por ellos a veces los veía, pero mis tiempos ya no eran los mismos. Yo creo que esto le paso a muchos”⁴⁴

“No, a mí sí me gustaba Mekano, lo que pasa es que se puso fome nomas poh (sic). Echaron a toda la gente que a mi me gustaba. A mí me gustaba el Phillip, era lindo, pero lo sacaron y de ahí como que no tenía ni un brillo los que vinieron de ahí.”⁴⁵

Una nueva generación que justo presencié el cambio de equipo con jóvenes que simplemente no tenían el mismo carisma, una competencia fuerte que primero observo y después arrasó, marcaron una fuerte merma de audiencia.

⁴⁴ Romina Schwuchow – 21 años – estudiante de educación parvularia Universidad Mayor

⁴⁵ Catalina Ramírez – 19 años estudiante de producción de eventos Universidad del Pacífico

Canal Trece potenció el formato reality con repeticiones a esa hora de Protagonistas de la Fama, luego de la Música, La granja, Triangulo etc... TVN continuó con Rojo y Chilevisión esperó el total recambio generacional para agarrar las nuevas tendencias y acoger al público que en esos tiempos habría visto Mekano.

Las gomitas, los cahuines y el baile se fueron agotando. Sin duda Mekano fue un éxito, pero no supo acoger a la nueva generación.

“Yo creo que lo que le paso a Mekano, es que termino por aburrir al publico. Igual que lo que le paso a Rojo este año. Lo reformularon entero y es lógico la gente se aburre. Los gustos cambian. Ya no me gusta la Yamna o la Karen Paola, ya la encuentro tonta, ya esta bien que haya salido de un barrio como el que vivo yo y eso, pero ya no me identifica, al contrario la empiezo a odiar. Ha sido tanto lo que la han inflado que se apartó de mi, Ya no me causa empatía”⁴⁶

Tal como los niños crecen, van a la par desarrollándose diferentes gustos, preferencias e identificaciones con ciertos elementos. Al crecer no es raro que lo que nos gustaba a los quince a los veinte nos deje de parecer entretenido o la niña bonita que bailaba en algún programa, deje de ser lo que a mi me gustaría llegar a hacer. Es un proceso de maduración y esto hace que los gustos vayan cambiando. Este fue el punto que Mekano con más de 10 años al aire no supo registrar.

⁴⁶ Nicolás Moreno – Director de Exteriores – Área Infantil MEGA

Parrilla programática actual

Son las cuatro y media de la tarde e Inés Matte Urrejola, la calle que une a tres canales de la televisión abierta, está atiborrada por cientos de jóvenes que buscan entrar a algún programa. A las afueras de Chilevisión esperan Emmos, Pokemones, Pelolais y alguno que otro copuchento que simplemente pretende ver a su artista favorito.

Sólo basta que algún rostro medianamente conocido salga a la calle, para que todos, sin importar el canal al que se dirigían lancen histéricos gritos, pues por fin vieron a alguien de la tele.

Es tal la fantasía que se ha creado a través de la pantalla que decenas de estudiantes viajan desde Cerro Navia, Pudahuel, San Bernardo para ver la posibilidad de que algún productor les de un número para poder entrar.

Algunos creen que con esto pueden llegar al éxito. Se les aclara que solo serán público, pero con salir por la tele en algún paneo les basta. Su tía los verá en la casa y los grabará para mostrárselo a toda la familia.

“Mira yo tengo un caso. Yo conozco a Daniel Ponce, el poeta del Kike Morandé. El empezó de acá haciendo fila para entrar a algún programa de Chilevisión. Yo venía para acá, hablaba con el y ahora mira adonde esta. Vistes tú. O sea la siguió, la siguió hasta que se fue donde al Kike como público. Un día lo eligieron para que ayudara y al Kike le cayó bien. Se fue contactando con el Che Copete y ahora esta de gira. Él si que tiene éxito”⁴⁷

Pasan los minutos y llegan más adolescentes. Entre ellos comienza la pelea. Son tantos y hay tan pocas entradas que más de una patada vuela simplemente por tratar de conseguir una.

El guardia de Chilevisión confirma que todas las tardes pasa lo mismo. Vienen decenas de jóvenes desesperados por entrar a algún programa. Si no es el Diario de Eva, entonces es Yingo. Si no es Yingo, será Rojo.

A menos de un kilómetro otro grupo de jóvenes disfruta el juego de agua en la moderna pileta de la plaza del Aviador en Providencia. Algunos juegan a la pelota,

⁴⁷ Felipe – 24 años – trabajos varios – en estos momentos es acomodador de autos en el perímetro de los canales

otros conversan o pololean. Lo cierto es que son más de las cinco y media de la tarde. “No están ni ahí” en hacer colar para entrar a algún programa y encuentran verdaderamente “estúpido” el programa de la Pokeeva, aunque entredientes afirman haberlo visto en al menos un par de ocasiones.

Estos son los dos tipos de públicos más emblemáticos que trata de conquistar la televisión y en específico los programas juveniles. Los del tipo grupies y los más reacios que no van a ir esperar horas bajo un sol penetrante que aporta al menos treinta grados, pero ciertamente si ven a Felipe Camiroaga en la calle lo miraran persistentemente y quizás le pedirán un autógrafo.

Los programas donde la participación juvenil toma mayor importancia son los que comienzan después de las teleseries de las tres de la tarde. Canal Trece comienza a las 15:30 con lo mejor del reality Amor Ciego, luego Cuestión de Peso para pasar a Alfombra Roja. Es este programa el que registra la mayor audiencia juvenil entre los otros dos mencionados. Con al menos 11 puntos de rating, comienza justo a las 17:15 horas. Quince minutos antes del Diario de Eva y casi una hora de Rojo. Pero son los Simpsons, los que se llevan las preferencias en el canal del angelito. Si bien no hay registros certeros de cuanto rating obtiene por rango etéreo, no así por género sexual, Homero y Bart le dan un excelente piso a las teleseries que vienen después y entre los jóvenes la mayoría afirma ver estos monos amarillos sea en televisión abierta o en canal por cable.

Luego vienen las teleseries. Claramente las niñas a diferencia de los hombres son grandes seguidoras de los dramones de Di Girolamo o de Arregui, no así los hombres que en su mayoría, la ven cuando la televisión esta prendida en el lugar donde se encuentran. En el canal estatal a las 16:50 comienza Pasiones con una fuerte aceptación entre los jóvenes que esperan ver “Rojo, el valor del talento”. Luego prosiguen con Viuda Alegre y las noticias. En Mega si bien tuvieron grandes espacios como el ya visto Mekano, la teleserie que tuvo un gran éxito Rebelde y Casado con Hijos, hoy sólo existe un espacio juvenil con las miniseries que se transmiten los fines de semana. En estos momentos se graban en las instalaciones de la red privada Bakán y se estudia realizar nuevos espacios. Por el momento a las seis de la tarde comienza el Chavo del Ocho, con una rating que supera los 14 puntos, sale bastante económico para el canal de calle Vicuña Mackenna. Es un programa envasado, donde solo hay que pagar los derechos.

MEGA apuesta por las películas (el día lunes 31 de marzo entregó con 20 puntos de rating al noticiero), su nuevo programa nocturno ¿Sabes más que un niño de quinto básico? y La Oficina, un “remake” del Japening con Ja.

A quién le ha traído buenos dividendos el público juvenil, es a Chilevisión. La red de Piñera primero contrató a Alex Hernández (ex director de Mekano) como director del área de entretenimiento. Por esa razón nació Yingo. Un programa que comienza a las siete de la tarde y que le ha costado bastante obtener la audiencia que se esperaba.

Al más puro estilo Mekano comenzó un lunes 19 de noviembre. Sus conductores Catalina Palacios y el pascuense Hotuiti Teao. La idea al comienzo era enfrentar a hombres y mujeres en diferentes competencias para darle a una persona que no podía pagar sus estudios, una beca. Entonces según sus ideólogos el fin del programa era entretener pero con un fin social. Yingo bordeaba los 8 puntos aprovechando el rating del Diario de Eva.

“Yingo fue una gran apuesta del canal. Debía tomar el espacio que dejó el programa de concursos del Elfenbein, que le había ido bien, por lo que nosotros no podíamos hacer un cambio muy brusco. Además el canal ya tenía en la mira la teleserie, entonces había que prepararlo todo muy bien.”⁴⁸

Con un fuerte apoyo de otros programas del canal en cuanto a la promoción, Yingo era una especie de hermano pobre del Diario de Eva.

“Lo que pasa es que la apuesta fue grande. Imagínate al Hotuiti lo conocían pero solo como modelo y a la Cata Palacios, era medianamente conocida por los programas del Mega pero eso nomás. Igual al comienzo les faltó soltarse pero de apoco se fue logrando. O sea yo encuentro que desde el día uno a ahora la Cata ha tenido una tremenda evolución y al igual que Mekano que también le costó un tiempo afirmarse, yo creo y espero por el bien de todos jajajaja que se afirme pero hay que darle tiempo.”⁴⁹

Lo cierto es que de la competencia de hombres contra mujeres que ayudaban a una persona a pagar sus estudios queda casi nada. Los productores tenían que lograr que el espacio sintonizara mejor con la audiencia. Fue así que de vuelta de

⁴⁸ Leo Soto – Productor de Programa juvenil de Chilevisión YINGO

⁴⁹ Leo Soto – Productor de Programa juvenil de Chilevisión YINGO

vacaciones el programa se transformó. Integraron a los Pokemones y hoy la competencia se enfoca en los “Modelais” versus “Tribulais”. Entre los “modelais” claramente están los tincudos, los hombres guapos, en su mayoría argentinos, las mujeres son rubias 90, 60, 90 que sus minifaldas son mas mini que las utilizadas en Mekano. Cada uno de ellos hace su gracia, unos cantan, los otros bailan. Demuestran éxito y eso atrae. Por el bando contrario esta tribulais. Hay gordos, flacos, estrafalarios o dark, y quien los dirige es una dulce niña llamada Arenita. Pareciera un negocio redondo, la perfección contra los freak.

“En el verano nosotros debimos hacer una fuerte campaña para dar a conocer el programa. Porque nos dimos cuenta que mucha gente no lo cachaba. Así que llevamos a los chiquillos a Viña y ahí jugaron fútbol con las reinas, también fueron invitados a programas como SQP, Gente Como Tú... lo que hicimos fue que la gente reconociera a las personas del programa para que sintiera mayor empatía y eso igual nos ha dado resultado.”⁵⁰

Después de las vacaciones, Yingo fue cada vez pareciéndose más parecido al desaparecido Mekano. Hay concursos, un team que juguetea durante todo el programa, dos jurados, baile y canto. Existen notas realizadas por los mismos modelais. Además se integró la otrora doctora Cahuín, ex Mekano, para hablar sobre los amores y desamores del programa. Durante una hora Chilevisión emite una verdadera fiesta.

Pero aún así promedia sólo diez puntos.

“Lo que pasa con Yingo, es que la gente todavía no conoce a las personas que ahí participan. Aparte lo dan a las siete donde la competencia es bastante fuerte. Media hora después empieza Lola. Además el público se aburrió de ver a la típica mina por la tele. Ya no quieren ver una niña perfecta, prefieren ver a la Tomka Tomicic que es bonita pero que además es sencilla y a través de la pantalla se cree que no es tan difícil llegar a ella. Pero ahora último por lo que he sabido han subido el rating. Cambiaron un poco el sentido del programa y les ha empezado a ir bien.”⁵¹

Su antecesor es El Diario de Eva. Comenzó como un “talk show” donde se resolvían problemas de amantes o líos entre madre e hija. En su quinta temporada se

⁵⁰ Leo Soto – Productor de Programa juvenil de Chilevisión YINGO

⁵¹ Nicolás Moreno – Director de Exteriores - área Infantil MEGA

cambio al horario de las seis de la tarde. Antes su público objetivo era la mujer, hoy es el joven y su familia.

“Nos dimos cuenta que los jóvenes necesitaban un espacio para contar sus problemas, inquietudes, deseos comunes. El primer amor, la amistad, los celos, estilos, las relaciones con los papás que son temas que priorizan la agenda del programa. Por eso el tema central del programa es presentar la gran variedad de opiniones de los jóvenes que obviamente se encuentran ligados a sus estilos”⁵²

El programa ha tenido gran éxito, prueba de ello, son los fan club de Eva Gómez, la “Pokeeva”, que se pueden encontrar en la red, convertirse en el programa emblemático de las diferentes tribus urbanas, siendo su punto de encuentro.

Así lo confirma Mauricio de 18 años:

- ¿porque vienes siempre como publico al Programa El Diario de Eva?

-Yo vengo a vacilar, a conocer gente. A robar cámara.

- ¿Tu vienes entonces aquí a hacerte famoso?

No, si ya soy jajaja. Es que uno viene a jugosear acá po (sic). Uno viene a pasarla bien, compartir

- ¿y eso no lo puedes hacer en otro lugar?, ¿tiene que ser en un set de televisión?

Porque conozco gente po (sic) y después nos vamos a carretear o a una plaza o al cerro.

- ¿Es el set del programa El Diario de Eva un lugar de reunión?

Claro, como las discos, todo eso.

- ¿Como fue que llegaste a venir y a convertirte en publico estable del programa?

Un amigo me dijo vamos a Eva y toda la cuestión y yo vine y la pase bien. Entonces me entretuve y todo eso.

- ¿Como es la Eva, qué opinión tienes de ella?

⁵² Romina Alvarado Periodista/Editora de El Diario de Eva

Es bonita. Es delgadita, simpática, amorosa, tierna

“Jóvenes que se sentían incomprendidos, se dieron cuenta que no estaban solos. Existen otros que tienen las mismas ideologías, peinados, ropas, gustos musicales, etc... Y se ha creado un punto de encuentro para los incomprendidos. Se ha dado espacio para que otras generaciones entiendan a sus hijos, nietos, hermanos, etc... Y se adentren en sus formas de ver el mundo, sentimientos y comportamientos íntimos (...) Curiosamente, por la experiencia en el programa, muchos de estos jóvenes son mas bien lejanos a sus familias, son incomprendidos y muchas veces criticados y así los mismos medios les permiten a sus familias entenderlos y acogerlos”⁵³.

Giovanni y Conna hace seis meses que desde Peñalolén viajan todos los días para asistir al programa de Eva Gómez. A las cinco de la tarde están parados delante del portón negro de Chilevisión para esperar al productor que les de las entradas. Así se conocieron estos dos amigos, uno del Colegio Alcántara y el otro del Antupirén. En ambos, la primera vez que se cortaron el pelo al más puro estilo Pokemon sus padres casi se murieron de síncope.

- ¿Por qué vienes siempre para acá?

- Cona: Porque aquí más que encontrar gente de la tele y toda esa cosa, encontramos amigos así. Gente que nos acoge y nos acepta como somos.

- ¿Y hace cuánto tiempo vienes todas las tardes para acá?

- Conna: Como hace unos seis meses así.

- ¿Qué opinas tú de aquellas personas que dicen no ver El Diario de Eva porque piensan que realmente es tonto?

- Jiovanni: Es que no lo encontramos tanto, porque tratamos de expresar nuestras ideas y que el mundo las vea. Además la Eva lo bueno que ella tiene es que nos acepta como somos. A ella no le importa que seamos Gay, homosexuales, heterosexuales, lo que sea. Como se vean, como se vistan. No le importa... nos acepta. Y aquí no se, nos entregan como cariño. Por ejemplo los productores son súper simpáticos con nosotros entiendes....cachai?... es bacán venir”.

⁵³ Romina Alvarado Periodista/Editora de El Diario de Eva

- Conna: O sea la gente que cree que esto es tonto, es porque nunca ha venido ni conocido a la gente que esta acá. Porque yo también fui así un tiempo. Que no, que raro, oye como te puedes vestir así... toda la cosa. Aprendí a conocer a la gente y son gente espectacular, muy buenas personas. Hay que conocerlas realmente por dentro, porque cuando tú tienes un problema todos te ayudan. Aquí de verdad se encuentra una familia.

Nada les costó a este programa tener copias. En el verano Buenos Días a Todos de TVN, apostó gran parte de su programa (aprox. de 10:30 a 12:00) a realizar concursos donde participaban Pokemones, Pelolais, Emos, Eroguros, Oshares, Screamo, etc... Las Ultimas Noticias publicó tres veces a la semana alguna noticia sobre algunas tribus urbanas y hasta el SQP tuvo como invitados al estudio a revoltosos jóvenes que bailaban con Luli en el set.

“La televisión lo que hizo fue mirar la realidad por la ventana. Tomaron los rasgos que estaban circulando en los otros canales y en los mismos jóvenes e inventan este Pokemon Buenos Días a Todos por ejemplo. (...) Había un mercado, que estaba en competencia con otros canales. Por lo tanto, aquí estamos los Pokemones Chilenis Santiaguino que queremos tele. El canal toma rasgos que no sorprendan fuertemente a la mamá o a la dueña de casa cosa que no lo quieran ver, toma algo de los chiquillos y hace una cosa que finalmente no es ni tan distante de la dueña de casa, ni de la mamá, ni de los Pokemones mismos. Pero finalmente, quién mete mano para moldear esto es el canal. Suponte que sale un canal que diga, a mi no me gusta hablar del ponceo, bueno entonces algo tendrá que redefinir los Pokemones. Existen Pokemones buenos y Pokemones malos. Finalmente la pauta la realiza el canal. Yo creo que alguien inventó un tipo de jóvenes y le puso un nombre. No se quien habrá sido, pero se me ocurre... Mekano, a lo mejor Rojo. Entonces nosotros inventamos a este Pokemon Chilenis Santiaguino”⁵⁴

A su vez Chilevisión apuntó con Mala Conducta que obligó a Canal Trece a limitar la duración de su teleserie Don Amor franjeada para ese horario.

“Mala Conducta es entretenida y no es tan lejana. Mi papá se separó de mi vieja, igual que en la teleserie. Hay gente que se enamora de la polola de tu hermano. Te morí (sic) de la risa con la flaite (sic) esa que no me acuerdo como se llama en cambio Don Amor era la típica teleserie del trece.... aparte como media aneja, porque

⁵⁴ Rodrigo Larraín – Sociólogo – Universidad Central

si mi vieja me dice que no me junte con un negro rico como ese la mando a la cresta.”⁵⁵

La teleseries han variado su rating y quien claramente se llevó los puntos fue Viuda Alegre de TVN quien tiene un publico cautivo. A los jóvenes se le suma también la dueña de casa, la abuelita y la familia que siempre ha visto a la hora de la cena este canal para luego ver las noticias.

El club de la comedia fue otro exitazo que se ha ganado un espacio entre los jóvenes. Con scetch cómicos y monólogos que cuentan la vida cotidiana de cada uno, seis jóvenes que ya hacían este programa en Vía X se han transformado en personajes que además participan en otros programas como por ejemplo El Diario de Eva.

Si de programas para jóvenes se trata, Via X es un programa pensado en su totalidad para ellos.

Via X partió en la señal del cable en el año 95. Al comienzo quiso ser una especie de competencia para MTV, emitiendo música más alternativa. Tres años después esta apuesta comenzó a variar de tener a bandan emergentes, empezó a transmitir artistas de la masividad de Madonna o Michael Jackson.

A través de diferentes experimentos, Via X llegó a lo que es hoy: una marca ya establecida que ha sido cuna de programas como Cabra Chica Gritona y Cadena Nacional.

Hoy Via X con Los Copano ha sabido sacar buenos productos televisivos y son una oferta más en la extensa parrilla programática actual.

Punto aparte son el caso de los Reality Shows. Si bien son programas que se dirigen a la familia en general. Han tenido una buena acogida entre los jóvenes.

“Lo que le ocurre a la gente con estos programas; se le ofrece un reality que en realidad es una serie, es un programa donde tú te convences que es auténtico. Sin dudas, están libretados, pero la mayor parte de la gente cree que esto es

⁵⁵ Valeria Durán 17 años estudiante Colegio Las Ursulinas

espontáneo. Finalmente, la tele te consagra una manera de vivir. Te dice mira esto es posible”⁵⁶

Todo comenzó con Protagonistas de la Fama, hasta llegar al recientemente terminado Pelotón y ahora Amor ciego. Este último eleva su peak de audiencia en 30 puntos. Más encima son alimento a programas faranduleros anexos. Todo una entretención que además ha traspasado a programas que se hacen llamar docu reality que también ha tenido buena acogida.

Sin más, la televisión es un circo que entretiene a la hora del día que se requiera y más aún a los jóvenes que necesitan reafirmarse con entes masivos cuando recién están buscando su identidad. La televisión recoge la realidad y la transforma en una generalidad que se muestra a la sociedad, realizando un verdadero mecanismo de reciclaje.

“La televisión toma una realidad, la rediseña y la devuelve al público según lo que busca o lo que se ha planteado alcanzar. Todo esto se potencia debido a que vivimos en la sociedad de la imagen y es a la imagen a la que obedecemos y a la que recurrimos en nuestros momentos de ocio. Es a la imagen a la que recurrimos para informarnos y recrearnos. Pero es una imagen manipulada. Somos parte de una estadística. Es por esta razón que la televisión se ha transformado en el medio de comunicación principal”⁵⁷

Los programas que actualmente están al aire han introducido de alguna manera en su contenido, a las nuevas corrientes juveniles o las llamadas tribus urbanas. ¿Pero han sido ellos los modelos que pautean la televisión? O ¿es esta gran industria la que establece lo que verán los jóvenes presentándoles una realidad pauteada por los mismos directivos de los canales?

⁵⁶ Rodrigo Larraín – Sociólogo – Universidad Central

⁵⁷ Macarena Rodríguez – Socióloga – Universidad Central

Tribus urbanas ¿Búsqueda de identidad?

Hace algo más de un año hablar de Pokemones, Emos Otakus o algo similar era vinculado a un programa asiático. No se sabía mucho del tema y los noticiarios o programas en general lo mostraban como un extraño nuevo movimiento que había encontrado sus raíces en la cultura japonesa. Ver a una niña de 17 años caminando por la calle con chapes y vestida como una verdadera muñeca se creía un tanto enferma y acaparaba la mirada de cada transeúnte que pasaba a su lado. Bueno, pues esta niña no estaba loca, simplemente adoptaba una corriente que algunos han denominado Tribus Urbanas y que han sido fuertemente acogidas por la televisión.

El status de los jóvenes a través de la historia cambió. Ahora son sujetos de consumo, importantes para la industria porque aunque no ganen dinero si son capaces de solicitarlo y a través de la billetera de los padres son capaces de acceder a un sin número de productos. Pero esa sociedad que los determina como sujetos de consumo también los limita

“El vestuario, la música, el acceso a ciertos objetos emblemáticos, constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes, que se ofertan no solo como marcas visibles de ciertas adscripciones sino, fundamentalmente, como lo que los publicistas llaman con gran sentido un concepto. Un modo de entender el mundo y un mundo para cada estilo en la tensión identificación – diferenciación.⁵⁸”

Los conocidos hiphoperos o trasher han sido movimientos dentro de la sociedad que no responden solo a la actualidad contemporánea, sino que la historia en su totalidad ha presentado diferentes agrupaciones, que a través de sus propias motivaciones y por las influencias de los medios de comunicación y de consumo, han encontrado en instrumentos, vestimenta, reproducciones culturales, la manera óptima de expresarse y demostrar sus sentimientos. Si bien hay muchos que lo hacen como una filosofía de vida, una posibilidad de construir una posición en sus mundos, de expresar sus ideas y sentimientos, otros lo hacen para ganar aprobación social. En ellos ciertamente será una moda que tarde o temprano pasará. En los primeros, el movimiento adoptado los acompañará largos años de su vida, hasta que le quieran dar un giro a ella, cuando ya no se sientan interpretados.

⁵⁸ Reguilo Rossana, Emergencia de culturas juveniles Estrategias del desencanto Pág. 27 Buenos Aires: Norma 2000

“ La recepción en tiempo real de las noticias- mundo y el acceso (desigual) a discursos y productos culturales de todos los puntos del planeta, posible por los medios de comunicación y la Internet, vuelven mucho más complejo el panorama social para el joven, en la medida en que lo acercan a representaciones que pueden entrar en franca contradicción con los supuestos valorados localmente poniendo en crisis la legitimidad de algunas representaciones, obligándolo a un reajuste constante entre su experiencia inmediata y ciertos discursos que parecen cada vez menos lejanos.”⁵⁹

Hay quienes no comparten en denominar a las tribus urbanas como tales. Según el sociólogo Rodrigo Larraín estos jóvenes son realmente un aglomerado de personas que no tiene objetivos. En cambio una tribu que realmente responde a esa nominación, tiene un proyecto, un estilo de vida compartido generado por ellos mismos y un proyecto.

Larraín señala entonces que esta es una forma que se adopta para asemejarse a otro, para compartir de igual a igual con otros, ser aceptado y tener una identidad.

“Buena parte de estos Pokemones son hijos de empleados que han trabajado al tres y al cuatro. Trabajan a honorarios. Podrán ser temporeros, etc... y tienen hijos que crecieron, que son adolescentes. ¿Cual es la identidad de los padres? ninguna. Entonces, tú te preguntas... porqué esta necesidad compulsiva de tener identidad... lógico, porque finalmente... cómo se insertan estos jóvenes en la sociedad. No tienen una historia de las clases altas o del proletariado chileno, no son campesinos tampoco. No tienen tampoco cultura de barrio. Que cultura de barrio van a tener si vienen de una erradicación. Si hubiesen vivido en Quinta Normal que tiene cien años te creo, Providencia o Ñuñoa te creo, o San Miguel, pero viven en los quintos infiernos atrás en Maipú, en los quintos infiernos atrás de Puente Alto, entonces claro, como no tenemos nada; busquemos la identidad”⁶⁰.

⁵⁹ Rossana Reguilo – *Emergencia de culturas juveniles Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma, 2000

⁶⁰ Rodrigo Larraín - *Sociologo Universidad de Chile*

Los llamado Visuals, Pokemones, Pelolais etc... tienen su fecha de invención mucho antes de que la televisión apuntara sus ojos en ellos y los masificara. Es más, los Pokemones, que utilizan raros peinados y mueven sus cuerpos al son del regeton, deben su denominación a lo las caricaturas de Pikachu, unas animaciones japonesa donde se cuenta las historias de un bolo color amarillo.

La ventana estaba abierta. Existían jóvenes caminando por las calles que tenían peinados diferentes, se pintaban las uñas, escuchaban cierto tipo de música. Fue así que comenzaron los reportajes acerca de los Pokemones, se escribían artículos extensivos del vocabulario utilizado y lo que significaba cada una de las palabras. Muchas madres quedaron consternadas con los artículos que relataban los ponceos en las discotecas o las horas que gastaban los jóvenes masculinos en peinarse, cortarse el pelo, pintarse las uñas o hasta maquillarse. Y, fue así como poco a poco estos “nuevos jóvenes” fueron mostrándose en la pantalla. A través de eso, se fueron legitimizando entre la sociedad, su familia, mismos pares y ellos mismos.

“Ya no era raro vestirme de esta forma. Claro que no, la televisión mostraba que había miles vistiéndose de la misma forma y que por lo tanto, yo era el raro como mi familia me decía. Todo esto porque la televisión legitimizó a estos muchachos como una Tribu Urbana que además tenían un espacio propio en la televisión. Fue así como al ver esto, otros jóvenes también lo fueron adoptando. Y es así que vemos a miles de Pokemones por las calles que ni siquiera saben que es”⁶¹.

Los jóvenes buscan autenticidad dentro de una moda totalmente masificada. Dentro de cada grupo conformado, se van creando códigos internos: una sociabilidad totalmente única de carácter juvenil.

“Entre los doce y los 18 años, los jóvenes están tratando de formar su personalidad, tratando de formar su identidad. Entonces están muy permeables a cualquier situación que sea atractiva para ellos. Obviamente que si estos programas van y estimulan de alguna manera este tipo de actitudes o comportamientos, ellos se agarran de eso inmediatamente”⁶²

⁶¹ Macarena Rodríguez – Socióloga - Universidad Central

⁶² Tamara Okstenberg - Psicóloga Juvenil

¿Cabe preguntarse porqué se adoptó este estilo y no otro?, ¿que beneficios obtiene la televisión al masificarlos?

La Psicóloga Tamara Okstenberg tiene la respuesta: “Esto les da una identidad completa. Si tu piensas aquí esta normado, como se visten, como viven su sexualidad, como tienen relaciones de amistades, como funcionan en el colegio. Ellos están absolutamente normados, dentro de los Pokemones o dentro de los Pelolais o dentro de los Emos. O sea les da mucha identidad. No solamente el Hip Hopero por ejemplo que era el que escuchaba cierta música y que además se vestía de alguna manera especial, acá hay todo un marco mucho mas global, que tiene que ver con actitudes y comportamientos frente a la vida”⁶³.

Y en cuanto al beneficio televisivo la palabra maestra: rating.

Tras esta búsqueda de la identificación, se busca el afecto entre los pares que pasan a ser su familia.

“Sin embargo, y quizás aquí estribe una de las pistas claves para entender las transformaciones en los modos de sociabilidad juvenil, el ámbito de las industrias culturales ha consolidado sus dominios mediante una conceptualización activa del sujeto, generando espacios para la producción, reconocimiento e inclusión de la identidad juvenil”⁶⁴

Esto demuestra que las acciones y la formación de supuestas tribus urbanas no se realizaron al azar, sino que a partir de un plan anteriormente definido por la televisión y los medios que las legitimaron y dieron una herramienta de identificación a jóvenes que necesitaban acoplarse a algún mecanismo que les diese respaldo.

No ha sido solamente los Pokemones y las tribus urbanas que han sido acogidas por la televisión, Rojo sirvió para legitimizar ante sus familias y sus pares a aquellos jóvenes con sueños de cantantes o bailarines muchas veces sentenciados por los padres como una carrera que ira directo a la pobreza.

⁶³ Tamara Okstenberg - *Psicóloga Juvenil*

⁶⁴ Rossana Reguilo – *Emergencia de culturas juveniles Estrategias del desencanto. Buenos Aires: Norma, 2000*

Fue así también que tuvo éxito Pasiones, con trágicas historias de amor, que mezcla el morbo con episodios de la vida que le pueden pasar a la persona que vive en la casa de al frente y que decir con las teleseries o miniseries.

“Las telenovelas tienen ese mismo elemento. Pero poco a poco, las telenovelas van hablando no de mi mundo, sino de donde yo podría estar, donde yo quisiera llegar. Me permite conocer el mundo de los triunfadores. Entonces la televisión es una ventana a un mundo que yo quiero que sea mi propia vida; la de los triunfadores. Es un mundo que me es desconocido, pero lo puedo mirar a través de la televisión e imaginarme como si estuviera ahí. Yo puedo mirar cómo son los ricos. Lo que le ocurre a la gente con estos programas; se le ofrece un reality que en realidad es una serie, es un programa donde tu te convences que es auténtico. Sin dudas, están libretados, pero la mayor parte de la gente cree que esto es espontáneo. Finalmente, la tele te consagra una manera de vivir. Te dice mira esto es posible. Yo creo que la televisión aparece como un notario y firma, esto puede ser.”⁶⁵

Las personas a medida que pasa el tiempo y van madurando comienzan a cambiar su forma de relacionarse con la televisión. Según la etapa de juventud en que se encuentren, verán televisión luego su forma de aproximarse a ella será viendo programas de televisión. A través de su crecimiento se van manifestando preferencias. La vida social cambia y el tiempo para destinar a la televisión también. Ya no está todo el día para sentarse frente a la pantalla. Sabemos al prender el televisor qué es lo que podrá ofrecerme. Si lo prendo a las cuatro veré el programa de farándula o a las siete Yingo. En base a lo anterior, se establece que el joven a medida que pasan los años, elige que ver y esto es utilizado como una ventana a otras realidades para poder integrarse a la sociedad.

La televisión desde sus inicios presentó realidades a las cuales las personas creían jamás iban a poder llegar a vivenciar. No es por nada que existe un canal de viajes. A través de la audiencia se puede teletransportar a China, India y vivirlo como si hubiesen estado ahí. La pantalla chica o grande entretiene, identifica. ¿Cuándo no hemos sentido rabia por algún episodio de algún programa? ¿O quizás nos hayamos querido convertir en la protagonista luchadora, inteligente pero al mismo tiempo sexy y feliz?

⁶⁵ Rodrigo Larraín – Sociólogo – Universidad Central

Estereotipos y sexualidad

“¿Chi (sic) y aquí se hace el Diario de Eva?” Esta fue la reacción de Juan Bravo de once años cuando entró al set. Se imaginaba un enorme escenario. Mucha gente y luces. Nunca se imaginó que entre comerciales no se hacía nada o que ni la misma Eva conversaba mucho con los jóvenes. El pobre Juan que viajó horas en Transantiago con su tía y primos quedó un tanto desilusionado. En el estudio a lo mejor había dos personas más bellas que la Eva. Todos corrían y a más de alguno se le salía un garabato. Le pidió a la tía que no lo trajera más.

Así como Juan hay otras tantas personas que se pasean por la vida pensando que el mundo de la televisión es mágico. Las mujeres son estupendas. No existen los problemas, sólo la alegría. Y es que el poder de la televisión es incalculable. En Chile cada hogar tiene al menos 1.5 televisores. No hay que imaginarse entonces lo que significa lo que puede producir en la mente de las personas.

En un pequeño focus grupo realizado a las afueras de los tres canales de señal abierta. Se les preguntó a diez jóvenes ¿qué darían por aparecer en la tele? La respuesta fue casi unánime. Ocho dijeron todo. Luego tres se retractaron diciendo que no saldrían desnudas. Vino la segunda pregunta: ¿qué significa salir en la tele? Las respuestas fueron las siguientes: Joven uno y dos; éxito. Joven tres; llegar lo más alto posible. Joven cuatro; tener más minas. Joven cinco; ser respetado por las personas. Joven seis; mucha plata. Joven siete; igual bacán. Joven ocho; demostrarle a todos los que no creían en mí que yo bacán. Joven nueve; igual bien, cómo me verían fumándome un cigarrito con la Marlen jajaja. Joven diez; yo creo que sería entretenido y además sería famosa. Quién no quiere serlo...

La televisión y el cine son un mundo de estereotipos. Cada personaje que se pone delante de la cámara no es al azar. Todo está meticulosamente estudiado. Claro que a veces fallan los cálculos, pero en su mayoría se hace para encontrar el éxito. No fue azar que Hotuiti de modelo llegara a conducir un programa en Chilevisión. Según fuentes internas del canal, el pascuense atraía a las mujeres por su aspecto físico y por lo varonil de sus actitudes. Su compañera Catalina Palacios, caracteriza a la mujer fresca, alegre, jovial y buena onda.

Fue lo que ocurrió con Mekano y la moda que este impuso en los programas juveniles. La falda corta además de atraer a hombres tenía una segunda lectura....

“ Hoy en día cualquier niñita que anda como vedette, medio pilucha, se creen lindas e inteligentes. Andan por la vida como triunfadoras. Esto es una cosa muy narcisista. Esto es una cosa de que quiero, la sociedad me debe y me deben mis padres además (...) La televisión no es la culpable. Simplemente se adecua a esta cuestión dialéctica que tiene con la sociedad. La televisión muestra lo que la gente quiere ver. Y lo modifica para que lo vean a él (al canal) y no el de al lado ”⁶⁶.

Fue lo que pasó con las rubias, símbolo de poder y sensualidad. Con Mekano no es que hayan subido las tasas de embarazo juvenil, pero si se implantó la idea que por medio de vestir de forma sensual, explotar la belleza y andar a lo diva por la calle, se podía llegar al éxito.

Estos modelos no sólo se imponen en el ámbito de la apariencia física. Gracias a la televisión los Pokemones podrían haber quedado como una ramificación de una tribu urbana, rara y con problemas. No fue así el caso. Se mostraron como chicos que necesitaban expresarse y la forma era vistiéndose de una forma determinada. Es decir, la televisión tomó un caso y los generalizó. Fue a partir de ese momento que la gente supo de las tribus urbanas y las legitimizó. Puede ser que todos los Pokemones o Emos no sean iguales, pero es el estereotipo que infundió la TV.

Es esta misma formula la que han utilizado en las teleseries y en los programas en general. Muchos jóvenes viven a través de los personajes televisivos, vidas que jamás tendrán, pero que siempre soñarán.

Según un estudio realizado en el 2006 por el Consejo Nacional de Televisión, se determinó de qué forma la televisión exhibe estereotipos sobre la figura masculina y femenina. En las teleseries se percibe a la mujer como alguien joven, atractiva, activa, autosuficiente, calculadora racional, competitiva y astuta. Su figura tipo es del amazonas. Pero si salimos de la ficción, en los programas juveniles se percibe a la mujer como joven, atractiva, pasiva, dependiente, decorativa, ingenua. Su figura; un jarrón chino.

Para los hombres, ocurre lo mismo. En la ficción la imagen que cumplen, es de un niño grande, con características de juventud, atractivo, pasivo, dependiente,

⁶⁶ *Rodrigo Larraín – Sociólogo – Universidad Central*

inseguro, emocionalmente frágil, ingenuo. Sin embargo en los programas juveniles se convierte en la figura de un hombre pícaro, siendo astuto, asertivo, seguro, independiente, seguro, activo atractivo y joven.

A esta imagen contribuye el alto nivel de sexualidad representado en estos programas. En este mismo estudio, el Consejo Nacional de Televisión estudio la presencia escenas de sexualidad explícita.

PROGRAMA	CANAL	PORCENTAJE SE ESCENAS DE SEXUALIDAD EXPLÍCITA
Rojo fama contra fama	TVN	1.6%
Mekano	MEGA	7.1%
Gatas y Tuercas (teleserie)	Canal 13	2.4%
Mitú	MEGA	8.8%
Bakán	MEGA	1.5%
Versus	TVN	4.9%

Fuente Consejo Nacional de televisión. Discurso sobre la sexualidad en programas de alta audiencia en la televisión abierta. Estudio encargado a la Universidad Diego Portales, año 2006

Aunque estos datos estén por debajo de las dos cifras revelan un dato importante. En los programas juveniles está presente el sexo pero no de forma afectiva, reproductiva o de prevención, sino que erótica. Se señala de manera implícita más que explícita, siendo esto más dañino, puesto que a simple vista no es sexo, sino que puede adoptarse como una acción que trae beneficios. Las mujeres tienden a verse vistas más involucradas en acciones sexuales, impuestas por la vestimenta, la acción en los bailes y el papel que les cabe a ellas en un guión de ficción.

Como no existe separación entre la ficción y lo real en la televisión, los estereotipos toman ribetes sexuales en todo momento. Es símbolo de éxito ser atractiva físicamente y potenciar este tipo de belleza en la actitud y vestimenta.

“ Es lo mismo que pasa con los comerciales cuando a ti te muestran uno en televisión de que si fumas Marlboro vas a ser el mejor de todos los hombres en el mundo. Vas a tener un montón de mujeres a su lado, vas a tener plata y éxito. En el fondo, es la forma de penetrar en la mente de los seres humanos. Entonces que lo que pasa.... Las niñas ven que las que están en televisión, las que están bailando y las

que lo están pasando bien se visten de esa manera. Entonces, ellas piensan... si yo me visto así, a lo mejor me va a pasar lo mismo. Sobre todo cuando son chicas."⁶⁷

Felipe de 24 años, trabajador itinerante y público de diferentes programas, da prueba de lo anterior. Dice que le gustaría ser famoso " porque las personas te valoran más. O sea no te miran en menos como ahora. O sea cachai (sic) tu llegas por ejemplo en esta misma calle. Tú pasas y no eres nadie no cierto. Y ahora si fuera famosos, estarían todos gritando por mí. Estaría lleno de mujeres. Todos me pedirían autógrafos.

En el 2004 el Ministerio de Educación realizó una encuesta entre los jóvenes. Ella determinó que el 62% de ellos tiene como fuente de información en sexualidad a la televisión.

En un mundo globalizado como este, con decenas de canales por donde se puede obtener información, es tarea de los padres revertir este 62% a su favor y guiarlos para que los mismos jóvenes comprendan cómo entender los mensajes que emite la pantalla.

Entretención versus calidad

No hay que ser un especialista en televisión para comprender que esta es una empresa en busca de resultados positivos. La búsqueda de rating es un imperativo y para ello deben atraer a la audiencia. En esta carrera por obtener puntos se deja de lado la calidad en búsqueda de la entretención. " Los jóvenes valoran los programas que entreguen cultura y educación, siempre y cuando el elemento de entretención y diversión estén presentes de manera conjunta."⁶⁸

En la actualidad ya no se habla de masa, sino que de público. La diferencia radica en que los espectadores están dispersos en el espacio, a quienes les llegará el mismo mensaje televisivo, pero este será filtrado por cada uno de los espectadores de acuerdo a sus experiencias de vida " hemos de tener en cuenta que los mensajes de

⁶⁷ Tamara Okstenberg - *Psicóloga Juvenil*.

⁶⁸ Lagomarsino, Mario y Zarzuri, Raúl. *Televisión, espiritualidad y jóvenes*. Ceneca, Santiago, Chile 1998

los medios de comunicación de masas son filtrados y seleccionados de manera diferente de acuerdo con la heterogeneidad de los públicos y de cada individuo⁶⁹..

Es a ese público al que está enfocada la televisión. En diferentes estudios se habla del circo televisivo. De una fiesta constante que cotidianiza el espectáculo donde se ofrecen diferentes productos de consumo, que la audiencia juvenil recoge y lo incorpora a su realidad y necesidad.

“ Los jóvenes demandan fiesta, es decir, romper con cierto tedio resultante de la burocratización creciente de la vida social ”⁷⁰

No es raro entonces que menores de 16 años viajen todas las tardes para ver el programa de Eva Gómez y digan que es para carretear o que vean Yingo para pasarlo bien.

Los jóvenes están en constante cambio y ahí radican muchas veces la caída o reflote de algunos programas. Este cambio se agudiza con el flujo imperceptible de nuevos canales de comunicación y por su puesto por la globalización. Se sienten desterritorializados y buscando escudarse ante cualquier comunidad que le de sentido a su constante pregunta ¿que hago yo en el mundo?

La televisión aprovechó esta pregunta y le dio sentido. Así existen programas como El Diario de Eva, Pasiones o teleseries, que muestran un camino de ficción que podría pertenecerle, pero no lo es.

Esta generación ha construido su vida y su realidad junto a la televisión. En cada etapa hay algún recuerdo que esté ligado a la TV. Es decir, son hijos de los mass media, porque además de la televisión está radio y el Internet que construye una nueva realidad y formas de socialización.

Los Pokemones como actualmente se ven en las calles, los creó la televisión. Había unos cuantos con la idea original. Pero fue la máquina mediática que los dotó de sentido y los legitimó ante la sociedad. Así ha ocurrido con tantos otros éxitos impuestos por la televisión. ¿Habría tenido el Axé el éxito que obtuvo, si MEGA no lo

⁶⁹ Ezequiel Ander Egg – *Teledictos y videotas en la aldea planetaria*

⁷⁰ Ana Wortman *Televisión e imaginarios sociales: los programas juveniles.*

hubiera llevado al escenario?, pero tal como una estrella, esta se apagó. Las preferencias de los públicos cambian y hoy necesitan sentirse acogidos por programas que los identifiquen. No es una elección. Es la televisión que les impone sus productos que actualmente han debido diversificarse para que los públicos juveniles se alejen del Mouse del computador y prefiera el ahora clásico control remoto del televisor. Así el perfil del futuro adulto es claro: dependencia absoluta a los medios de comunicación para poder enfrentar a la sociedad. La sociabilidad estará mediada por un botón y la realidad seguirá manejada por la industria de la televisión. Esta estará en constante cambio, pues Internet ofrece una mayor variedad, sin poner límites.

En esta carrera, algunos ganarán otros sucumbirán. Conocer la mente del joven es la clave. En la actualidad se encuentra perdida, no se sabe hacia donde dirigirse. Es tanta la información y la rapidez con que suceden las cosas, que los jóvenes hoy necesitan sentir afecto, aprobación y seguridad para poder crear su propia identidad.

Actualmente los jóvenes consumen programas que los entretengan y que los asombren, aunque ojo estos tienen la vara alta. En un mundo donde la imagen supera a la palabra, es tarea de los medios ofrecer asombro y de mover sus fichas para ganarle a Internet y al canal de al lado.

Este grupo etario pondrá a prueba a la industria televisiva cuando sus gustos varíen. Pero pronto las mentes televisivas deberán pensar, para sacar al aire un próximo programa que se acomode a esta preferencia y así sucesivamente.

La audiencia juvenil pide, la televisión es la que manda.