

Boletín 2  
2023

# Audiencias Juveniles

Proyecto "Formación de audiencias  
ciudadanas: Adolescentes y telenovelas  
en tiempos de intolerancia". ANID/  
FONDECYT regular/1200108.



# Audiencias Juveniles

**Proyecto “Formación de audiencias  
ciudadanas: Adolescentes y telenovelas en  
tiempos de intolerancia”.**

## **EQUIPO PROYECTO**

**Lorena Antezana,**  
Universidad de Chile, Investigadora responsable.

**Cristian Cabalin,**  
Universidad de Chile, Co-investigador.

**Pablo Andrada,**  
Universidad de La Serena, Co-investigador.

**Rocío Silva,**  
Universidad de Chile, Asistente de investigación.

**Juan Pablo Sánchez,**  
Pontificia Universidad Católica de Chile, Asistente de  
investigación.

**Alejandro Bruna,**  
Pontificia Universidad Católica de Chile, Tesista.



# Introducción

Las telenovelas siguen siendo uno de los productos mediáticos emitidos por televisión abierta más vistos por las distintas audiencias, y uno de los que más provoca conversación intergeneracional. En una era en donde los públicos, especialmente los jóvenes, se encuentran cada vez más fragmentados y volcados hacia el consumo de productos dirigidos a audiencias segmentadas a través de las plataformas *on demand*, las telenovelas mantienen una orientación hacia el público masivo, apuntando a construir relatos capaces de cautivar a todos los integrantes del grupo familiar.

Durante la segunda etapa del proyecto Fondecyt Regular N°1200108 “Formación de audiencias ciudadanas: Adolescentes y telenovelas en tiempos de intolerancia” se realizó una encuesta dirigida a jóvenes de entre 12 y 17 años, con el fin de caracterizar su consumo de televisión, conocer sus percepciones y opiniones sobre las telenovelas chilenas y sobre la manera en que estas producciones abordan distintas temáticas contingentes.

En la encuesta participaron 458 estudiantes de liceos de la Región Metropolitana. En ella se consultó a las y los estudiantes por su uso de distintas aplicaciones para ver televisión, por la frecuencia con que vieron distintas telenovelas, y sobre si éstas fueron comentadas con sus amigos y/o familia. Se indagó en su valoración de las telenovelas chilenas, las telenovelas más recordadas, los personajes y actores o actrices más mencionados, y aquellos con los que más se identifican y los que rechazan.

A continuación presentamos los resultados obtenidos más relevantes.

# Personajes más recordados

por Rocío Silva

En la encuesta realizada muchos de los y las adolescentes realizaron algunas menciones, pero no identificaron claramente a un personaje, o bien, mencionaron a personajes de series o telenovelas internacionales, y nombraron a actores, actrices u otra clase de artistas. Con todo, entre los personajes mencionados e identificados por ellas y ellos destacaron los provenientes de las producciones de MEGA; canal cuya área dramática consolida su presencia en el imaginario adolescente prácticamente como el único actor activo en el área de la ficción entre los canales nacionales, con producciones extensas que se mantuvieron en pantalla pese a las restricciones impuestas por la crisis sanitaria asociada al COVID 19.

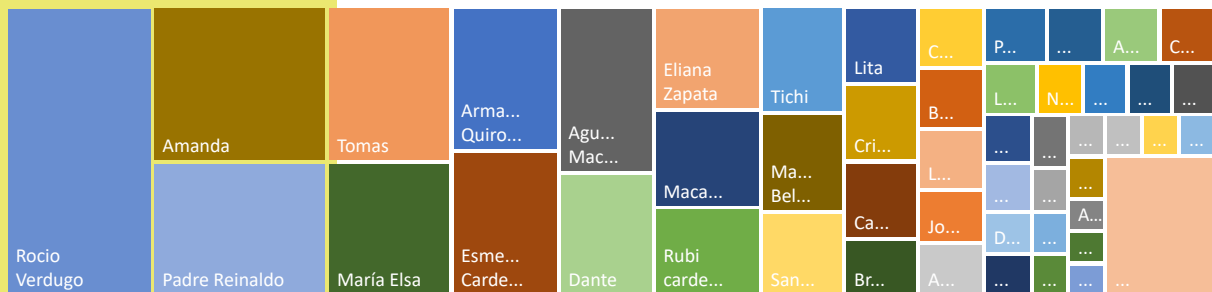
En general, las figuras más recordadas pertenecen a las telenovelas más extensas o recientes al momento de realizar la encuesta. Entre los personajes más recordados, destacan Rocío Verdugo, Tomás Valencia, Eliana Zapata y Agustina Mackenna, protagonistas en *Verdades Ocultas*, telenovela que tras 5 años en pantalla en el horario de la tarde, posterior al almuerzo, se convirtió en la más larga producida en Chile. Con 1.128 capítulos distribuidos en 7 temporadas emitidas entre el 2017 y el 2022, la historia de las herma-

nas separadas en su infancia cuando su madre decide vender a una de ellas empujada por su precaria situación económica, fue una de las producciones con mayor presencia durante la pandemia y las cuarentenas. En este horario diurno destaca también Amanda, protagonista de la producción homónima del año 2017, en donde una mujer de origen humilde regresa al fundo donde creció para vengarse de los hijos del patrón, que abusaron sexualmente de ella en el pasado.

A continuación se posicionan los personajes de *Perdona nuestros pecados*, telenovela nocturna de MEGA, emitida entre los años 2017 y 2018, que es también otra de las telenovelas más largas producidas en el país, con 2 temporadas y 312 capítulos. El Padre Reynaldo Suarez, Camilo Corcuera, Armando Quiroga y María Elsa Quiroga forman el núcleo central de esta producción, donde un sacerdote vuelve a su pueblo de origen para vengarse del empresario que violó a su hermana años atrás, cuando ella era una niña. El sacerdote, no obstante, se enamora y entabla una relación con la hija adolescente del magnate. Esta telenovela fue reemitida durante la pandemia (2020), sin embargo, los escasos resultados de rating motivaron que fuera quitada de la programación.

Entre las vespertinas, los más recordados son personajes icónicos, como las hermanas influencers Esmeralda y Rubí de *Edificio Corona*, y la relación que ésta última establece con Macarena, una de sus vecinas que se encuentra en cuarentena en el mismo edificio. Esta producción emitida en 2021 buscó llevar a la pantalla de forma contemporánea las experiencias asociadas a la vida cotidiana durante la pandemia. En tanto, en este mismo horario sobresalen también personajes de otra de las producciones de MEGA, *Pituca sin lucas*, emitida originalmente entre los años 2014 y 2015 y retransmitida también en 2020. De esta producción, en donde una mujer acomodada se traslada con sus hijas y su madre a vivir a una casa pareada en una comuna de la periferia de la capital chilena después de que su marido huyera del país por problemas económicos y con la ley, son muy recordadas una de las hijas, María Belén; la abuela Lidia “Lita” Amunátegui, y la madre, María Teresa “Tichi” Achondo.

Figura 1<sup>1</sup>. Personajes más recordados.<sup>2</sup>

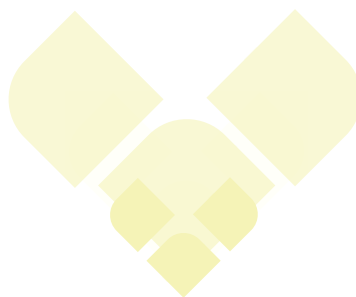


1. En las figuras 1, 2, 3 y 4 los gráficos representan valores aproximados en función de la mayor frecuencia con la que los personajes o actores son mencionados.

2. De arriba abajo y de izquierda a derecha: Rocío Verdugo (*Verdades ocultas*, MEGA), Amanda Solís (*Amanda*, MEGA), Padre Reynaldo Suárez (*Perdona nuestros pecados*, MEGA), Tomás Valencia (*Verdades ocultas*, MEGA), María Elsa Quiroga (*Perdona nuestros pecados*, MEGA), Armando Quiroga (*Perdona nuestros pecados*, MEGA), Esmeralda Cárdenas (*Edificio Corona*, MEGA), Agustina Mackenna (*Verdades ocultas*, MEGA), Dante Covarrubias (*Demente*, MEGA), Eliana Zapata (*Verdades ocultas*, MEGA), Macarena Correa (*Edificio Corona*, MEGA), Rubí Cárdenas (*Edificio Corona*, MEGA).

## Identificación y rechazo: Personajes que les gustaría y no les gustaría ser

Entre las respuestas de las y los encuestados que indicaron preferencias por personajes de telenovelas chilenas que les gustaría ser, destacan también personajes de las producciones de MEGA, protagonistas o cuyo ciclo vital se encuentra cercano a la adolescencia. En esta oportunidad, mencionan a personajes femeninos, como Amanda (*Amanda*, MEGA, 2016-2017) María Belén, Lidia “Lita” Amunátegui y María Jesús (*Pituca sin Lucas*, MEGA, 2014-2015); Camila Quiroz, Esmeralda y Marina Montt (*Papá a la deriva*, MEGA, 2015-2016), Ámbar Möller (*Ámbar*, MEGA, 2016) y María Elsa Quiroga (*Perdona nuestros pecados*, MEGA, 2017-2018), entre otras. En cuanto a los personajes masculinos, se mencionan Bruno, Arturo y Cristóbal Montt (*Papá a la deriva*, MEGA, 2015-2016), Santiago García (*Pobre novio*, MEGA, 2021) y Leonardo San Martín (*Verdades ocultas*, MEGA, 2017-2022).









emblemáticos, que se volvieron icónicos por el impacto de sus historias o por sus particulares modos de desenvolverse. Este podría ser el caso de las preferencias mostradas por Amanda, la joven que regresa para vengarse de una violación; o por Lita, la clasista abuela de la familia Risopatrón en *Pituca sin lucas*, que con su personaje popularizó desde la comedia frases como “¡qué clase media!”. Además, es importante destacar que varios de los personajes que suscitaron mayor adherencia también despertaron un importante rechazo; reacciones polarizadas que hablan del compromiso que establecen las audiencias con el comportamiento y personalidad de personajes, particularmente mujeres protagonistas, que deciden enfrentar a quienes las han perjudicado, como Amanda (Amanda), Rocío (Verdades ocultas) y María Elsa (Perdona nuestros pecados).

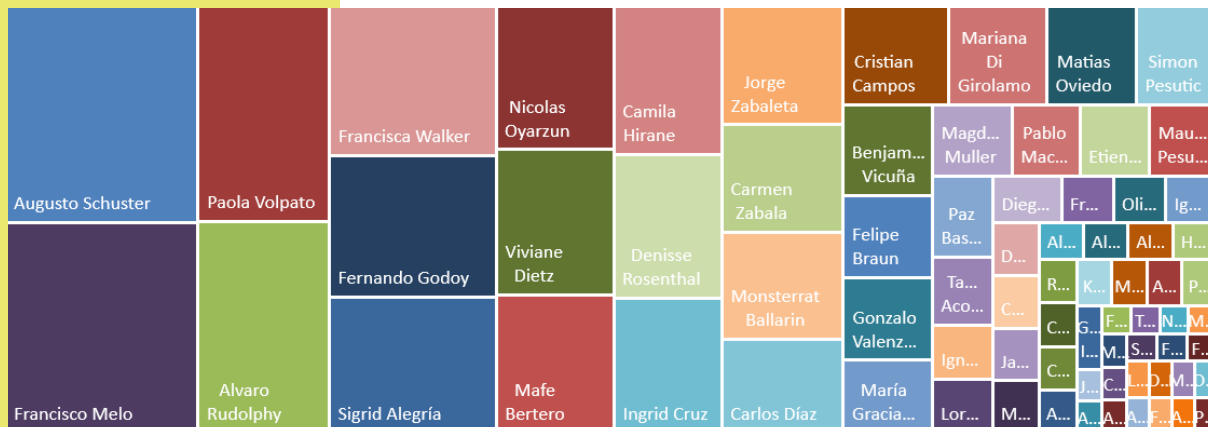
## Actores y actrices chilenas

Entre los actores y actrices que las y los adolescentes indican recordar destacan, por un lado, figuras consagradas de gran trayectoria y con participación en numerosas telenovelas, como Francisco Melo, Paola Volpato, Álvaro Rudolphy, Sigrid Alegría, Ingrid Cruz o Jorge Zabaleta, quienes forman parte del elenco televisivo estable de las producciones de los últimos 20 años.



Figura 4.<sup>5</sup>

Figura 4.<sup>5</sup>



A ellos se suman actrices y actores más jóvenes que poco a poco han ido asumiendo los roles protagónicos en las telenovelas más recientes, como Francisca Walker, Nicolás Oyarzún, Viviane Dietz, María Fernanda “Mafe” Bertero, Camila Hirane y Montserrat Ballarin. Entre los más jóvenes, destacan quienes desarrollaron una trayectoria en televisión desde temprana edad, como Augusto Schuster, Denise Rosenthal o Carmen Zavala, quienes formaron parte de las series juveniles *Amango* (Canal 13, 2007-2009) y *El blog de la Feña* (Canal 13, 2008) y luego se incorporaron a diversas producciones televisivas. Así, la trayectoria y la presencia continuada en la pantalla se revelan como un aspecto clave en la capacidad de las y los adolescentes de distinguir a los actores detrás de los personajes.

5. De arriba abajo y de izquierda a derecha: Augusto Schuster, Francisco Melo, Paola Volpato, Álvaro Rudolphy, Francisca Walker, Fernando Godoy, Sigrid Alegría, Nicolás Oyarzún, Viviane Dietz, Mafe Bertero, Camila Hirane, María Fernanda Bertero, Camila Hirane, Denise Rosenthal, Ingrid Cruz, Jorge Zabaleta, Carmen Zavala, Montserrat Ballarin, Carlos Díaz.

# Telenovelas que amamos... y las que olvidamos

por Juan Pablo Sánchez

A través de los años, numerosas telenovelas han quedado en el corazón y memoria de la audiencia. No solo las más clásicas, como *La Madrastra* (1981), *Los Títeres* (1984), o *Ángel Malo* (1986), sino que las más actuales, como *Pituca sin lucas* (2014), *Pobre gallo* (2016), *Isla paraíso* (2018) y *Verdades Ocultas* (2017) lograron algo similar. Sin embargo, hoy, las telenovelas ganadoras en rating y en las redes sociales no necesariamente son las más recordadas por el segmento más joven. Es decir, a pesar del éxito que tuvieron durante su emisión, y de que hayan sido reestrenadas

durante la pandemia, no forman parte del imaginario colectivo y televisivo de las nuevas generaciones.

En la encuesta realizada se consultó a los y las adolescentes por la frecuencia con la que ven telenovelas, las telenovelas más vistas (correspondiente a la suma de las categorías "La veía todos los días" y "La veía con cierta frecuencia") son todas de MEGA (ver Figura 5): *Pituca sin lucas* con un 57%, seguida de *Isla Paraíso* y *Pobre Gallo* con 48 y 45 puntos porcentuales, respectivamente, dejando en cuarto lugar a *Verdades ocultas* con un 38%.



Esto se vincula al artículo anterior de este boletín, donde los personajes que se recuerdan son los más simpáticos, los que tienen características distintivas y utilizan expresiones coloquiales, por ejemplo, cuando el personaje de Pitucas sin lucas, Tichi (Paola Volpato), proveniente de la clase alta, aprende a gritar "la pescá del día", tal como lo hacen los trabajadores del terminal pesquero. En contraste con lo anterior, destacan cuatro produc-

ciones con una gran cantidad de respuestas entre las alternativas "No recuerdo esa telenovela". La primera de ellas es *Aquí mando yo* (TVN, 2011), con un 76%. Le siguen *¿Dónde está Elisa?* (TVN, 2010), *Pacto de Sangre* (C13, 2018) y *Juegos de Poder* (MEGA, 2019) que obtuvieron un 71%, 60% y 55% respectivamente (figura 6). Paradójicamente, las telenovelas menos recordadas se consideraron éxitos en su momento.

Figura 6.



TVN



TVN



Canal 13



MEGA

De las telenovelas reportadas como menos vistas, tres pertenecen a la categoría de "telenovelas nocturnas", siendo *Aquí mando yo* la única que corresponde al espacio *prime tarde* dentro de la parrilla programática. *Aquí mando yo* fue estrenada en el canal Televisión Nacional de Chile (TVN) en septiembre de 2011, y narró en clave de comedia la historia de Sofía (María Elena Swett), una exitosa empre-

saria, y Diego (Jorge Zabaleta), su expareja, a quien debió recurrir para que cuide a sus hijas mientras ella no estaba en la casa. Fue considerada un éxito de sintonía y el regreso a la comedia romántica de la dupla Swett-Zabaleta.

*¿Dónde está Elisa?*, también fue estrenada por TVN en el año 2009, en horario prime (poste-

rior a las 22:00 hrs.). Su trama principal era la desaparición de Elisa (Montserrat Prats) una de las hijas del matrimonio formado por el empresario Raimundo Domínguez (Francisco Melo) y Francisca Correa (Sigrid Alegría), quienes luego de 17 años de vida en común ven derrumbarse todas sus certezas tras este secuestro. Si bien *¿Dónde está Elisa?* contó con un bajo visionado según las personas encuestadas, durante su transmisión fue todo un éxito, promediando por sobre los 40 puntos porcentuales y teniendo un *peak* de 57 en el episodio final, además de ser vendida a otros países, como Estados Unidos, Turquía, Colombia y Corea del Sur, entre otros.

Por su parte, *Pacto de sangre*, una producción de Canal 13 y transmitida entre los años 2018 y 2019, narraba la historia de cuatro amigos de toda la vida, quienes sufren un cambio drástico en sus vidas, producto de un homicidio accidental en una despedida de soltero. Lo curioso es que, si bien su rating de audiencia no era el mejor, quedando por debajo de la telenovela *Casa de muñecos* (MEGA), su rating comercial (sintonía durante las tandas comerciales) y la respuesta de la audiencia en redes sociales hacía que fuera considerada como una ficción importante y con un gran impacto. La telenovela consiguió 9.8 puntos de rating promedio de audiencia, lo que para un canal que obtenía entre 3 a 6 puntos, fue todo un éxito. Obtuvo tres Premios Caleuche y dos Copihues de Oro, además de un *merchandising* espontáneo creado por sus seguidores y el interés de numerosas marcas para asociarse con la telenovela, lo cual instauró el debate sobre la pertinencia de mantener el *people meter* como único indicador de éxito (la empresa que mide audiencia en Chile –

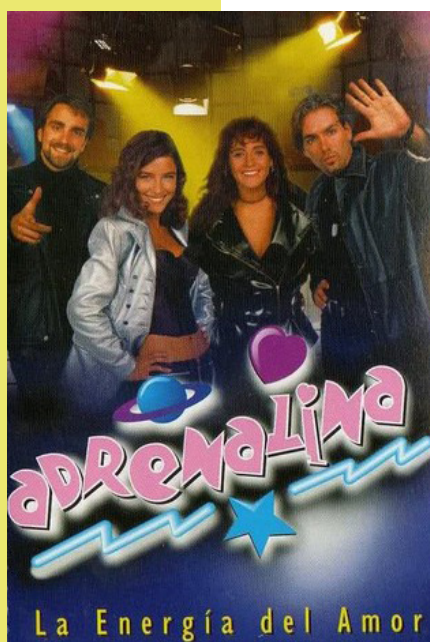
Kantar Ibope – desde el 2018 registra también los programas más comentados en Twitter).

Finalmente, *Juegos de poder* que fue emitida por MEGA en 2019, seguía el trabajo del fiscal Aníbal Ramos (Jorge Zabaleta) para descubrir a las personas responsables del atropello del que fueron víctimas dos hermanos universitarios, resultando uno de ellos muerto y el otro en estado de coma. Está inspirada en el caso de Martín Larraín, quien atropelló y dio muerte a Hernán Canales en 2013, para posteriormente darse a la fuga. La telenovela ganó en rating en su horario, no obstante, ha pasado a mejor vida en el recuerdo de las nuevas generaciones. Una posible explicación es que la audiencia evitaba telenovelas enfocadas en fútbol, hospitales o política, por lo que esta podría ser una de las razones por la que *Juegos de Poder* no se recuerda, pues aquí el personaje que se desenvuelve como el villano principal es un empresario que ingresa a la política y que quiere ser presidente del país.

A modo de cierre, podemos aventurar posibles explicaciones acerca de las razones por las que telenovelas que tuvieron éxito de sintonía no obtuvieron resultados similares para con las nuevas generaciones: 1) los y las estudiantes eran niños y niñas cuando se emitieron estas ficciones por lo que no las recuerdan; 2) el género desde el cual es contada la historia principal y las secundarias (comedia, thriller, drama, etc.) incide en el interés de los y las adolescentes por visionar este tipo de producciones y; 3) el horario de emisión de las telenovelas responde a la segmentación que se hace de las audiencias, por lo que el público objetivo de las nocturnas no es el de los y las adolescentes.

# La telenovela en la era digital: el melodrama en un celular

Figura 7.



**celular**  
por Alejandro Bruna

En la época de oro de las telenovelas, entre mediados de la década de los noventa y de los dos mil, gran parte de la familia se reunía en torno al televisor a la hora del té o la cena y ver “la comedia”. El visionado compartido era un momento clave para el entorno familiar. Entre tostadas y tazas de té podían comentar los problemas del amor indebido entre una monja y un locutor de radio, como se vio en *Estúpido Cupido* (1995) a través de las pantallas de Televisión Nacional de Chile (TVN), o los excesos de los adolescentes que escapaban por la ventana para bailar sin parar hasta hacer su cabeza estallar, como cantaba la intro de *Adrenalina* (1996) en Canal 13<sup>6</sup> (figura 7).

6. En el siguiente enlace se puede escuchar la canción: <https://www.youtube.com/watch?v=73Fdj95uGss>.

Sin embargo, el visionado familiar lentamente comenzó a desaparecer. Primero, el acceso a televisores más económicos permitió la dispersión de la audiencia, pues ya no había un solo televisor por casa: si no te gustaba la telenovela que veían los dueños de casa, podías ir a ver la del otro canal a otra habitación, o incluso, podías simplemente no ver ninguno de los melodramas románticos de las 20:00 horas.

Con la masificación de internet y el acceso a múltiples plataformas de *streaming*, el visionado clásico de la telenovela ha decaído aún más. Según el análisis de la encuesta del proyecto Fondecyt sobre ciudadanía y adolescencia, la forma de ver contenidos audiovisuales de las nuevas generaciones es gracias a internet, siendo el teléfono celular el principal dispositivo para ver series o telenovelas en plataformas en línea.

Los resultados muestran que las plataformas de streaming más utilizadas por los adolescentes son Cuevana, Tubi, YouTube o Pluto TV, seguido de aquellas de pago como Netflix, Disney, Amazon Prime o HBO+.

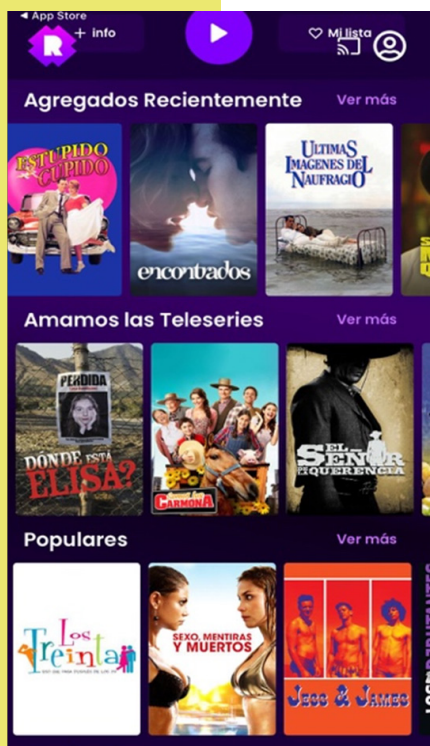
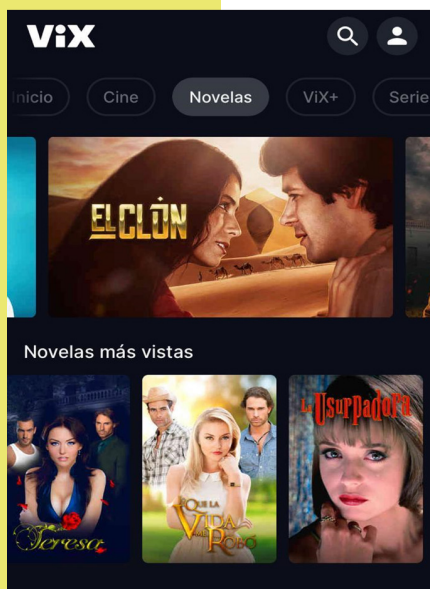
Hoy, como plantea el anuario Obitel 2020, se ha consolidado una tendencia que se viene gestando hace años: la audiencia opta por el visionado de ficciones audiovisuales en espacios on-line, donde la recepción más fiel es a través de plataformas de *streaming*. Esta tendencia se ve en diversos países, incluyendo Argentina, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos, México, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y, por supuesto, Chile.

El caso más emblemático y reciente es la telenovela *#PobreNovio* (2021). La cual cuenta

la historia de un hombre que es plantado en el altar porque su novia prefiere a un hombre mayor, convirtiéndose en un meme viral, para luego ser “rifado” a una afortunada mujer. Fue un éxito de rating en MEGA, quien hizo una alianza con HBO+ para transmitir los capítulos en simultáneo. Esto cambió radicalmente el visionado de telenovelas en *streaming*, pues estas solían ser más bien incluidas en los catálogos de las diversas plataformas obteniendo una “segunda vida”. Telenovelas como *Brujas* (2005, Canal 13), *Papi Ricky* (2007, Canal 13), *Primera Dama* (2010, Canal 13) y *Preciosas* (2016, Canal 13) se podían ver on-line en Amazon Prime, pero eran un producto ya emitido que podía ser revisitado, mientras que *#PobreNovio* fue la primera telenovela chilena transmitida en paralelo en una plataforma online, llegando a ser lo segundo más visto en HBO+, tanto en Chile como en Colombia.

El aumento del consumo de contenido latinoamericano, particularmente de telenovelas, ha cristalizado en el surgimiento de nuevas formas de acceder al contenido en cuanto a plataformas y aplicaciones. Si bien la mayoría de ellas mantienen el formato de “segunda vida” (como ViX, el nuevo servicio de streaming hispano propiedad de TelevisaUnivisión, y Riivi, que opera con contenido de cine y TV latina – ver figura 8) también se plantean nuevas opciones para llamar la atención del espectador, como es la estrategia de Mega, que a los usuarios de su plataforma y suscritos al plan de pago les da la opción de ver contenido anticipado: los lunes suben cinco capítulos, adelantándose en el mundo on-line al contenido que se emitirá por el canal de televisión.

Figura 7.



Además, en 2021, Chilevisión pasó a ser parte de *Paramount*, otra plataforma de *streaming* importante que se desenvuelve en el ecosistema global de las comunicaciones y que cuenta con una aplicación gratuita llamada *Pluto TV*. No es necesario crear un usuario o tener una contraseña, pues se puede acceder a la programación disponible desde cualquier navegador a través de *Pluto.tv* o desde la aplicación en *Google Play* y/o *Apple Store*. No obstante, la programación disponible que es parte de la parrilla de Chilevisión corresponde principalmente a contenidos de entretenimiento, viajes, *CHV Noticias* y *The Voice Chile*, pero no telenovelas. Aún así, con esto Chilevisión ha recibido un impulso importante por lo que ha experimentado un aumento en la audiencia y se ha transformado en líder del rating comercial.

Este contexto actual permite hablar de un cambio que se avecina con el auge de las plataformas de los canales mismos, como *Mega-Plus* o *13Go*, de *MEGA* y *Canal 13*, respectivamente. Así, el visionado del melodrama en plataformas de pago o gratuitas, ha llegado para quedarse y está disponible a un *click* en tu celular.



# Entrevista con el Consejo Nacional de Televisión (CNTV)

**“La ficción nos permite comprendernos y conocernos como sociedad”**

*Según el Consejo Nacional de Televisión (CNTV, 2023), en 2022 la ficción constituyó un 17,4% de la oferta programática de la televisión chilena, donde el 9,7% fueron telenovelas. Junto con el Departamento de Estudios del CNTV, analizamos el consumo y sus audiencias, a fin de entender cómo se vinculan hoy los chilenos con estos productos audiovisuales en la pantalla chica.*

POR ALEJANDRO BRUNA & JUAN PABLO SÁNCHEZ

El Consejo Nacional de Televisión (CNTV) está en proceso de renovación. No solo en términos de infraestructura y de implementación de herramientas de medición de audiencia, sino que también en términos organizacionales. Antes de que asumiera Elizabeth Gerber como directora del Departamento de Estudios, conversamos con María Dolores Souza, ex directora del mismo y su equipo, para comprender el rol de la ficción en las audiencias chilenas y la importancia social de la televisión en la actualidad.

**¿Por qué la televisión es relevante en términos sociales hoy?**

Es la plaza pública. Eso es una cosa que no hay que perder de vista: la importancia a nivel social que debiésemos rescatar de la televisión. Es el lugar donde nos juntamos y nos vemos las caras todos, versus los algoritmos que cada uno tiene de acuerdo con sus propios gustos. En la televisión tú ves lo que no te gusta, te encuentras con lo que no estás de acuerdo porque, aunque no la veas, alguien te comenta lo que salió en la televisión abierta: la persona de la casa o el amigo o

The logo for the Consejo Nacional de Televisión (CNTV) is displayed in a stylized, bold, white font against a background that transitions from purple on the left to red on the right.

## El trabajo del cntv

El Consejo Nacional de Televisión, como organismo autónomo, busca garantizar el buen funcionamiento de los servicios de televisión, enfocado en los derechos y lo que el público quiere que se respete en la televisión, incluyendo una relación que involucra las denuncias sobre contenido que la audiencia considera que los vulnera. Anualmente, además, hacen estudios cualitativos, cuantitativos, bibliográficos enfocados en regulaciones, y visionado.

la persona de la oficina que la vio. Entonces hay una agenda común, es una experiencia común, lo quieras o no, hasta ahora. Es un medio que aglutina, que agrupa un montón de cosas que tienen que ver con la experiencia común. Además, la televisión abierta es lo único gratuito, y de acuerdo con el censo, todos tienen un televisor con antena en Chile. La televisión abierta llega al 100% de la población.

### **¿Cómo creen que influye la televisión pública como plaza pública?**

Hay un matiz importante con eso. Porque si bien por supuesto que es el medio de acceso, uno de los más masivos, hay que tener ojo con lo de plaza pública en el sentido plural, como si fuera “el lugar del pluralismo” donde puedes acceder a todo tipo de perspectivas, todo tipo de contenido democrático. No es así, y es también una tarea dura del CNTV buscar eso. Hay sesgos que vienen dados por el rating y es el apelar a lo que se considera un gusto mayoritario.

### **¿Por qué son relevantes las telenovelas? O ¿cómo aportan estas ficciones a la audiencia?**

Aporta a comprendernos y a conocernos en la multiplicidad y la complejidad que tiene la sociedad. Son conflictos, diversidades, aspectos insospechados... ¿qué importa que sea ficción? El hecho de tener un personaje de un corte de tiempo que puede ser de cien años atrás, o cincuenta, o puede ser futurista o puede ser presente, no importa, porque puede aludir a aspectos conflictivos, diversos, desconocidos insospechados tremendamente problemáticos e interpeladores del presente.

### **¿Qué aporta en términos ciudadanos?**

Aporta pues nos muestra y nos ayuda a conocer, a comprender, a descubrir otras facetas, aspectos, vidas que nunca te imaginaste... en la medida que te ayuda a conocer y a comprender, te ayuda a convivir. Es lo mismo que puede haber ocurrido con los cuentos en nuestra niñez. Los cuentos con moraleja te ayudan a reflexionar y a entender, e interpelar en el presente, no importa que sea de un personaje medieval o futurista.

## Audiencias volátiles

En libro “Audiencias volátiles: televisión, ficción y educación”, Lorena Antezana y Cristián Cabalín, en calidad de editores, unen sus esfuerzos en tres capítulos que tienen como objetivo profundizar en la relación entre los programas televisivos y las audiencias. Se enfocan además en cómo las audiencias infantiles y adolescentes responden y se relacionan con la programación televisiva en constante evolución, una audiencia cada vez más esquiva.

## La televisión del futuro

Según el CNTV, el consumo efectivo de televisión se mantiene, y si bien quizás la ven menos personas, “el tiempo que la ven, la ven de verdad”. Sin embargo, dentro de este panorama hoy se deben incluir los cambios que se han producido en la era digital, donde el consumo de programas de televisión abierta ya no es solo medible a través del People Meter (que deja fuera el consumo en plataformas y a través de Internet).

### ¿Cómo analiza el CNTV a la audiencia?

Hace ya tiempo hemos trabajado con la audiencia más desde lo cuantitativo que lo cualitativo. Hace muchos años que no hacemos investigaciones cualitativas y son absolutamente necesarias. En ese sentido, hay un vacío que llenar en término de estudios, porque hay que efectivamente levantar ahora cuál es la relación entre estos segmentos etarios con los medios.

### ¿Ha cambiado el modo de consumo?

Esta generación por lo menos, incluso los menores de 24 años, ya están viendo televisión en otras plataformas, están viendo contenidos audiovisuales de otra forma. La encuesta del CNTV de 2021 nos mostró que el 90% de la población, tiene smartphone, un porcentaje altísimo tiene notebook, entonces el consumo se ha hecho muy individual.

En el caso de las audiencias más jóvenes, si les interesa el tema, y parece que vale la pena, lo van a ver. No hay ninguna manera de tener un público cautivo y hay que ver qué formato, qué contenido los puede atraer. Cuál es el primer anzuelo. Y sin publicidad, que los niños y adolescentes no soportan.

### ¿Consideran medir el consumo televisivo más allá del rating en televisión abierta?

Claro, es el desafío. Nosotros como institución no podemos, en términos operativos, ir más allá de nuestra medición del CNTV Play. Pero a nivel general, lo que se está viendo es que la empresa Kantar Ibope, que mide actualmente el rating, va a dar el salto a la medición audiovisual (no solo de televisión, sino que también de plataformas audiovisuales, de todo tipo, desde YouTube hasta plataformas de transmisión en línea que ofrecen contenido multimedia por Internet sin requerir un proveedor de televisión por cable o satélite, las denominadas Over-The-Top (OTT) y el *streaming* de los canales en Internet, etcétera). Todo eso ya está planificado y se está montando, para que de aquí a mediano plazo empiece a funcionar.

## Si quieres más información puedes consultar estos libros

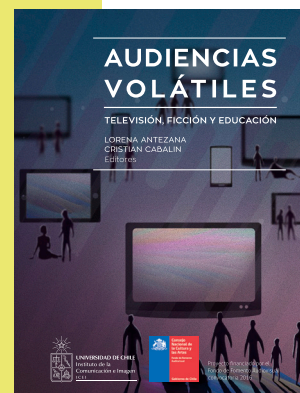
Antezana, Lorena y Andrada, Pablo (Eds.) (2018). **En clave adolescente. Referentes, prácticas y hábitos de consumo audiovisual.** Santiago. ISBN 978-956-398-221-3 (1-144).

<http://libros.uchile.cl/803>



Antezana, Lorena y Cabalin, Cristian (Eds.) (2016). **Audiencias volátiles. Televisión, ficción y educación.** Santiago. ISBN 978-956-362-990-3. (1-267).

<http://libros.uchile.cl/638>





Proyecto "Formación de audiencias  
ciudadanas: Adolescentes y  
telenovelas en tiempos de  
intolerancia". ANID/ FONDECYT  
regular/1200108.