



Universidad de Chile  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Sociología  
Carrera de Sociología

Memoria para optar al título profesional de Socióloga

---

**El ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la  
pandemia de COVID-19: El caso de la Televisión y las RRSS**

**Autora:**

MARÍA CATALINA CARMEN DUPUY OTEÍZA

**Profesor Guía:**

BERNARDO AMIGO LATORRE

**FECHA:**

20 de diciembre de 2022.



Los corazones que te acompañan en el camino,

la contención del cariño y el amor genuino,

es el mayor de los logros.

Gracias Ícaro, Mamá y Papá por la paciencia y la  
contención.

A mi compañera de vida, que crecimos juntas y con su  
amor en cuatro patas me acompañó hasta su último día.

Mi Camilita.

## Índice

<b>Introducción</b> .....	4
<b>Antecedentes</b> .....	5
<i>Nueva Era Mediática</i> .....	5
<i>Las Redes Sociales</i> .....	6
<i>La Televisión en la Convergencia Digital</i> .....	8
<i>Juventud Situada</i> .....	9
<b>Problematización</b> .....	13
<b>Pregunta de investigación</b> .....	16
<b>Objetivos</b> .....	16
<i>General</i> .....	16
<i>Específicos</i> .....	16
<b>Hipótesis</b> .....	16
<b>Relevancia</b> .....	17
<b>Marco Teórico</b> .....	18
<i>Sociedad de Redes</i> .....	18
<i>Cultura de la Respuesta</i> .....	20
<i>Mass Media y Self Media</i> .....	21
<i>Ecología de la comunicación</i> .....	24
<b>Marco Metodológico</b> .....	30
<i>Tipo de Investigación</i> .....	30
<i>Muestra</i> .....	31
<i>Técnicas de recolección de datos</i> .....	32
<i>Herramientas de Análisis</i> .....	34

<b>Análisis</b> .....	36
<i>Conocer los medios de comunicación que los jóvenes en Chile utilizan y las motivaciones en su uso actual y en contexto de pandemia</i> .....	38
<i>Describir la relación entre el consumo de TV y RRSS que tienen los jóvenes en Chile a través de los contenidos que dichos medios transmiten</i> .....	42
<i>Identificar la valoración que los jóvenes en Chile tienen hacia la TV y las RRSS</i> .....	46
<i>Contrastar las expectativas que se tienen como grupo etario de la TV, debido al carácter tradicional del medio, con las RRSS</i> .....	50
<b>Conclusiones</b> .....	55
<i>Principales Hallazgos</i> .....	55
<i>Limitaciones</i> .....	56
<i>Reflexiones Finales</i> .....	57
<b>Bibliografía</b> .....	59
<b>Anexos</b> .....	63

**Resumen:** La presente investigación tiene como objetivo situar el ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la pandemia del COVID-19, específicamente en su relación con las RRSS y TV. Se llevaron a cabo Grupos focales a jóvenes entre los 18 y 24 años para conocer los medios de comunicación que los jóvenes utilizan y las motivaciones en su uso actual y en contexto de pandemia; describir la relación entre el consumo de TV y RRSS que tienen a través de los contenidos que dichos medios transmiten; identificar la valoración que tienen hacia la TV y las RRSS y contrastar las expectativas que se tienen como grupo etario de la TV, debido al carácter tradicional del medio, con las RRSS. Mediante la aplicación de la Teoría Fundamentada como herramienta de análisis de la información, se puede conocer que el ecosistema de los jóvenes en Chile está tensionado sociohistóricamente por la pandemia y el Estallido Social, por lo que la relación que esta generación tiene con los medios de comunicación -y su principal diferencia con las generaciones mayores- está determinada por la sensación de credibilidad que estos medios generan en ellos. La creación de la una Ley de medios en Chile podría ser una posible solución a la contradicción que generan medios tradicionales como la TV, así como también para mejorar los problemas que las RRSS muchas veces complican a quienes las utilizan

**Palabras Claves:** ecosistema comunicativo, jóvenes, Televisión, Redes Sociales, COVID-19.

## Introducción

Desde los últimos tres años -en tiempos de pandemia- la conexión digital se apoderó definitivamente de nuestro estilo de vida, trastocando lo que nunca creímos que podría reemplazarse; el contacto humano. Frente a nuestros propios ojos vimos que era posible adaptarse a la misma cotidianidad, pero con pocos metros cuadrados, y que, pese a la incertidumbre y desolación del panorama sanitario en todo el mundo, la vida siguió, pero ahora dentro de casa. La facilidad con la que una parte de la población pudo gozar de los privilegios del autocuidado y la vida virtual puede explicarse por las condiciones tecnológicas imperantes de este siglo, caracterizadas por poseer redes de conexión informacional que conectan a todas las sociedades del globo, a través de ellas es posible trasladar las barreras del tiempo y del espacio de la organización social por medio del desarrollo productivo, cultural e institucional que concede un nuevo paradigma tecnológico en la transformación social.

La facilidad que existe ahora en la comunicación por redes electrónicas va de la mano con la revolución de las plataformas digitales, las que permiten una interacción virtual instantánea y una comunicación directa entre las personas, así conviven con los medios de comunicación tradicionales. Las posibilidades de interacción social entonces se expanden gracias a las redes de información y por ende, en la cultura, se adquiere nuevas prácticas comunicativas que deben estar a la altura de la espontaneidad del mensaje.

El carácter bidireccional en el acto comunicativo que poseen las nuevas comunicaciones producto del inherente acceso que la mayoría de las personas tienen a las redes de tecnología e información presentan nuevos desafíos a los medios tradicionales, que, como instrumentos de emisión de mensaje unidireccional a una masiva cantidad de receptores, se ven cuestionados por la antigüedad en las relaciones que poseen con sus espectadores al transmitir sus contenidos. Superando la discusión de la decadencia o deslegitimación de estos “antiguos” medios al contexto social digital que vivimos hoy, la televisión ha logrado evolucionar gracias a la mimetización con estas nuevas herramientas tecnológicas.

En Chile, por medio de distintos programas los canales de televisión buscan llegar a su audiencia a través de la promoción en la experiencia multipantalla, caracterizada por el uso

de plataformas distintas a la TV que abre las discusiones para complementarse con sus televidentes, pero más allá de la disponibilidad de las plataformas y la promoción del debate por parte de los emisores de contenido, la apropiación de los medios de comunicación que las personas utilizan para sus fines no dependen necesariamente de su innovación, sino en su capacidad de poder evolucionar según las necesidades de la población.

## **Antecedentes**

### *Nueva Era Mediática*

Durante el siglo XX la incursión de la televisión, la radio y el cine genera el primer acercamiento hacia la comunicación de masas, en donde el mensaje que es transmitido por estos medios posee un carácter unidireccional y limitado (Castells, 2013), y por lo general con un público generalizado como espectador. Desde la década de los 80's hacia adelante el avance tecnológico fue en potencial crecimiento y canalización en su relación con las formas sociales, para Castells (2004) el factor histórico más decisivo en esta transformación fue la incorporación del sistema económico capitalista, ya que adquiere un carácter tecno económico de capitalismo informacional, acelerando la red de conexiones tecnológicas, productivas y sociales para poder maximizar los beneficios y la globalización del mercado.

Ya transcurrida la última década hemos innovado en relaciones de virtualidad, en la que conciernen nuevas expresiones y formas tanto en la interacción mediática como en la social (Muñoz, 2010); por lo tanto, el contexto social deja de ser el mismo (Castells, 2013). Ya no solo hacemos uso de un dispositivo colectivo dentro del hogar, con la llegada de los teléfonos inteligentes se abre el espectro de socialización en la que cada individuo solía desenvolverse, existe una revolución de la tecnología que es capaz de penetrar en todo ámbito de la actividad humana (Castells, 2004). Sin caer en el determinismo tecnológico, las herramientas digitales no establecen a las sociedades, sino que las plasman, por lo que hablaremos de una interacción dialéctica entre el desarrollo tecnológico y las relaciones sociales (Castells, 2004).

Produciendo así en palabras de Scolari en Zallo (2011) “el cruce de expresiones estéticas, narrativas, sensoriales, tecnológicas y económicas que introducen cambios tanto en la



producción como en el consumo, que marcan una transición hacia una nueva era mediática” (p.30). La generación de esta nueva ola de medios comunicacionales presenta tres características básicas compartidas (Zallo, 2011): la primera es que están circunscritas al paradigma digital, por lo tanto existe una digitalización en los contenidos y en las redes que afectan a cada eslabón del proceso comunicativo; en segundo lugar, los nuevos medios presentan un carácter interactivo que les confiere una capacidad comunicacional bidireccional jamás vista anteriormente en los medios de comunicación, el rol activo de los usuarios exige un desplante eficaz en la interacción comunicativa, desplazando así el rol exclusivo de difusión. Y, por último, estar en línea, esto permite un acceso globalizado a los contenidos, así como el acceso permanente e ilimitado a los recursos emitidos por los canales mediáticos.

Las formas tradicionales de organización social gracias a las nuevas tecnologías se mueven desde los espacios físicos hacia los espacios virtuales, por lo que se generan nuevas formas que pueden brindar el ideario de colectividad en las relaciones. Antezana (2009) le atribuye a los medios de comunicación el estatus de la principal institución que dota de sentido y permite que los usuarios puedan adquirir una idea de comunidad, de mundo compartido en el que se hacen visibles problemáticas que son comunes, ya que “la información es un modo de dar forma a las relaciones sociales” (p.77).

---

### *Las Redes Sociales*

En Chile, actualmente existe un 83,5% de usuarios activos en medios digitales del total de la población nacional, mientras que en conexiones móviles supera en un 132.1% la cantidad total de población (DataReportal, 2021). El acceso a las conexiones y uso en las RRSS en términos materiales no pareciera ser un problema, ya que hay más conexiones móviles que personas y un 82,3% de quienes viven en Chile son usuarios de alguna cuenta en internet.

**Figura 1**

Gráfico de Titulares esenciales para el uso de dispositivos móviles, Internet y redes sociales

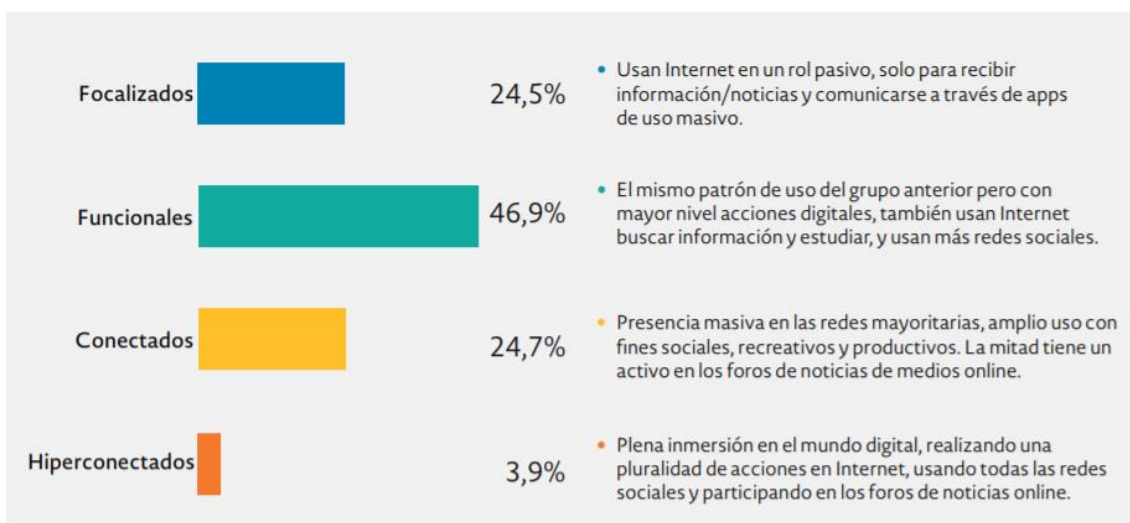


Fuente: DataReportal, 2021.

Así como existe un avanzado acceso al consumo digital, también existe una importante deficiencia en los usos y consecuencias. La encuesta Foco Ciudadano de MIDE Sociedad (Cortés, De Tezanos, Helsper, Lay, Manzi & Novoa, 2020) mediante la utilización de una técnica estadística denominada análisis de conglomerados -la cual permite detectar perfiles de individuos mediante la identificación de patrones comunes de respuesta- encontró cuatro perfiles de participantes que consumen y usan internet: focalizados, funcionales, conectados e hiperconectados, en el gráfico 2 podemos observar las principales características en el uso de las herramientas digitales en cada uno de estos grupos. Estas diferencias en los perfiles se asocian a un menor nivel educativo, mayor edad, menor nivel socioeconómico y en función de su género (Cortés et al, 2020). Aunque la brecha digital no sea ya tan visible en el acceso a Internet como lo demuestra el Gráfico 1, sí se manifiesta en su uso, y nuevamente son los grupos más desaventajados socialmente los que quedan rezagados.

## Figura 2

Gráfico de los cuatro grupos de usuarios de Internet y redes sociales



Fuente: Cortés et. al, 2020.

Podemos decir con esto que el uso del internet y las Redes Sociales no es homogéneo ni en sus usuarios ni en su funcionalidad, y pese a que un del 87,8% del total de la población chilena tiene acceso a estas conexiones (DataReportal, 2021), la brecha digital se sigue perpetuando por factores sociodemográficos y económicos.

---

### *La Televisión en la Convergencia Digital*

“La televisión es el medio de masas por excelencia, el canal audiovisual que llega a mayor cantidad de consumidores y, sin dudas, la experiencia comunicacional más impactante del siglo XX.” (Scolari, 2008, p.17.)

---

Si el futuro son las conexiones en línea y el encuentro es la virtualidad, ¿qué pasa con la televisión? Los avances tecnológicos acelerados desde los 80's han puesto en continuo debate los medios tradicionales de comunicación, y desde los 90's distintos investigadores han dudado de la televisión, tanto por su permanencia como su masividad (Scolari, 2008). Pero, tal como lo vemos hoy, más bien ha cambiado su rumbo: la televisión ha dejado de centrarse

en sí misma para desplazarse hacia el espectador -que participaba en el proceso tradicional de comunicación, siendo solo receptor del mensaje-, ahora reconvertido en usuario -el cual participa tanto como receptor, así como emisor del mensaje, de carácter por lo tanto bidireccional, dentro del nuevo proceso comunicacional- (Verón, 2001). En este nuevo camino la televisión permite que sus telespectadores encuentren un sentido de comunidad a través de la pantalla, es un ejemplo estratégico clave en donde se recrea el espacio público (Antezana, 2012), y pese al pleno escenario de convergencia digital, este medio sigue posicionándose como el principal medio informativo para la sociedad chilena (CNTV, 2020a). y, con ello, un reflejo latente de la identidad colectiva en base a un imaginario común, representado en la televisión.

El sentido del discurso en los contenidos emitidos en la televisión no está dado nunca a priori, sino que se construye según las experiencias sociales las cuales mediamos dependiendo de la oferta y el acceso mediático a estos discursos televisivos (Antezana, 2012). Es por esta razón que los contenidos televisivos generan un espacio de disputa por el sentido a través de los acontecimientos sociales, políticos, económicos y culturales emitidos, y este espacio es de especial atención debido a la accesibilidad del medio en nuestra sociedad. Los datos de la IX Encuesta Nacional de Televisión (CNTV, 2017), indican que en Chile hay un promedio de 2,5 televisores por hogar, y son los canales de televisión nacional abierta los que se presentan como el contenido más visto por parte de la audiencia. Dicha encuesta indica además que, a pesar de la diversidad de medios y fuentes de información existentes en la actualidad, los canales de la televisión abierta nacional siguen siendo el principal medio informativo sobre los acontecimientos locales e internacionales.

---

### *Juventud Situada*

Tal como se mencionaba anteriormente, la llegada de la televisión en el siglo XX marca un cambio generacional en el acceso y flujo de la información, las generaciones que vieron llegar estas cajas negras al hogar fueron incorporando poco a poco las distintas funciones que les otorgaba la televisión: información, entretención, etc. En cambio, las generaciones de jóvenes hoy en día nacieron con este medio internalizado, por lo que el flujo de información

a diferencia de los jóvenes del siglo XX se ve trastocado: la acción de la televisión transforma los modos de circulación de la información en el hogar, rompe el cortocircuito de los filtros de autoridad parental (Barbero, 2002). Lo que antes delimitaban los libros y la educación, ahora se expande por la tecnología mediática, las generaciones de jóvenes han crecido con la ilimitada posibilidad del consumo televisivo, el cual no filtra contenido ni veracidad, se deja el juicio al ojo del espectador.

La cultura encuentra nuevas formas de expresión de la mano con la tecnología, así como críticas a sus formas tradicionales; las juventudes poseen un manejo de las redes informáticas que los introducen en nuevos modos de percibir y narrar la identidad, “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 y su ritmo” (Barbero, 2002, p.4). Partiendo con la televisión y siguiendo con las plataformas de redes sociales que se han alzado en los últimos quince años, se produce una multiplicación y densificación cotidiana de las tecnologías comunicativas e informacionales, teniendo como principal manifestación estas nuevas formas de lenguaje, sensibilidades y expresiones que antes los medios de comunicación no podían catalizar.

La participación de segmentos juveniles en las audiencias televisivas también puede explicarse como un tipo de mediación (instancia cultural desde donde el espectador produce y se apropia del significado y del sentido) en la participación activa de los receptores, Orozco (1993) enfatiza que la cultura también aparece asociada con la mediación de la edad, esta orienta al sujeto directa o indirectamente acerca de las acciones adecuadas o inadecuadas de acuerdo con su edad, o en relación con factores tales como las maneras de disfrutar el tiempo libre, formas de entretenimiento, hábitos de aprendizaje, de televidencia, entre otras. Es por esto que la interacción entre la televisión y las personas no debe tomarse como un solo conjunto de acciones, sino como una “práctica social” en la cual se dan “combinaciones específicas de mediación y de la cual se derivan resultados particulares” (Orozco, 1993, p.40).

Como se mencionó anteriormente, la televisión sigue siendo el principal medio informativo para la población. No obstante, los jóvenes se distinguen del resto de los segmentos etarios debido al gran consumo que hacen de los medios digitales. Esto da cuenta que, a la hora de

informarse por la televisión y los medios digitales, especialmente en las redes sociales, actúan más bien como medios complementarios. Al respecto, la encuesta de Participación, jóvenes y consumo de medios (Scherman, Correa, Peña y Lillo & Pardo, 2020) tensiona aún esta relación al indicar que el 80% de los jóvenes confía en las redes sociales como medio informativo, mientras que solo el 19% considera a la televisión abierta como un medio confiable. No obstante, esto mismo muestra lo importante que es para los jóvenes estar informados sobre la política y los acontecimientos públicos. Sumado a esto, los resultados del estudio de De la Garza -Montemayor, Peña-Ramos & Recuero-López (2019) indican que los medios menos consumidos por los jóvenes universitarios chilenos son la televisión y la prensa escrita, siendo los programas de televisión y los noticieros televisivos los medios que generan mayor desconfianza para este grupo. En su lugar, los jóvenes universitarios consumen mayoritariamente medios digitales, lo que indica que se introducen en los asuntos públicos por medio de estas nuevas tecnologías.

Tal como comentábamos anteriormente, la televisión al conceder un sentido de comunidad recrea espacios de debate y opinión pública, en donde los telespectadores establecen un vínculo con lo que transmite la televisión y ejemplo claro de esta disputa se vio desde octubre de 2019 en la televisión. La documentación de la protesta y problematizaciones de las demandas del movimiento social se vieron más que nunca por medio de la televisión. Los estudios indican que durante los momentos de contingencia política y social la televisión toma un gran protagonismo como fuente de información. Esto puede vislumbrarse con lo ocurrido durante el año 2019, ya que, durante ese año, la oferta y el consumo de la televisión presentaron un gran cambio durante los últimos tres meses, debido a la intensa crisis social que se estaba viviendo en el país. Las manifestaciones sociales transformaron el comportamiento de las audiencias, como también el contenido y la oferta televisiva. Por lo mismo, se considera un año con mucha discusión pública y política ya que durante el último trimestre hubo un importante incremento de programas de discusión sobre contingencia política, cívica y social (CNTV, 2020b). La intención de los matinales y noticieros informativos por cubrir de manera transversal los acontecimientos político-sociales que estaban a la orden del día no fueron menos polémica, según los datos del CNTV (2020b) ambos géneros televisivos lideraron las denuncias ante este organismo, las acusaciones que

más se repetían hacen referencia a la falta de ética y libertad de expresión en contexto del Estallido Social.

La emergencia del estallido social cubierta en la televisión nacional se vio mermada por la inesperada emergencia sanitaria de carácter mundial, y frente al desconocimiento del nuevo virus SARS-CoV-2 y la incertidumbre de sus consecuencias el contenido de estos programas se mueve y re-configura siguiendo el dinamismo de la agenda pública, donde comienza a primar este en la discusión mediática y noticiosa a medida que la pandemia avanza través de todo el globo. El desconocimiento de esta coyuntura -vivir una pandemia a causa de un virus incógnito- provoca la necesidad de ampliar todo el espectro informativo para poder apaciguar la incertidumbre del momento, y recae en los medios de comunicación la responsabilidad de informar de manera ética y asertiva la emergencia salubre que esta pandemia significó para millones de personas.

---

## Problematización

En esta nueva ola mediática de la información basada en las herramientas digitales existe una transformación de las relaciones, tanto a nivel social como cultural debido a que las formas comunicativas han ido cambiando continuamente y cada vez a mayor velocidad de interacción. A medida que nuevas conexiones y plataformas interactivas están siendo incorporadas en los distintos grupos y estratos de nuestra sociedad chilena, los medios tradicionales como lo es la televisión se ven enfrentados a nuevos desafíos para seguir llamando la atención de las personas, y no perder lo que tan cómodamente lograba al unir a los hogares de anteriores generaciones.

La diversidad de espectadores presumimos se ha visto acrecentada en contextos de pandemia, ya que la necesidad de quedarse en casa y la contingencia informativa por saber que estaba sucediendo nos volvió a reencontrar con la tan conocida caja negra, pero ahora de la mano con mayor accesibilidad para llegar a conectarse con ella. En el caso de la televisión, las formas en el consumo se han transformado como consecuencia del nuevo contexto digital, sobre todo entre los rangos de edad con una mayor alfabetización tecnológica (Vázquez, Rebollal, Vázquez, & García, 2016), que vienen siendo las generaciones más jóvenes, las que cada vez más van naturalizando la experiencia multipantalla como una forma de abarcar la mayor cantidad de acceso al conocimiento y la comunicación.

A nivel individual, por otra parte, existe un empoderamiento de parte del espectador (Muñoz, 2010) ya que ahora posee las herramientas digitales para replicar una respuesta del mensaje recibido, a manifestarse sobre lo que consume en la televisión, por lo que el uso de las plataformas interactivas o RRSS aparecen como un nuevo vínculo representativo en donde se desarrolla la relación entre este medio tradicional y su audiencia. Es así como las jóvenes generaciones están inmersas en un espacio en donde las relaciones simbólicas coexisten dentro de una red de herramientas tecnológicas y mediáticas en las cuales circula y se desarrolla la comunicación, Barbero (2002) enuncia como *ecosistema comunicativo* a las relaciones entre las nuevas tecnologías y expresiones particulares de estas generaciones, una experiencia cultural nueva que atraviesa una nebulosa informacional debido a la pluralidad de contenidos y legitimaciones, los modos de circulación del saber se exteriorizan de las



formas tradicionales: ya no recurrimos a los profesores, la enciclopedia o los padres y madres para obtener información; la televisión fue el primer medio en desplazar estos roles y dar paso al ecosistema comunicativo de las nuevas generaciones. Dado que este ecosistema está en constante evolución, a medida que el desarrollo tecnológico se profundiza, más problemático resulta la relación que tienen los jóvenes con los distintos medios de comunicación.

Entendiendo que la televisión continúa marcando la contingencia informativa a nivel nacional (Dirección de Estudios Sociales & CNTV, 2021) el debate público que posibilitan las RRSS no puede obviarse de la agenda de contenidos ofrecidas por los canales de televisión, por medio de la experiencia multipantalla puede conocerse el interés y la significación que las personas perciben del medio. La televisión está cambiando en su formato y recepción a medida que se personaliza, y por su parte los sujetos se encuentra ubicados entre las condiciones sociohistóricas y técnicas privilegiadas que los incluyen como agente activo en el proceso comunicativo de los medios de comunicación (Castells, 2013), La variedad de la espectadores, que a la vez puede participar en estas interacciones digitales tienen la posibilidad de encontrar distintos espacios para desplegar sus opiniones, y para cada grupo existen diversas plataformas que se adaptan a las expectativas tecnológicas que buscan encontrar y en las cuales se desenvuelven de manera eficaz en la comunicación (Muñoz, 2010). En el proceso de transformación social, el papel de la tecnología es fundamental, y en las tecnologías de la comunicación e información la interactividad social puede desenvolverse sin los límites que alguna vez marcaron anteriormente la organización social. A través de las redes y la comunicación las fronteras de lo social no conocen espacios vacíos, y muestra en todo medio la expresión genuina de sus prácticas y valores, en lo privado y en lo mediático, como lo es en la televisión y en las RRSS. Así mismo, la emergencia del COVID-19 modificó las condiciones tradicionales en las cuales estos medios lograban disputar el ambiente mediático de las personas: se genera una nueva situación coyuntural en la que los medios se ven enfrentados por lograr mantener de forma asertiva el interés de los sujetos, que están a la vez afectados por las diferentes restricciones debido a la pandemia.

Para Martins (2009) el análisis de las nuevas tensiones y la transformación de las relaciones sociales en el plano de las instituciones humanas debe hacerse desde la perspectiva

antiutilitarista, ya que así se permite develar el tema de las Redes Sociales como si fueran la punta del iceberg que nos muestra las señales de una gran modificación de los formatos de organizaciones tradicionales y el surgimiento de formatos abiertos a una nueva complejidad técnica, cognitiva, emocional y simbólica, que tiene como telón de fondo la reconfiguración de los contextos donde se dibujan las relaciones humanas.

---

## **Pregunta de investigación**

¿De qué manera cambió el ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la pandemia del COVID-19, específicamente en su relación con las RRSS y la TV?

---

### **Objetivos**

#### *General*

Situar el ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la pandemia del COVID-19, específicamente en su relación con las RRSS y TV

---

#### *Específicos*

- Conocer los medios de comunicación que los jóvenes en Chile utilizan y las motivaciones en su uso actual y en contexto de pandemia
  - Describir la relación entre el consumo de TV y RRSS que tienen los jóvenes en Chile a través de los contenidos que dichos medios transmiten
  - Identificar la valoración que los jóvenes en Chile tienen hacia la TV y las RRSS
  - Contrastar las expectativas que se tienen como grupo etario de la TV, debido al carácter tradicional del medio, con las RRSS
- 

### **Hipótesis**

El ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile ha sido modificado en contexto de contexto de pandemia ya que, por una parte, se ha visto un giro en los contenidos predominantes de coyuntura nacional e internacional de carácter político y social desde que arrastran desde octubre de 2019, y por otra, debido al aumento del consumo de televisión y de RRSS gracias a la obligatoriedad y promoción de cuarentenas para el autocuidado frente al virus SARS-CoV-2 desde marzo de 2020.

---

## Relevancia

Los espacios de interacción social digital son un nuevo foco de interés sociológico para el análisis de los fenómenos sociales contemporáneos, si bien no podemos presumir que toda relación hoy en día está mediada directamente por las plataformas digitales, sí todas las relaciones se han visto afectadas por nuevas formas de interacción comunicativa, ya que tanto el mensaje como su recepción dejó de ser concebido solamente en su forma tradicional. El avance de las tecnologías de la información y comunicaciones han tomado un especial protagonismo en el desarrollo del ambiente comunicativo de los jóvenes, y junto con el resto de los medios, se encuentran en constantes modificaciones dentro de la ecología comunicacional producto de las preferencias y elecciones que, en última instancia dependen de las personas (Gutiérrez, Islas & Arribas, 2018).

Las características actuales de los medios de comunicación no pueden entenderse sin el contexto socio-histórico en la cual se desarrollan, y a nivel nacional, la coyuntura ha estado mediada por el Estallido Social y la actual pandemia SARS-CoV-2, ya que han afectado de manera transversal a toda la población, en mayor o menor medida según las condiciones materiales y culturales de los ciudadanos. Frente a la crisis social, política y sanitaria que vivió -y aún sigue viviendo- el país, el estudio de la sociedad a partir de los medios de comunicación, nos ofrece un nuevo lente en el cual la sociedad chilena desarrolla sus procesos comunicativos.

La apuesta del ecosistema comunicativo es pensar los fenómenos sociales desde la comunicación en la era digital. El entorno comunicativo es la naturaleza en la cual se desenvuelven las formas comunicativas, que están configuradas según las estructuras cognitivas, sociales, culturales y económicas en las cuales se desenvuelven las personas, por lo tanto, el objeto de estudio de esta investigación se analiza desde una perspectiva que se hace cargo del fenómeno en un contexto histórico determinado que dialoga con las ciencias sociales, las ciencias informativas y las tecnologías, tomando en cuenta entonces todos los factores que afectan el comportamiento de los jóvenes en su relación con los medios de comunicación -específicamente con la TV y las RRSS-.

## Marco Teórico

### *Sociedad de Redes*

En el transcurso de las últimas décadas el avance de las tecnologías de información y, principalmente, de la comunicación, han modificado la base material de la sociedad en un crecimiento exponencial y paralelo con dichas tecnologías (Castells, 2004), con un especial énfasis en la sistema capitalista ya que, con alrededor de los años, ha podido adaptarse a las nuevas condiciones de producción, institucionalidad y empleabilidad que surgen de nuevas relaciones entre el Estado, la economía y la sociedad. Para hablar de la ecología comunicativa, y en específico del ecosistema comunicativo de los jóvenes, primero debemos entender el espacio en el que las tecnologías se plasman en la complejidad de la estructura social.

A nivel macro, para Castells (2004) el modelo de interacción entre las tecnologías y la sociedad se desarrolla de manera paralela y complementaria a través del Estado, este órgano posee las facultades para dirigir el potencial tecnológico, ya sea para acelerarlo o detenerlo, y por medio de esta dirección organizar las fuerzas sociales y culturales presentes en aquel espacio y tiempo. La capacidad de innovación tecnológica de una sociedad es mediante las instituciones, y en última instancia, mediante el Estado, por lo que “el desarrollo de las fuerzas productivas marca las características de la tecnología y su entrelazamiento con las relaciones sociales” (p.483). Hacia finales del siglo XX el modelo capitalista de producción sufre una reestructuración en sus relaciones, la organización social transita a una interdependencia de las relaciones entre:

- 
- a. *Producción*: acción del ser humano hacia la apropiación de la materia la cual transforma en su beneficio mediante la obtención de un producto, su consumo y su acumulación. Organizado en las relaciones de clase.
  - b. *Experiencia*: acción del ser humano sobre sí mismo, determinada por la interacción de sus identidades biológicas y culturales y en relación con su entorno social y natural. Se estructura en torno a relaciones de sexo/género, históricamente dominada por los hombres.

- c. *Poder*: relación entre los seres humanos que, basados en su producción y experiencia, impone el deseo de algunos seres humanos por sobre otros mediante el uso potencial o real de la violencia física o simbólica. Se fundamenta en el Estado y su monopolio institucionalizado de la fuerza.
- 

El poder en la sociedad red es el poder de la comunicación, ya que es en el dónde se definen los valores e instituciones de una sociedad, pero no solo se ejerce mediante la coacción de la fuerza, sino también a través de la construcción del sentido que en primera instancia se instalan desde los discursos de las relaciones sociales.

El rol del Estado y su capacidad para actuar sobre las relaciones de poder dependen de las características de la estructura social en la que opera este, vale decir, su contexto histórico o formaciones espacio temporales. Desde finales del siglo XX estamos viviendo la reestructuración del modelo capitalista de desarrollo, que se caracteriza por la composición de “redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica” (Castells, 2013, p.51) las cuales permiten la infraestructura de la globalización tanto en su dimensión: económica, política y cultural, que se basa en redes corporativas y digitales que organizan a los países desde la nanotecnología y la convergencia de la microelectrónica con los procesos biológicos y materiales, por lo que trascienden las barreras del tiempo y el espacio, esto le da a la interacción social su carácter globalizado.

A este tipo específico de estructura social se le conoce como Sociedad Red, en donde se destaca que cualquier actividad humana está organizada mediante redes globales y nacionales; desde la economía, la educación, la tecnología, hasta el sistema de comunicación (Castells, 2013). La Sociedad Red global es una estructura dinámica dominada por las redes de información que operan simultáneamente en tiempo real a nivel general y específico en cada sociedad, para Castells (2013) independiente de la geometría de las redes globales que existen en cada nación (que varían según sus las relaciones entre producción, experiencia y poder) son las redes las que estructuran las prácticas y organizaciones sociales en cada sociedad local.

La discusión sobre el paradigma o un nuevo pensamiento en la sociología que abarque la perspectiva de las RRSS presente en estructuras sociales de las sociedades modernas contemporáneas configuran las nuevas interrogantes que surgen en la actual Sociedad Red.

Los cambios históricos y sociológicos anteriormente planteados hacen evidente que estamos viviendo la emergencia de un nuevo paradigma sociológico, en donde se hace necesario un nuevo lente socio-histórico para explicar el paso de los fenómenos sociales de la sociedad moderna, a nuevas manifestaciones sociales de las sociedades complejas contemporáneas (Carrión, 2011). Este nuevo paradigma ha ganado visibilidad por el reconocimiento de la presencia incuestionable de pequeños sistemas dinámicos, denominados redes sociales, que funcionan como nuevos aparatos reguladores de los conflictos, tensiones y acuerdos entre individuos y grupos minoritarios.

---

### *Cultura de la Respuesta*

Existe una dimensión cultural propia de la sociedad red, organizada principalmente en torno a un sistema integrado de comunicaciones electrónicas, dentro de la cuales se encuentra el internet. (Castells, 2001). Desde una nueva dimensión, las condiciones para generar pautas de comportamientos y valoraciones comienzan a ser moldeadas por estas sociedades dentro de los marcos del hipertexto electrónico, por lo que existe un componente de dualidad cultural de la sociedad red; entre la singularidad de cada cultura y la pluralidad de su lógica globalizada. Las disputas por las identidades culturales por lo tanto luchan en resistencia por la autonomía frente a la homogeneización cultural, esta es una característica particular de la sociedad red: “la contraposición de la lógica de la red global y la afirmación de la multiplicidad de identidades locales” (Castells, 2001, p.67). Frente a la multiplicidad de culturas y la resistencia de la identidad, el punto de encuentro es la comunicación, que actúa como una red abierta en donde se comparten las diferentes valoraciones y significados culturales que interactúan y se modifican en el intercambio comunicacional.

La superación de la unidireccionalidad del mensaje, el incalculable contenido que puede transmitirse y la flexibilidad para acceder a él en este nuevo sistema de comunicación ha permitido una nueva forma del intercambio simbólico, esto es, la autocomunicación de masas. La articulación de todas las formas de comunicación (previas y posteriores a la sociedad de red) en un hipertexto digital se mezclan y combinan en un amplio campo de posibilidades comunicacionales, en donde coexisten y se complementan de manera

interactiva y globalizada generando nuevas expresiones culturales producto de la interacción humana.

El uso de las nuevas formas comunicativas puede -y es- usado por distintas empresas asociadas al sector de los medios de información y comunicación, por ejemplo, en la publicidad; a través de la televisión instalan un producto que puede investigarse posteriormente por medio de internet, o la utilización de redes sociales para captar adherentes a nuevos productos. Así mismo, son las instituciones públicas las que tienen la responsabilidad de regular el servicio que la convergencia tecnológica en las comunicaciones puede servir a estos intereses empresariales. La responsabilidad de los límites de la privacidad, la información y el espacio de las comunicaciones al que tienen acceso las compañías por sobre sus consumidores recae en la acción Estatal, pero aun así, los usuarios y espectadores cada vez van cobrando mayor empoderamiento en el uso de las redes de comunicación, tanto para defender sus intereses y valores como para la expresión de descontento e indignación, siendo conscientes tanto de la fuerza de estas nuevas comunicaciones así como también de las instituciones que la regulan en un nivel político y cultural (Castells, 2013).

El conflicto social por lo tanto desborda los espacios físicos de la interacción, al ser la virtualidad un nuevo espacio para el intercambio comunicativo y cultural los conflictos sociales expresados en intereses y valoraciones continúan latentes en esta nueva estructura comunicativa de carácter digital.

---

### *Mass Media y Self Media*

Como se mencionaba al comienzo, la televisión desde fines del siglo XX y hasta ahora continúa siendo el principal medio de comunicación de masas (Castells, 2013). Desde la perspectiva del emisor, ha variado en los últimos años la oferta programática y la cantidad de canales, pero desde el punto de vista del receptor, ha pasado a considerarse un medio que combina difusión masiva con difusión personalizada.



Paralelamente, el internet y las plataformas de RRSS han ganado un primordial espacio dentro del uso de medios de comunicación para las personas; desde el trabajo hasta la alimentación pueden conseguirse a través del teléfono, y hasta simultáneamente. La variedad de fines con los que se puede utilizar el internet ha calado en el grueso de las acciones humanas, teniendo como primer objetivo la comunicación, Castells (2013) señala que el internet “se usa cada vez más para acceder a medios de comunicación (televisión, radio, periódicos) así como a cualquier forma de producto informativo o cultural digitalizado)” (p.100). Es por esta razón que el medio de la TV ya no puede ser el mismo, porque las herramientas de su difusión ya no lo son; la comunicación de masas en el sentido tradicional se ha permeado desde la comunicación virtual, tanto en términos de su producción como de su consumo.

Los espacios interactivos de conexión digital son producto de la autocomunicación de masas, que considera el desarrollo de tecnologías, los dispositivos y las aplicaciones que sustentan la creación de espacios sociales en internet gracias a herramientas tecnológicas como la ampliación inalámbrica, el mejoramiento de la interfaz, entre otros. Gracias a esto “el poder de procesamiento de información y comunicación de internet llega a todos los ámbitos de la vida social como llega la red eléctrica y la energía en las sociedades industriales”. (Castells, 2013, p.101). Esta nueva extensión de la vida social se organiza de manera similar al de los espacios físicos, pero de forma virtual; hay una variedad de productos y recursos en los cuales los usuarios pueden desenvolverse dentro de internet, y dado la instantaneidad del momento y la facilidad del acceso que tenemos a ella la red de comunicación electrónica actualmente ya está interiorizada en nuestra sociedad. Sea lo que queramos buscar lo encontraremos, la infinidad de contenidos es el claro ejemplo de que el medio digital es parte de nuestro desarrollo.

Dos características que resalta Muñoz (2010) sobre estos Nuevos Medios es que, por una parte, existe multicanalidad: es decir, distintos modos en el cual se establece la comunicación, lo cual permite al usuario elegir el canal de comunicación que le resulte más eficiente; y por otro la interactividad; la capacidad del medio para crear una situación de intercambio con sus usuarios, le confiere el poder de intervenir u originar una modificación en el proceso de recepción del mensaje. Es gracias a este último atributo que los espectadores pueden

combinar los recursos que tienen a su disposición para mejorar la función informativa que deseen.

Volviendo a la televisión, la complementariedad del internet a este medio da lugar a una nueva realidad mediática, en donde el éxito de sus emisiones se ve reflejado según su capacidad para conectar con otras redes tecnológicas (Castells, 2013) y esto está directamente relacionado con los usuarios. La interpretación de los distintos mensajes que llegan de los múltiples canales de comunicación por parte del usuario (audiencia) es en esencia interactivo, ya que “se ofrece ... (a este) una experiencia más personalizada, inmersiva y sustentada en una combinación híbrida de contenidos (formatos, géneros y canales), (...) una cierta reciprocidad en el intercambio comunicativo (abundantes estrategias participativas)” (Muñoz, 2010, p.10).

La optimización de la comunicación interactiva va de la mano con la experiencia en la usabilidad de estos recursos, ya que la interactividad mientras más mejora sus condiciones en la transversalidad para el acceso de los contenidos y servicios, más profundamente puede llegar a grupos sociales que no manejan las competencias digitales o mediáticas que otros grupos pueden tener. La participación de los -tradicionalmente- espectadores en los contenidos televisivos emitidos los convierte en un agente activo que interviene directamente en la producción de los mismos, en el momento en que acepta el mensaje y emite uno nuevo entra en la dinamización de los contenidos, incidiendo en el flujo de circulación mediática y expandiendo la dimensión comunicativa hacia sus pares, promoviendo la creación de comunidades que comparten prácticas comunicativas dentro del mismo segmento de espectadores (Muñoz, 2010).

Tradicionalmente se conoce a la Televisión como un tipo de Medio Masivo de Comunicación (MMC), esto quiere decir, es un medio que se dirige a un abundante número de consumidores, que posee un mensaje uniforme y se adapta a la amplia audiencia en términos mediáticos y culturales (Zhang, 2021), formando parte del sistema de comunicación de masas junto con la radio y el diario. Si pensamos al hombre y la mujer como consumidores de mensajes, es evidente que su capacidad receptiva es limitada, entonces, con la globalización, la introducción de internet y la multicanalidad de los nuevos medios “los sistemas de comunicación comienzan una transformación evolucionando del sistema de masas a lo que

se denomina self media” (Zhang, 2021, p.8). Para este autor, que parte de la premisa planteada por Castells sobre la Sociedad Red (2013), los sistemas Self Media o enunciados anteriormente como Nuevos Medios, caracterizados por ser medios de autocomunicación de masas, permiten el acceso a una gran variedad de contenidos compartidos dentro de la red de internet, en donde las Redes Sociales (RRSS) se han desarrollado como principal configuración de estas nuevas prácticas comunicativas.

---

### *Ecología de la comunicación*

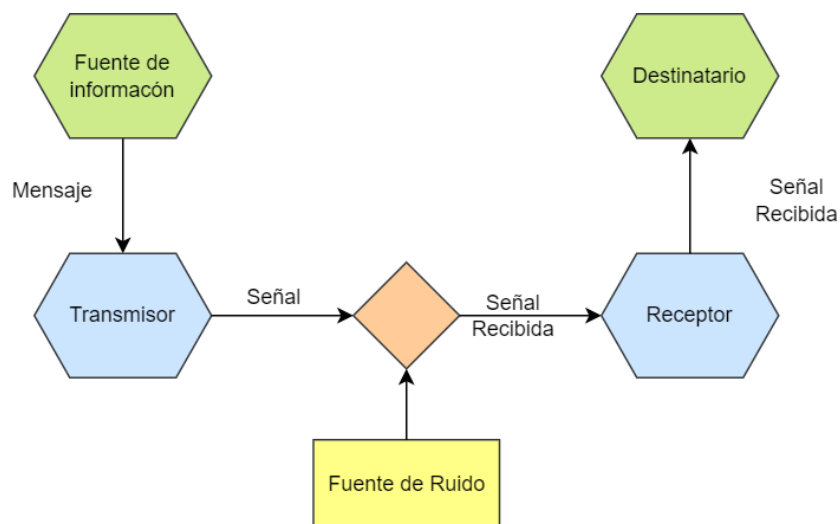
Desde su concepción etimológica, definida por las palabras griegas oikos ‘casa’ y lógos ‘tratado’, ecología es el sentido de ‘estudio del lugar donde vive o se halla algo’. A nivel científico la ecología es un campo de estudio dentro del área de la biología, que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con todo lo que se encuentra en el lugar donde viven, su entorno (IEB Chile, 2022). En las ciencias de la comunicación, la palabra ecología se emplea para conceptualizar las “distintas relaciones e interacciones que existen entre las diferentes especies de actividades de comunicación dentro de un sistema social disperso en un territorio” (Costa, 2011, p.20). La posibilidad de ver los procesos comunicativos de esta manera orgánica y biologicista es poder comprender estos fenómenos comunicativos más allá de su función materialista, asumiéndola como un ecosistema que está compuesto por el cruce de diferentes formas de naturaleza técnica y cultura en las que se conforman los aspectos del proceso comunicativo reconociendo su dinámica cambiante producto de las relaciones entre los sujetos, los medios y las tecnologías.

El concepto de ecología de la comunicación supera la concepción antropocentrista que se suponía anteriormente en los estudios de la comunicación; el modelo clásico centraba su análisis en la dinámica emisor-canal-mensaje-receptor, de carácter unidireccional que coloca a los seres humanos como origen y meta última en el proceso comunicativo (Figura 3) (Giraldo & Maya, 2016). Dentro de la lógica Mass Media el modelo de los años 60’s y 70’s caracterizado justamente por una difusión unilateral y masiva de los mensajes a través de los medios tiene un esquema lineal del proceso comunicativo, dejando de lado el resto de los

factores que afectan la relación entre el medio y su receptor: la relación entre receptores, el contenido de los mensajes, el sentido de la información, entre otros.

### Figura 3

Modelo Clásico de Comunicación; sistema general de comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de Shannon (1949)

El modelo ecológico de la comunicación en cambio, que es tomado tanto por la sociología como la psicología social, reconoce la reciprocidad entre el entorno de la comunicación y quienes se comunican en él; lo que abarca “desde las relaciones entre los medios y su economía hasta las transformaciones perceptivas y cognitivas que sufren los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación” (Scolari, 2015, p.17-18). Plantea, por tanto, la reflexión en torno a los nudos que existen entre la complejidad de las interacciones, situadas en la complejidad de las formas de comunicación, las relaciones humanas y la era de comunicaciones mediadas por máquinas inteligentes.

La ecología comunicativa entonces promueve el estudio de los ambientes mediáticos además de “explorar las consecuencias culturales de la transformación tecnológica en el tiempo: cómo cambian y nos cambian los medios, herramientas, instrumentos, artefactos o tecnologías que se encuentran a nuestra disposición” (Gutiérrez et. al, 2018, p.12). La

importancia de explorar estos ambientes desde la perspectiva de los sujetos es que son ellos quienes a través de sus elecciones y percepciones cooperan en la evolución de los medios, y su evolución recae en las condiciones de adaptabilidad que benefician a un sujeto o sociedad determinada. La resistencia de la TV en los ambientes mediáticos actuales nos habla de una ecología compleja, dinámica y a la vez digital que ha sido capaz de contener formas tradicionales y modernas de la interacción social, que es esencialmente interactiva.

Como propuesta teórica, el estudio de la ecología de los medios pretende “describir objetivamente el ambiente o entorno comunicativo de la actualidad [...] el que se enmarca en el efecto que estos tienen en los sujetos que los usan” (Giraldo & Maya, 2016, p.750). Enfocar la investigación en los efectos sociales que los medios contemporáneos tienen, nos permite reinterpretar las realidades que estos medios enuncian, el impacto que tienen en los sujetos y la disputa por el espacio en el campo de la comunicación. Debido al aumento progresivo de los medios y tecnologías, existe una saturación de información producto de la diversificación de estos canales comunicativos, lo que fuerza a los sujetos a privilegiar medios por sobre otros y también la competencia entre estos medios por influir en el espacio significativo de las personas (Costa, 2011).

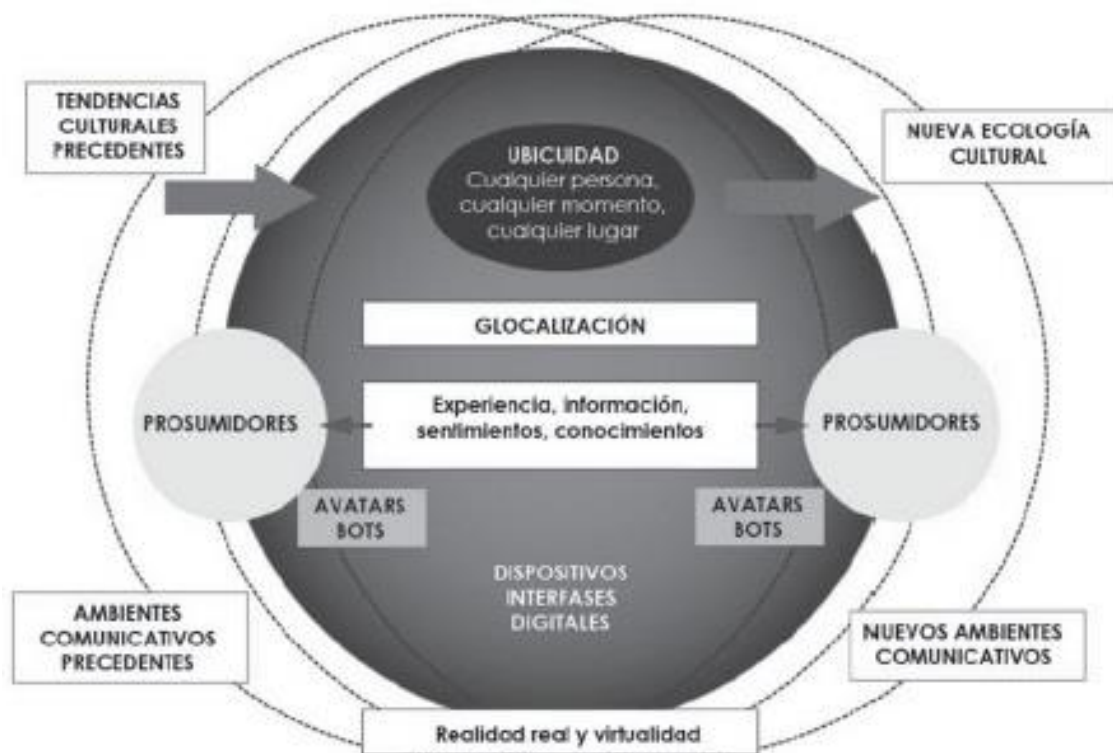
Los distintos modos de comunicación, como son los Self Media y MMC que conviven simultáneamente dentro de los ecosistemas comunicativos – que, en su conjunto conforman la ecología comunicativa – reconfiguran las pautas culturales de millones de personas en las sociedades contemporáneas (Gutiérrez et. al, 2018), es entonces necesario pensar el fenómeno de la comunicación desde una perspectiva crítica de análisis que se sitúe en el contexto histórico moderno; que dialogue con las ciencias humanas y de la información; con sus tecnologías y sus participantes, dentro del tránsito constante de los avances tecnológicos (Giraldo & Maya, 2016). Tal como el modelo comunicativo tradicional-masivo de comunicación, desde la ecología comunicativa se proponen distintos modelos para conceptualizar aspectos del sistema que permiten el análisis esquemático de los entornos humanos vinculados al proceso social de la comunicación y su relación con la tecnología. Giraldo & Maya (2016) mencionan tres modelos principales, de distintos autores, que “permiten hacer reinterpretaciones y trazar líneas de pensamiento acerca de la ecología de la comunicación, teniendo como eje central la relación entre el avance técnico, la individuación

de las audiencias y [...] la democratización del acceso a la información” (p.749). Se mencionarán estos modelos de interpretación conceptual de manera general para exhibir las principales diferencias:

1. “Modelo de comunicación digital para ambientes locales”: (Figura 4) creado por Octavio Isla, sostiene principalmente que estamos ante una ecología de la cultura debido a la posibilidad del consumo de medios en cualquier espacio geográfico. La glocalización responde al consumo de estos en un espacio real determinado y la interpretación de la realidad se exhibe en la medida que los medios influyen en las mentes y comportamientos de los sujetos. Estos constantemente están produciendo y consumiendo contenidos informativos simultáneamente, esto genera nuevos espacios y entornos culturales, siendo el concepto de “ubicuidad” similar al de ecosistema.

**Figura 4**

“Modelo de comunicación digital para ambientes Glociales”

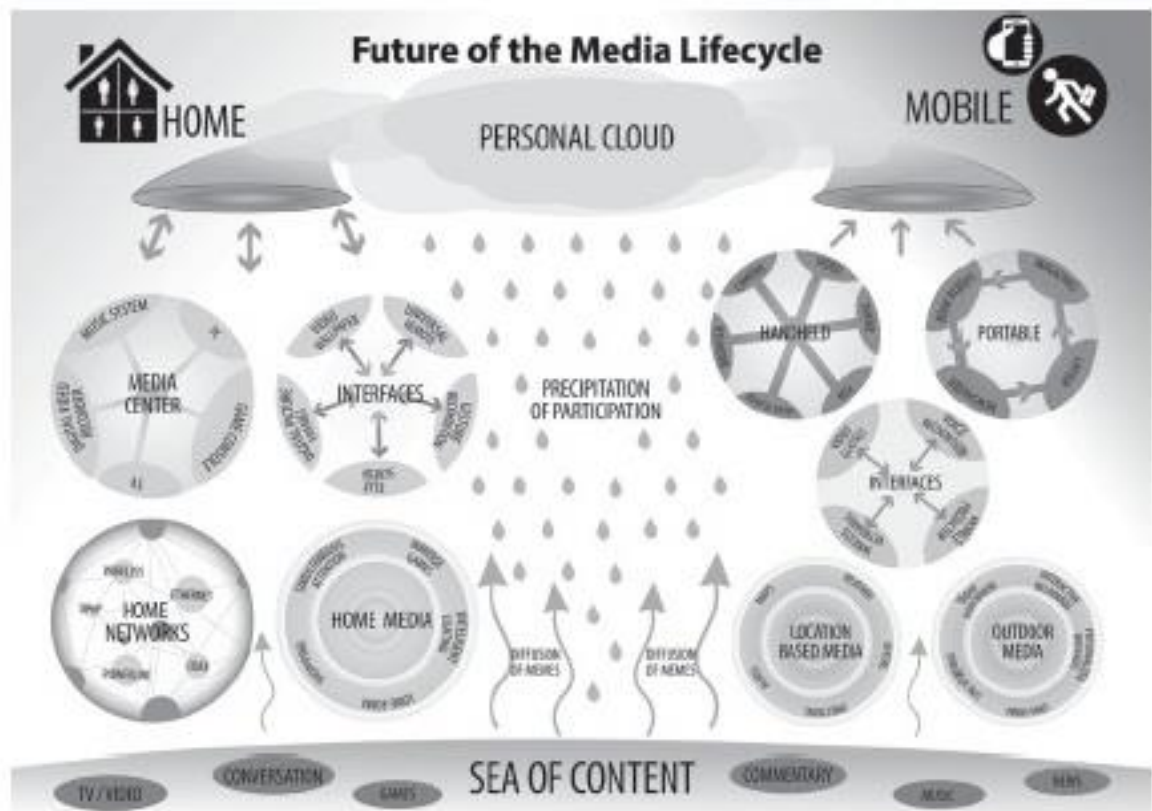


Fuente: Giraldo & Maya (2016).

2. “Modelo efecto invernadero y ciclo de vida de los medios”: (Figura 5) creado por Ross Dawson, tal como su nombre lo indica; la metáfora del efecto invernadero - producido por el calentamiento global- está relacionada con la penetración que los rayos del sol actúan para entrar a la atmosfera no logra ser en su totalidad para generar un clima ideal, por lo tanto, se genera una saturación de los rayos que produce el efecto invernadero y afecta al resto de ecosistema. En este caso los rayos serían las múltiples formas de información en la Sociedad Red, que causa una excesiva exposición de los sujetos a la información, por lo que termina saturando hasta el punto de no seguir absorbiendo –o atravesando la atmósfera-, transformando los estereotipos sociales e influyendo en la toma de decisión de las personas.

**Figura 5**

“Modelo de efecto invernadero y ciclo de vida de los medios”

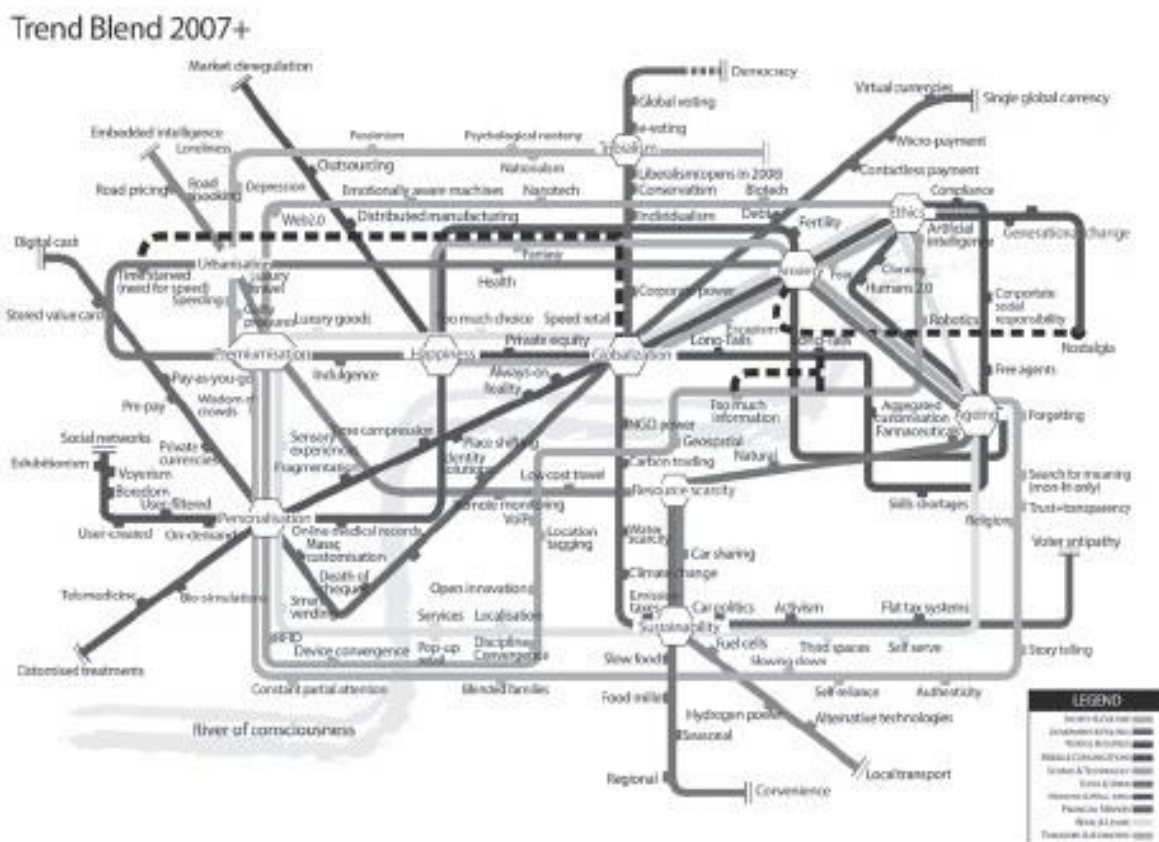


Fuente: Giraldo & Maya (2016).

3. “Modelo Los medios y la comunicación en la Sociedad Red”: (Figura 6) también creado por Ross Dawson, esta ecología tiene como metáfora un mapa de sistema de transporte masivo (como lo sería el metro) en donde *ubica la variable comunicativa como parte de un entramado que conecta otras dimensiones de la vida social que tiene como epicentro la globalización* (p.762), siendo la felicidad y la ansiedad puntos importantes de encuentros cercanos al epicentro -la globalización- ya que son las dos variables que son necesarias para establecer un equilibrio de los seres humanos que exige la globalización.

**Figura 6**

“Modelo Los medios y la comunicación en la Sociedad Red”



Fuente: Giraldo & Maya (2016)



## Marco Metodológico

### *Tipo de Investigación*

Cómo se desarrolla anteriormente, el propósito de esta investigación es explorar el ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la pandemia del COVID-19, específicamente en su relación con las RRSS y TV, por lo tanto el uso de recursos digitales de interacción como son las RRSS así como la televisión en esta emergencia sanitaria puede tener distintas motivaciones, que responden a las valoraciones y significaciones personales que se enmarcan dentro del espacio cultural a través de la organización de las redes y la comunicación (Castells, 2013).

Para lograr de manera exhaustiva esta comprensión de la complejidad social en los que se enmarcan las valoraciones, usos y expectativas dentro del ecosistema comunicativo que los espectadores poseen tanto con la televisión como con las RRSS, se hace necesario la interpretación de este fenómeno en términos de los sentidos que los sujetos les otorgan. El uso del paradigma metodológico cualitativo se justifica en la comprensión de las subjetividades que emiten los sujetos respecto a los juicios de valor y significaciones que las RRSS y la TV pueden tener para cada uno, ya que la principal finalidad de la aplicación de la investigación cualitativa es enaltecer el aspecto humano de la realidad social que sería el objeto del estudio (Arteaga, 2012). La comprensión en los análisis de los resultados emerge desde un paradigma hermenéutico o interpretativo (Forni & Grande, 2020), el cual pretende llevar una comprensión de los fenómenos sociales teniendo en cuenta la perspectiva de los sujetos involucrados, por lo tanto a diferencia del método cuantitativo, el método cualitativo adopta un enfoque más holístico que “permita comprender e interpretar la realidad, los significados, las percepciones y experiencias de las personas ante una situación determinada” (De Camacho, 2016, p.103), por lo que no se pueden llegar a estos hallazgos a través de procedimientos estadísticos o cuantificables.

El método cualitativo también se le conoce como conceptual-inductivo, ya que, el punto de partida comienza con las observaciones del fenómeno a través del cual van emergiendo datos que, tras un proceso analítico dan paso a la construcción de conceptos propios del fenómeno que es objeto de estudio (Arteaga, 2012). El paradigma cualitativo se caracteriza por ser

metódico, sistemático e interpretativo (Bonilla & López, 2016), por esta razón se requiere; tener distancia analítica del fenómeno para asegurar objetividad, tener agudeza en la observación e interpretación del fenómeno y “firme destreza de interacción social” (Arteaga, 2012, p.66) para poder acceder a las representaciones interpretativas de la realidad social dentro del contexto en el cual están los sujetos, que son el objeto del estudio. El alcance de este estudio es de carácter descriptivo, ya que tiene como fin explorar el ecosistema comunicativo de un grupo en específico, en este caso los jóvenes, por lo que se describirán las características de este entorno a partir de la reflexión entre los efectos que tienen los sujetos en su relación con la TV y las RRSS; en un momento determinado del tiempo: la actual/pasada pandemia de COVID-19, por lo tanto, el contexto histórico está enmarcado dentro de los años 2020, 2021 y 2022 en Chile.

### *Muestra*

El diseño de la muestra corresponde a un muestreo por conveniencia – que es de carácter no probabilístico- que fue obtenida a través de la difusión de un afiche invitando a participar de los Focus Group para la investigación (Anexo II) en las RRSS personales, específicamente Instagram y Facebook. Los primeros criterios de inclusión hacen relación a la edad de los participantes -que debe encontrarse entre los 18 y 24 años- y que sean pertenecientes a alguna de las comunas de la ciudad de Santiago de Chile. Posteriormente se seleccionarán personas que cumplan con los siguientes criterios:

- A. Género: criterio de homogeneidad de la muestra, control variable género (Femenino/Masculino<sup>1</sup>)
- B. Nivel socioeconómico: criterio de homogeneidad de la muestra, control variable socioeconómica.

Para llegar a precisar de estos datos se aplicará una tabla que se incluye dentro del documento de consentimiento informado (Anexo II) a cada participante para que llenen información personal relacionada con la segmentación de las 7 categorías existentes para distinguir los

---

<sup>1</sup> Las personas de género no binario no estaban excluidas de esta investigación, y se les daba la opción de poder participar en cualquier grupo que les acomodara de mejor forma con el compromiso de visibilizar su género dentro de la investigación. Una persona no binaria participó en un grupo de discusión de mujeres.

Grupos Socioeconómicos clasificados según el índice socioeconómico producido por la Asociación de Investigadores de Mercado (2019), donde tomamos los grupos C3, C2, C1b y C1a ya que un 52% de la población chilena pertenece a ellos, siendo el mayor grupo predominante en Chile. Se empleará un muestreo por cuotas que será llenado según estos criterios.

### *Técnicas de recolección de datos*

Las técnicas que se emplearán para la recolección de información fueron los grupos focales (Focus Group), la cual corresponde a una fuente de información primaria que consiste en una mezcla de diversas técnicas de investigación social, como la entrevista guiada y el sondeo de opinión con el objetivo de obtener una recolección dinámica de datos cualitativos, mediante la observación y registro de las intervenciones de los individuos y de las interacciones del grupo (Lorenzo, 2014). Para Gutiérrez (2008) el focus group “utiliza la cooperación de los participantes para llevar a cabo una tarea en la que se exige de partida un trasfondo de consenso discursivo” (p.18), lo que va de la mano con los objetivos de esta investigación ya que se pretende acceder a conocimientos, actitudes, sentimientos, creencias y experiencias compartidas, junto con esto, Amigo, Bravo & Osorio (2016) plantean que la instancia de conversación grupal permite una “situación interactiva que da la posibilidad de observar cómo las personas negocian significaciones, reconstruyen sentidos comunes y razonan colectivamente sobre lo que hacen y no hacen” (p.124), lo que igualmente es de especial interés para los fines de esta investigación, ya que se analizan a los jóvenes de manera micro grupal para ser situada de manera artificial en la investigación para situaciones macrosociales (Herrera, 2017).

La aplicación de estos grupos focales se realizó de manera virtual a través de la plataforma Zoom, tuvieron una duración de 1 hora aproximadamente y estuvieron conformados por grupos de cuatro personas cada uno, por lo tanto, la organización fue:

### **Tabla 1**

Tabla de organización participantes Focus Group según criterios muestrales

Género/NSE	C1a / C1b	C2/ C3	Total
Mujeres	Grupo 1	Grupo 3	8 personas
Hombres	Grupo 2	Grupo 4	8 personas
			16 personas

Fuente: elaboración propia

Se propusieron 15 preguntas que corresponden a los objetivos específicos de esta investigación, los cuales fueron operacionalizados (Anexo I) según las dimensiones que cada uno abarca en las preguntas que se aplicarán a cada grupo:

**Tabla 2**

Operacionalización de objetivos específicos

Objetivo Específico	Dimensión
Conocer los medios de comunicación que los jóvenes en Chile utilizan y las motivaciones en su uso actual y en contexto de pandemia	Consumo
	Motivacional
Identificar la valoración que los jóvenes en Chile tienen hacia la TV y las RRSS	Valórica
Describir la relación entre el consumo de TV y RRSS que tienen los jóvenes en Chile a través de los contenidos que dichos medios transmiten	Uso
	Perceptiva
Contrastar las expectativas que se tienen como grupo etario de la TV, debido al carácter tradicional del medio, con las RRSS	Significativa

Fuente: elaboración propia.

## *Herramientas de Análisis*

El uso de Teoría Fundamentada será la técnica que analizará los resultados de este estudio cualitativo. Esta herramienta de análisis se justifica en la importancia que se le confiere al contexto en el cual las experiencias se desenvuelven dentro del espacio, por lo tanto, intenta obtener una comprensión del fenómeno social en su cabalidad y de manera competente (De Camacho, 2016). Igualmente, la severidad científica que este diseño posee en el área de la investigación cualitativa producto su esquemático desarrollo - que consta con una serie de pasos y mecanismos de análisis de la información- así como su diversidad de aplicación, le confiere un amplio éxito y validación en distintas disciplinas que pretenden comprender el contexto social (Flores & Naranjo, 2014) a partir de los hallazgos y su posterior construcción teórica de la realidad.

Tal como se menciona en el párrafo anterior, este método de investigación cualitativa consta de un conjunto de procedimientos y técnicas para la recolección y análisis de los datos que permiten al investigador acercarse al sentido de la investigación desde la comprensión de la experiencia subjetiva (Strauss & Corbin, 2016) por lo que se es prescindible de construcciones teóricas previas, sino más bien éstas emergen desde la conceptualización del microanálisis de los datos y su interpretación.

Como se quiere conocer el ecosistema comunicacional de los jóvenes en Chile en contexto de pandemia, no podemos asumir cierta tesis o teoría previa, sino que comenzamos por recabar la mayor cantidad de información sobre el área de estudio, para luego dar paso a que emerja la teoría a partir de los datos (Strauss & Corbin, 2016). Para Flores & Naranjo (2014) esta metodología de generación de teoría junto con las herramientas de producción de información se vuelve más relevante y complejo para el investigador, debido al aporte exhaustivo de conocimientos a una realidad específica.

La principal recomendación del uso de este diseño metodológico es para comprender fenómenos desconocidos – a niveles investigativos - (Strauss & Corbin, 2016) (Flores & Naranjo, 2014), la aplicación de este diseño para la investigación se justifica en que existe poca experiencia bibliográfica debido a la contemporaneidad del objeto de estudio y el contexto global. Por otra parte, Sandoval en De Camacho (2016) recomienda emplear este

diseño para “explorar procesos de transición y cambio como puede ser la experiencia subjetiva tras el impacto de situaciones de origen social, salud y educación” (p.103); por lo tanto, también se justifica en que se busca explorar la experiencia subjetiva de los jóvenes producto de la impresión de la pandemia COVID-19 en el país en su relación con los medios de comunicación como lo es la TV y las RRSS, lo que implicó una disrupción de la coyuntura social chilena, tanto en términos de salud pública como en términos sociales.

El uso del software ATLAS.ti se utilizó para la aplicación del análisis cualitativo basado en la Teoría Fundamentada, la cual permitió una codificación y categorización de los datos recolectados más esquematizada de las transcripciones realizadas en cada focus group.

## Análisis

Para facilitar el análisis, se analizan los resultados de la investigación según los objetivos planteados, de tal manera para ordenar de manera sistemática la aplicación de la herramienta de análisis, que es la teoría fundamentada por medio del uso del software atlas ti. Se generaron siete redes a partir de la codificación axial, la cual contiene diferentes tópicos que se relacionan dentro de una temática, las cuales fueron:

- 1) **Juventudes y generaciones:** (Anexo V) en esta red los sujetos comparten las nociones que los sitúan como generación en el contexto actual de los medios de comunicación; las diferencias en el uso de las tecnologías con el resto de las generaciones -mayores y menores- y en las significaciones sobre los medios, en especial sobre la TV. Se comparten experiencias en las costumbres y los roces intergeneracionales debido a la credibilidad de la tv. El tópico de credibilidad está presente en esta red como en otras, ya que está vinculada de distintas formas a los resultados de esta investigación expresado por los jóvenes en los Focus Group.
  
- 2) **Noticias y Fake News:** (Anexo VI) esta red surge desde la necesidad de poder entender por qué la temática de noticias y Fake News surge en los grupos de discusión, ya que no estaba dentro de los objetivos ni en la pauta de preguntas, pero sí fue un tema importante que surgió en el transcurso de la conversación. Los tópicos que surgen van desde las características de las noticias en Chile, los medios por los cuales los jóvenes se informan, el fenómeno de las fake news y la discusión por la emergencia de una Ley de Medios.
  
- 3) **Pandemia:** (Anexo VII) partiendo desde el consumo de TV y pantallas en contexto de pandemia, surge por una parte los efectos que el confinamiento y la emergencia sanitaria produjeron como colectivo a nivel social y psicológico, el cual se ve vislumbra de manera explícita en la credibilidad de la TV y el resguardo de las pantallas para resistir el exceso de información y fatalismo referente al COVID-19.

- 4) **Plataformas y RRSS:** (Anexo VIII) esta red es una de las principales para los objetivos de esta investigación, ya que; expone el uso que los jóvenes le confieren a las RRSS -en comunicación, información, entretenimiento- así como las plataformas de Streaming -que se dio cuenta están bastante vinculadas-, también se encuentran las características de estas RRSS – con sus altos y bajos desde la perspectiva de este grupo etario-, y por último la relación que ellos creen tienen las RRSS con la TV, muchas veces hasta contradictoria.
  
- 5) **Sentimientos y valoraciones:** (Anexo IX) desde la perspectiva de los sujetos, en esta red se profundizan las valoraciones y sentimientos, donde se encuentra principalmente negativismo respecto de lo que representa la TV, también existe una esencia de esperanza al querer que la TV mejor, debido a lo que esta significa en la sociedad chilena, más no tiene un tinte personal, sino que externo a ellos.
  
- 6) **TV chilena:** (Anexo X) la razón de la creación de esta red es conocer sobre la TV chilena desde la perspectiva de este grupo; desde cómo consumen este medio, surge la crítica y desconfianza a la línea editorial y la influencia política que los canales en Chile tienen. Esto va de la mano con los sesgos que la tv representa en los contenidos que transmite, como el machismo o el clasismo. Igualmente se profundizan en las expectativas que los jóvenes tienen respecto a la TV, cómo les gustaría que fuera y las razones que hacen que esperen algo diferente a lo que actualmente se transmite.
  
- 7) **TV y género:** (Anexo XI) esta fue la última red que surgió en el proceso de codificación axial, surge de la emergencia de visibilizar las diferencias que las mujeres y personas no binarias comentaron en los grupos de discusión, respecto a los hombres. Se puede encontrar una crítica expresa a la TV debido al sexismo que tradicionalmente la ha caracterizado, produciendo una presión social especial a este grupo debido a la violencia y discriminación en función de su género.



*Conocer los medios de comunicación que los jóvenes en Chile utilizan y las motivaciones en su uso actual y en contexto de pandemia*

Para comenzar a explorar el ecosistema comunicativo, debemos partir por conocer cuáles son los medios presentes en el entorno de los jóvenes. Podemos encontrar dos principales medios: la TV y las RRSS.

Comenzando con las RRSS, existen tres principales motivos en su uso; la primera es su uso para la entretención, principalmente a través de las plataformas de Streaming, las cuales transmiten contenido multimedia gracias a la transmisión en directo o retransmisión de vídeos, películas, música, etc. Ejemplos de estas plataformas mencionadas en los grupos de discusión son: Netflix, Amazon, Spotify, Disney Plus y HBOMAX. La característica compartida de estas plataformas es que son de fácil acceso, ya que pueden encontrarse en el celular, el computador o la televisión. Lo especial en la multiplicidad de acceso que tienen estas plataformas es que justamente están mutando la funcionalidad que los aparatos electrónicos tenían tradicionalmente, en el caso de la TV, el uso de la “caja” ahora posee la tecnología suficiente para conectarse a internet y acceder a dichas plataformas, lo que se conoce como Smart TV. Volviendo a las RRSS, también existen aplicaciones aparte de las plataformas de streaming que se usan para entretención, que son TikTok e Instagram. Estas aplicaciones aparecen con una doble motivación: se usan tanto para entretenimiento como para información. En el caso de Tiktok, hay sujetos que exclusivamente lo usan para entretenerse, mientras que otros además de esto reconocen que también reciben información:

*“Tiktok definitivamente para entretenerme, es un vicio” V.*

*“Ahora uno se puede informar por TikTok” D.*

Respecto a Instagram, es una de las RRSS favoritas de los sujetos, ya que fue la única que todos mencionaron usar, y aparece como la más versátil de todas las RRSS usadas, debido a que sirve para la entretención, comunicación e información. Pasamos entonces al uso de las RRSS para comunicarse, en ellas están: BeReal, una nueva red que ha ganado adeptos dentro de los participantes de los grupos de discusión la cual consiste en publicar una foto en ambas caras del teléfono (delantera y frontal) en un momento determinado del día que la aplicación

elige, por lo que envía una notificación y en el plazo de dos minutos tienes que subir la fotografía, lo que te permite a la vez ver las fotografías del resto de tus contactos y reaccionar a ellas, intentando capturar el momento cotidiano de una forma “natural” e instantánea. Pese a tener un diseño espontáneo e innovador, genera cierta ansiedad en quienes lo utilizan debido a que debes estar pendiente de la notificación cronometrada del día para dejar de hacer lo que estás haciendo y tomar una foto. Algo parecido sucede con Instagram debido a la presencial universal de pares y conocidos en la red:

*“[con Instagram] tengo una relación muy de que me da ansiedad, como que empezaban a hablar de temas, de cosas que han hecho, lugares que han visitado y yo no cachaba mucho y era porque se los veía mediante historias y yo quedaba como “no tengo cómo saber”, entonces para eso lo ocupo, para saber en qué están mis amigos”*. C

WhatsApp, que está naturalizado como el canal instantáneo de comunicación en la que los sujetos principalmente se conectan durante todo el día con los grupos en a los que pertenecen -familias y amigos principalmente- valorando la facilidad en el acceso de esta y la transversalidad en su uso. Facebook, que pese a ser una red “antigua” sigue estando presente en el entorno virtual de los sujetos, aunque ya no con la frecuencia que antes tenía, la mayoría comenta que dejó de usarlo con la misma periodicidad de antes – pasando de un uso diario a cada dos semanas por ejemplo - y algunas personas definitivamente dejaron de usarlo.

El caso de Facebook e Instagram es particular ya que, pese a que como RRSS intrínsecamente sirven para comunicarse con el resto de las personas de la comunidad – y que de hecho fue el objetivo por el que Mark Zuckerberg creó Facebook en primera instancia, retratado en la película La Red Social – los jóvenes tienen internalizadas estas redes para también obtener información. Hemos hablado de que Instagram es la única red presente en la totalidad de los sujetos que participaron en estos grupos de discusión, y es en el objetivo de informar donde se encuentran distintas maneras de consumirla: por una parte, hay una cantidad de sujetos que ven a Instagram como el principal medio por el cual se informan, pero también hay quienes no necesariamente lo buscan:

*“Yo casi puro Instagram la verdad [para informarse], como que sigo a páginas distintas de noticias dentro de todas las cosas que sigo y con eso me informo”* G.

*“Yo creo que el consumo por mi parte [de Instagram], y creo también que el de la mayoría de los jóvenes en mi opinión es el de ver memes, y la noticia vuelve a ser secundaria en esa plataforma” A.*

A estas RRSS que se usan para información también se suman Twitter y Reddit, que son mencionadas únicamente como medio de información para algunos sujetos -la minoría de los entrevistados- se mencionan como una manera “alternativa” de información. Respecto al consumo de TV, en circunstancias normales -no en contexto de pandemia- el grueso de los jóvenes confirman que el consumo de TV fue disminuyendo sostenidamente con el tiempo, pasando de realizar distintas actividades a solo consumirla por “inercia” principalmente debido a rutinas familiares como a la hora de once, por la presencia del aparato dentro del hogar:

*“Cuando era más chico, estaba todo el día jugando play, pasaba todo el día pegado a la tele. Y ahora como que paulatinamente me he dado cuenta de que todas las cosas que consumo no las veo en la tele. [...] Me cambié a consumir las cosas por streaming del computador, y el consumo de tele se ha reducido a el fútbol, noticias, que uno la ve en la once porque la ponen en la casa, se ve.” D.*

Algunos entrevistados le atribuyen este tipo de consumo como “circunstancial” o indirecto, ya que no buscan personalmente poner la TV, pero no se niegan a verla cuando está prendida o presente en otros espacios compartidos. Sin embargo, la mayoría indica que en relación a las RRSS y las plataformas mencionadas anteriormente, el consumo de TV es ampliamente menor al de estos medios.

Durante la pandemia del COVID-19 en nuestro país, el consumo de estos medios se vio interrumpido producto del confinamiento, casi el total de los sujetos reconocen un aumento en el consumo de TV y RRSS, así como también un cambio en la programación que previamente tenían en cada uno. Respecto a la TV, el aumento del consumo comienza con el inicio de la pandemia debido a la información entregada por los canales sobre el desconocido virus SARS-CoV-2 y el impacto global que estaba generando, así como el seguimiento de casos en Chile y las medidas preventivas de seguridad. El efecto del confinamiento significa una restricción con el exterior, por lo tanto, la urgencia de saber qué estaba pasando más allá de las puertas del hogar se averiguaba en la TV. La búsqueda de información sobre la

pandemia traspasa los segmentos tradicionales en los cuales se emitía información, estando presente durante casi todo el día en el resto de los programas habituales. Algunos jóvenes indican que comienzan a consumir matinales como parte de los programas que comenzaron a entregar información del contexto noticioso global, siendo añadido también como parte rutinaria de su vida durante la pandemia. En la medida que el tiempo sigue avanzando existe para algunos un “peak” en el exceso de información -que estaba presente todo el día en todos los programas de todos los canales nacionales- lo que provoca una disminución visible en el consumo de TV, específicamente en estos canales. Se produce entonces una saturación en el consumo de TV que se traduce en que; una parte de los entrevistados restringe su consumo a uno “esencial”, mientras que la otra se resguarda con las RRSS y plataformas de la TV. Estas estuvieron siempre presentes a lo largo de la pandemia, aumentando su consumo por las mismas razones que la TV -el confinamiento- para luego aumentar aún más debido a la libertad de contenido que podían ofrecer -en especial contenido distinto a la situación coyuntural-, a diferencia de la TV.

Este “peak” de información afecta de manera transversal a la generación debido al contexto adverso que la pandemia significaba: incertidumbre del comportamiento del virus, preocupación por familiares y personas queridas, las consecuencias en el resto del mundo, entre otras. Para varios entrevistados la pandemia significó una crisis colectiva, la cual se traduce en sentimientos de ansiedad, estrés y agobio; por lo que cualquier información relacionada a ella perpetuaba estos efectos a nivel personal y también dentro del círculo familiar. Es cómo se explica entonces por qué la mayoría dejó de consumir TV:

*“Yo siento que antes veía mucha tele [en pandemia] y... es que era demasiada muerte, demasiada... eso yo creo que era lo más brígido. Entonces como que ya estábamos chatos de ver tele en la casa, y también preferíamos canales de películas” Ge.*

*“En pandemia por lo menos yo traté de ser mesurado con el consumo [de TV] porque también me generaba un poco de ansiedad y en mi familia también la generó” Cr.*

Junto con el sentimiento de agobio que generaba el exceso de información sobre el COVID-19 en la TV, también se pone en duda la credibilidad de la tv en la información que entregaba, debido principalmente a que actuaba como un nexo entre lo que sucedía “afuera” de la casa.

Las razones fundamentales que ponen en duda la credibilidad de la TV serán profundizadas en los siguientes apartados.

*Describir la relación entre el consumo de TV y RRSS que tienen los jóvenes en Chile a través de los contenidos que dichos medios transmiten*

Cómo se mencionaba anteriormente, la recepción de información -que tradicionalmente llegaba por la TV y otros medios como la radio o el diario- comienza a adquirir importancia desde las RRSS. Se reconoce una autoridad histórica de la TV como canal de información debido a que la TV es un instrumento poderoso hasta el día de hoy, haciendo énfasis en los noticieros, ya que muchas personas recurren solamente a este medio para informarse, por lo que esta produciría “efectos de verdad” en las personas, e incluso para algunos entrevistados este medio sirve como un medio de confirmación de noticias:

*“De repente hay noticias que tu no las crees hasta que las ves en la tele” M.*

Un ejemplo de la sensación de autoridad que tiene la TV sobre el resto de los medios es en los días de elecciones, en donde la mayoría de los entrevistados ve las noticias de este medio durante el día para informarse de mejor manera sobre los resultados. Sin embargo, debido a esta misma autoridad en la información, existe un consenso implícito de que esta no transmite confianza:

*“Todos sabemos que la tv no siempre dice la verdad con las cosas” A.*

Gran parte de los jóvenes mencionan que tras el Estallido Social del 18 de octubre de 2019, la forma en la que se percibía anteriormente cómo la TV transmitía las noticias comienza a cambiar debido a la incredulidad por parte de los medios en la manera en la que transmitían las manifestaciones y sus efectos; para quienes participaron de los movimientos mencionan que vieron en la TV muchas situaciones que ellos y ellas en presencia del mismo suceso no habían vivido, y que incluso se normalizó el desmentir a las noticias de los canales con grabaciones caseras para “informar” de lo que verdaderamente estaba ocurriendo:

*“En ese momento [del Estallido] se dio mucho que en la tele te mostraban algo y después la gente en la calle grababa y te estaban dando a entender de que estaba todo pauteado”*

G.

Para la mayoría de entrevistados, esto se tradujo en una baja considerada del consumo de información en TV, pero constató lo que ya se pensaba sobre las noticias en TV.

Las principales críticas que surgen sobre las noticias en TV es que existe una molestia debido a la parcialidad en la que transmiten las noticias, un entrevistado incluso las menciona como “noticias cocinadas” por causa de la manipulación previa que existe antes de emitirla. Los jóvenes advierten que efectivamente existe un manejo de la información desde los medios, en donde prima la búsqueda del aumento de televidentes por sobre la veracidad de la información, y lo asocian a todas las esferas de la TV, incluso con quienes son los rostros de los programas se cree que “desinforman”. Otro de los riesgos de esta reconocida “autoridad” es que no existe una corroboración de veracidad en las noticias transmitidas, y tal como lo vimos en el Estallido, cuando las personas grababan el suceso para desmentir la información de la tv, no es algo que este medio tenga interiorizado en el diario de su programación.

Debido a estas críticas sobre la manipulación y desinformación, hay quienes eligen recurrir a las RRSS para informarse, y existe una minoría de los jóvenes que exclusivamente se informa por este medio. La presencia de noticias en las RRSS está dada por una parte por los mismos canales de TV que tienen cuentas oficiales en estas redes, así como están las cuentas oficiales del gobierno en estos medios, pero también existe información alternativa, que se accede a través de Twitter o Instagram, en donde se busca según lo que para los entrevistados es importante mantenerse al día con la información, ejemplo:

*“Sigo a muchas organizaciones y prensa alternativa [en RRSS]”C.*

*“[En] Instagram (...) pasa todo lo contrario que en la tele, como tiene algoritmo salen puras cosas que sí me interesan y noticias con otra perspectiva, una que me hace mucho más sentido entonces busco información [ahí] ” N.*

Tal como “N” y “C” mencionan, la preferencia de prensa alternativa -a la TV- permite tener una personalización de noticias según los intereses que cada persona tiene a la hora de informarse, generando para algunos jóvenes una verdadera “agenda informativa” en RRSS

producto de los algoritmos que se van formando en la medida que uno busque y rechace contenidos en el mar de información que estos medios disponen. A pesar de que se valora esta diversidad de fuentes de información de las RRSS que la TV no puede ofrecer -sin maquillaje de la información-, es consenso de que existe un peligro en lo complaciente que esto puede significar: las Fake News.

Al existir la libertad de publicar contenidos sin restricción ni autoridad de la información, surgen muchas páginas en las RRSS que transmiten noticias falsas, estas cuentas “independientes de información” muchas veces transmiten implícitamente tendencias políticas e información sensacionalista para obtener seguidores, pero esto se traduce en que muchas personas comiencen a creer y compartir información que es intrínsecamente engañosa. Para muchos jóvenes, esto produce una burbuja en las RRSS producto del mismo algoritmo que bajo la lógica matemática del consumo restringe y propone información:

*“Uno tiene una burbuja de la gente que sigue y los algoritmos te hacen seguir... o como que te sugieren gente parecida a la gente que tu sigues, entonces se termina generando una burbuja y piensas que toda la gente piensa parecido a uno, o que tiene una postura similar (...) como una se encierra en su burbuja de RRSS se le olvida que también están otras tendencias” M.*

El tema de las Fake News es ampliamente criticado por los jóvenes en los grupos de discusión, y se menciona está presente sobre todo en la época de elecciones, en donde la disputa electoral por una tendencia política o la otra tiene como arena principal muchas veces a las RRSS. En el caso de las elecciones de los últimos plebiscitos de entrada y salida por una nueva constitución, se mencionan que hubo varias informaciones falsas que defensores del Rechazo emitían en TV, y también a través de sus RRSS. Este peligro que representan las noticias falsas en ambos medios es importante para los jóvenes, es por esto que valoran las cuentas de RRSS que se dedican a corroborar la veracidad de distintas informaciones virales que se transmiten tanto en las RRSS como en la TV. Así como existe un interés en corroborar la veracidad de las noticias, también está presente una molestia a la falta de regulación en nuestro país para restringir las Fake News, que se encuentran en los principales medios que estos jóvenes consumen para informarse -la TV y las RRSS- debido a los efectos que han producido, por ejemplo, en otros países:

*“Ya se ha demostrado que ha tenido impacto [las Fake News] en la últimas elecciones en otros países como en el Brexit, la elección de Trump, la de Bolsonaro, y justamente por la difusión de mensaje de odio, llamados como difusión indiscriminada de mensajes de odio, de fake news y eso si o si tiene que tener un control de parte de alguien po” M.*

Podemos destacar por lo tanto que existe un diálogo continuo entre ambos medios, principalmente a través de la transmisión de información y noticias. Justo en el comienzo de los grupos de discusión ocurrió el fallecimiento de la Reina Isabel II de Inglaterra, por lo que surgió de manera espontánea dentro de la conversación donde habían recibido esta noticia - esto sirve de ejemplo para la investigación ya que fue una noticia de impacto global y, aunque sin importancia a nivel personal o colectivo como país, sí sirve para conocer cómo está llegando in situ la información noticiosa a los y las entrevistadas-. La mayoría de los jóvenes comentó que supieron de la noticia a través de Instagram, pero a través de páginas de entretenimientos y humor -en formato de “meme”- y luego para corroborar de que fuera efectivamente cierto y no una broma acudieron a las páginas oficiales de Noticias de la TV en las RRSS; MegaNoticias, Chilevisión, T13, como también la cuenta oficial de la Familia Real Británica. Solo un entrevistado comenta haberse enterado por la TV, pero en una circunstancia fortuita -debido a que fue a comprar y en el negocio estaba la TV prendida mientras comentaban el fallecimiento-. Y solo una persona se enteró de esto a través de Twitter, corroborándolo en los Trending Topics.

La relación que tienen la TV y las RRSS es sincrónica pero a la vez contradictoria; sincrónica en la medida que las RRSS logran enganchar a la TV a través de la digitalización de sus canales y programas para lograr llegar a las generaciones hiper digitalizadas -como lo son los jóvenes- a la vez que provocan participar dentro de las agendas informativas disputando la discutible fama de las cuentas de prensa alternativa o independiente, que carecen de confianza para algunos jóvenes y llegando incluso a evitar consumir este tipo información en RRSS, lo que le da el pase a la TV para destacarse del resto de las cuentas informativas. La credibilidad que estos medios poseen es críticamente compartida; mientras que la TV es dudosa por la manipulación de información y el poder que posee por sobre otros medios para algunas personas dentro de la sociedad, las RRSS carecen de autoridad para demostrar la veracidad en la información que se transmite, sobre todo en las “cuentas alternativas” a las



tradicionales – cuentas de canales de noticias o páginas oficiales de información-. Pese a los beneficios de la libertad de información y contenidos personalizados que se ofrece en las RRSS, la TV sigue siendo “marcador de pauta” respecto a lo informativo y noticioso. Un ejemplo de esto es lo que mencionan los jóvenes en los días de elecciones: la mayoría elige ver la información del día en la TV, y pese a tener la facilidad de acceder a ella a través del teléfono, la amenaza de consumir noticias falsas es más riesgosa en la segunda que en la primera. Para varios entrevistados, la TV -con “la” noticiosa- y las RRSS -con “las” noticias- sirven como medios de comparación para sacar la “verdadera” noticia, ya sea desmitificando una o corroborando la otra.

*Identificar la valoración que los jóvenes en Chile tienen hacia la TV y las  
RRSS*

La diversidad con la que los jóvenes usan el internet deja patente la presencia cada vez mayor de las pantallas en la vida de las personas, y en el caso de las RRSS, el poder que adquieren está dado en parte con la variedad de contenidos al que tienen acceso quienes las utilizan. Mientras más acceso a contenidos mayor importante y presente está en la rutina. Para los jóvenes la facilidad con la que pueden acceder a este contenido es un privilegio a lo que puede significar, por ejemplo, la TV:

*“Uno como joven ve tele pero no le da el mayor tiempo como a una Red Social cuando vas en la micro, ves el celular, o estás estudiando y te aburraste y ves el celular, uno no ve como la tele” A.*

Así también, se valora el carácter recíproco que las RRSS poseen en la interacción digital - todos pueden dar y recibir- aunque algunas veces se traduzca en un caldo de cultivo para el odio y daño, debido a personas que tienen cuentas en distintas redes para exteriorizar sus intenciones morbosas con pares similares: haters, siendo para algunos entrevistados Twitter como el basural de las RRSS justamente por la acumulación de haters y mensajes de desinformación y odio.

Por el otro lado, la TV también es considerada de fácil acceso, principalmente por la presencia transversal de este aparato en el hogar, pero a diferencia de las RRSS, en la tv la

interacción está dada sólo por la unidireccionalidad. La TV chilena es criticada por los jóvenes tanto como por su contenido como por su estructura. A nivel de contenidos los y las entrevistadas concuerdan en que se emite contenido sin calidad, poniendo de ejemplo el exceso de: teleseries, fútbol y noticias. Con respecto al fútbol, existe una crítica a la monopolización de ese deporte en la TV, lo que no deja espacio para otros deportes en las transmisiones nacionales; la crítica a las teleseries tiene que ver con lo mismo:

*“Durante el día hay puras teleseries y eso como que a mí nunca me ha gustado, como eso de sentarse y ver teleseries toda la tarde, no... no siento que aporte mucho” I.*

La mayoría de los entrevistados atribuye a estos programas como contenidos que no ayudan o aportan a la mente de las personas, y la sensación de repetitividad se asocia a esta mala calidad. Los jóvenes son conscientes que el contenido de la TV no se transmite de manera espontánea, sino que se determina a través de la Línea Editorial (LE). Comenzando por la propiedad de los canales, los dueños de estos poseen bastante poder económico y política, lo que para ellos determina entonces la tendencia al cual cada canal se inclina, generando también una competencia en el rating para atraer televidentes. La presencia de la política -o control político- en la TV surge de manera interesante en los grupos de discusión ya que se le responsabiliza principalmente de la desinformación que los canales de TV transmiten; los dueños de los canales -quienes serían los que imponen este control- mantienen a personalidades tradicionales en la TV, que son las que a la vez mantienen el status quo de los contenidos:

*“Me pasa eso sí que las personas que salen en esos programas... para mí la tele está infestada de personas que les dan pantalla y me cargan, entonces para mí que estén esas mismas personas ahí me causa rechazo y no los veo. Pero quizás si fueran personas más nuevas, que no estuvieran tan corrompidas, tan influenciadas por esto de los políticos, podría ser mejor con gente más nueva y mostrando cosas más positivas” N.*

Un caso especial es sin duda el del presentador Julio César Rodríguez, el cual se menciona como el único ejemplo de personalidad televisiva que no está “dirigido” en su actuar, se valora como un “duro” ya que no se deja censurar por las opiniones que emite, los cuales muchas veces representan y defiende a una minoría de las personas en el país. Siguiendo con la desinformación provocada por la presencia de la política en la TV, la cual literalmente es

definida como corrompida por la política, los jóvenes manifiestan que en eventos coyunturales es donde mayor se padeció esta influencia. Comenzando con el Estallido Social -el cual habíamos mencionado debido a la acotada forma en que las transmitían movilizaciones y constantes desmitificaciones por parte de los manifestantes- se constató un intento sensacionalista de los canales por mantener el curso de la información; los paneles políticos en matinales, el populismo para convocar a los televidentes a participar, el aumento de noticias por sobre programas misceláneos o culturales y el miedo que estas transmitían justificado en la seguridad social. Durante los procesos constituyentes los jóvenes también reconocieron una influencia política en la TV, que además de desinformar sobre los constituyentes o la convención misma identificaron una clara tendencia hacia la opción del rechazo:

*“Así [era] la televisión, muy franja por el rechazo. Y daba lata porque si mostraban las dos franjas, pero después en las noticias por ejemplo solo mostraban las equivocaciones del apruebo, pero no veían otras cosas y era súper tendencioso (...) están súper comprados y uno no sabe si eso es positivo” K.*

Continuando con las noticias, la principal crítica recae en el negativismo con las que se transmiten, se cree que la TV aporta a la generación de un clima complicado en el país y masifica la sensación del miedo, varios jóvenes incluso admiten sentir nerviosismo al ver las noticias de la TV, por lo cual intentan evitarlas. La manipulación política y económica que los jóvenes indican que tiene la TV, provoca en ellos y ellas poca valoración hacia el medio, y en específico hacia los canales nacionales; algunos mencionan incluso consumir canales de otros países o sentir mayor confianza en corporaciones extranjeras propietarias de canales nacionales, como por ejemplo el caso de CNN Chile -que pertenece a la compañía multinacional Warner Bros. Discovery-.

Tal como los entrevistados mencionan, el control de la TV chilena producto de la estrechez de la LE, provoca tanto censura de la información como sesgos de sus contenidos. Los principales sesgos identificados son el clasismo y el machismo en la TV. Las noticias son la principal fuente de perpetuación de estereotipos clasistas en la TV, conveniente a la hora de atraer a los televidentes; el exceso de delincuencia y crímenes transmitidos por los noticieros

padecen una frialdad en la forma en que lo transmiten que para varios deshumaniza a las personas que protagonizan la noticia:

*“A las personas las tachan, las caracterizan como delincuentes y a las personas no las ven de otra forma. (...) Hay muchas cosas que no se ven de ese delincuente, cómo se crió ese niño, dónde estuvo metido. Y sí, usan la palabra delincuente, no hombre, mujer, persona. Deja de ser humano y pasa a ser delincuente” C.*

*“Todo es delincuencia, todas las personas pobres somos malas” Ge.*

Este estigma con el que cargan algunas clases sociales también castiga a las mujeres y disidencias. Las mujeres en los grupos de discusión señalaron que el sexismo también se perpetúa en la TV. Desde el machismo al televisar casos emblemáticos de violencia de género, y femicidios con una cobertura que pone muchas veces en duda el crimen y a la víctima; así mismo se vislumbra en la poca representación de las mujeres en temas que sustancialmente las convoca, pero que en cambio son emitidos por los hombres. El sexismo que las jóvenes mencionan se ve en los estereotipos de género que la TV propaga: el ideario de familia tradicional -compuesto por un hombre y una mujer- sobre todo al dirigirse constantemente a las mujeres en los programas matinales como la “mamita” asumiendo su rol de cuidadora y que por lo tanto debería estar en la casa viendo el programa; la falta de representación de personas pertenecientes a la comunidad LGBTIQ+ y la poca diversidad que hay o la normalización de los diferentes cuerpos.

Se genera por lo tanto un rechazo a la LE debido a la mala utilización de la TV; existe un sentimiento de rabia en la mayoría de los jóvenes con los programas matinales, una molestia con los políticos que aparecen en la TV y rabia directamente con el medio. Para la mayoría esta rabia está normalizada como sentimiento hacia el medio debido a las críticas que constantemente están presentes en quienes consumen TV. El eslogan “apaga la tele” emerge en la conversación como una definición que tienen algunos entrevistados sobre la valoración que tienen hacia la TV, dado que en el transcurso de su consumo -desde que fueron pequeños hasta ahora- la percepción que tenían de la TV ha ido cambiando, perdiendo el valor personal que antes significaba para ellos a causa de la actual mala relación que tienen tanto con los contenidos como con su composición:

*“Cuando caminaba al colegio me topaba con este típico graffiti que decía “Apaga la tele” y nunca le encontraba sentido, pensaba que era hasta para cuidar el planeta. Y cuando ya fui creciendo (...) me fui dando cuenta de que a uno lo construyen un poco, que lo intentan manejar, guiarte el pensamiento, (...) un montón de cosas te ayudan a darte cuenta de otras realidades” K.*

Pese a este negativismo sobre la TV, algunos valoran la generación del pensamiento crítico por juzgar al medio, pero otros declaran no generar una opinión sobre el mismo. La mayoría declara que tiene una actitud pasiva frente a este pensamiento crítico ya que no creen tener una injerencia real hacia la tv, pero sí consideran que debería existir una respuesta más reactiva sobre estas disconformidades, poniendo como ejemplo las movilizaciones sociales en el Estallido Social, las cuales sí lograron remover la connotación en los contenidos que todos los canales nacionales transmitían tradicionalmente. Por lo tanto, existe un interés intrínseco en mejorar la TV, y pese a no ser literalmente mencionado, los jóvenes continúan valorando a este medio debido a la envergadura que representa en la sociedad chilena.

*Contrastar las expectativas que se tienen como grupo etario de la TV, debido al carácter tradicional del medio, con las RRSS*

Es una noción compartida en los entrevistados que la tecnología influye tanto en el consumo como en la valoración que se tiene de la TV, y que a la vez esta depende del rango etario: los jóvenes son quienes en su mayoría tienen acceso al internet y por tanto a las RRSS y Streaming. Esto debido a la condición “hiper digitalizada” que la diferencia de las generaciones anteriores. Así, la existencia de nuevos artefactos tecnológicos muchas veces - con intención o no de sus usuarios- sustituyen las funciones que medios como la TV cumplían, por lo que algunos jóvenes creen que la TV actualmente está obsoleta, y con el tiempo dejará de tener la importancia que en algún momento significó para las personas, siendo las “pantallas” el futuro de la comunicación.

Para las generaciones mayores a esta -que denominan como adultos o personas mayores- la TV sigue siendo uno -o sino el- medio de comunicación más importante dado por dos

principales razones; la primera es que existe una costumbre a la TV debido a una relación más personal con todo lo que este medio significó en su vida debido a que, durante décadas, dominó el monopolio como el medio que podía ofrecer una diversidad de contenidos al ser capaz de informar, entretener y comunicar al mismo tiempo de manera didáctica, visual y transversal -lo que nunca antes se había visto anteriormente-, la segunda es que no tienen las mismas herramientas para acceder al internet por el desafío que implica el uso de aparatos nuevos -como los teléfonos inteligentes- y la distinta forma en la que se desenvuelve la comunicación -asociada principalmente a la interactividad de los mensajes-.

Es por estos argumentos que los jóvenes consideran que existen varias diferencias en cómo una generación y la otra perciben la TV. Respecto al consumo son los adultos mayores los que consumen el contenido de la TV -las teleseries, matinales, programas culturales y noticias- producto del tiempo libre que ellos tienen:

*“Yo creo que influye [la TV] en la gente que tiene tele y tiene tiempo también, yo lo veo más que nada reflejado en mis abuelos que tienen tiempo y tienen tele y su única distracción es la tele” A.*

*“Estaba pensando en mis tatas en el sur que como que tienen la tele prendida yo diría que casi todo el día, como que solo un rato la apagan si es que salen a caminar o hacer algo, pero está prendida todo el día” V.*

Mientras que por el lado de los jóvenes, la mayoría describe su consumo como circunstancial debido a que ven poca TV y tampoco siente un compromiso de verla. Este consumo eventual de la TV se da sobre todo en familia, donde para la mayoría de los entrevistados existe una costumbre de reunirse en la once o en la cena con la TV de fondo -específicamente viendo las noticias- para algunos es hasta un ritual familiar, el cual no cuestionan ni les molesta. Curiosamente, es en estos espacios en donde los roces emergen; debido a la importancia que la TV significa para las personas mayores, los jóvenes perciben una credibilidad absoluta que tienen los adultos frente a la TV, lo cual muchas veces ocasiona enfrentamientos dentro de la familia. Los entrevistados reconocen tener como generación una doble lectura internalizada -la que atribuyen debido al uso de las RRSS y el internet- que los adultos y personas mayores no poseen, por lo tanto para ellos ambos grupos reciben de distintas formas la misma información que la TV comunica, por lo que el mensaje genera controversia:

mientras que los jóvenes tienen como primera respuesta una reacción de incredulidad frente a la información recibida, los adultos no cuestionan la veracidad del mensaje. Esto provoca algunas veces, que a la hora de compartir espacios entre generaciones teniendo presente la TV -como hablábamos del evento de tomar once- se generen diferencias de opinión en las generaciones ocasionadas principalmente por los jóvenes, ya que critican en el círculo familiar lo que piensan de las noticias que están transmitiendo, provocando en los adultos una respuesta inmediata a favor de la TV:

*“Ahí igual hay conversaciones [sobre la TV], en especial cuando estamos con mi familia y juntos con mis abuelos (...), se genera mucho esta división en la mesa sobre lo que sucede en la tele. (...) Se generan momentos muy tensos se divide un poco la familia entre los que... como por un lado de la noticia, apoyando un poco lo que sale, y los que estamos como en contra o pensando distinto, entonces en vez de como tratar de ver si está bien o está mal, como tratar de conversarlo un poco pasamos un poco a la división, al hate, como un poco más a la pelea” T.*

A partir de esta diferencia también se generan reflexiones colectivas, en donde las distintas opiniones entre una generación y la otra logran entenderse, y hasta llegar a consensos:

*“Como se veía mayoritariamente en familia [la TV en el Estallido Social], a mis papás les alarmaba un poco y el resto de mi familia igual, entonces como que yo igual decía “ya, mi forma para combatir contra esta disconformidad va a ser poder explicarle a ellos” poder explicarles por lo menos a mis seres queridos que la cosa no es tan así (...)” Cr.*

*“Cuando llego a la casa me pregunta [mi mamá] si vi la noticia de esto o de esto otro y yo le digo que me cuente y ahí comentamos (...) reflexionamos un poco. Y como mi mamá solamente ve esas noticias yo igual le digo ‘mamá, esto a veces es así o esto a veces no es así’” K.*

Como se puede percibir, la credibilidad en la TV es la principal divergencia que provoca este medio entre las generaciones adultas y las jóvenes. Los entrevistados y entrevistadas son conscientes de los privilegios en recursos -digitales, informativos, comunicativos- que tienen por sobre las generaciones mayores, que les permiten cuestionar y responder cuando algo no les gusta, pero saben que existen personas -y por sobre todo los adultos mayores- que solo se

informan a través de la TV, por lo que este medio todavía sigue siendo importante para la mayoría de la población, aunque no personalmente como generación.

*“La gente se reúne alrededor de la tele como si fuera una fogatita aún, y aún siento que es algo que no se ha terminado de reemplazar totalmente en las pantallas individuales (...) la televisión tiende a ser como este objeto de grupo, no sé por qué voy a comprar un completo a la esquina de mi casa y me quedo un rato viendo con el loco que se está comprando un churrasco al lado y a veces comentamos (..) en ese tipo de cosas yo creo que la televisión sí es importante” L.*

*“La televisión la consumen desde una persona que tiene mucha plata hasta una persona que es más humilde” A.*

Aquí, “L” y “A” menciona la importancia que tiene la TV como consumo colectivo, es un medio que -a diferencia de las RRSS y el resto de las pantallas- es capaz de reunir sin discriminación alguna a la población. Y así como “L” manifiesta de forma explícita, el resto de los jóvenes también comparte lo importante que es la TV, y por lo tanto la necesidad de mejorarla. A pesar de que algunos entrevistados consideran este medio como obsoleto o presagian su desaparición producto del resto de las pantallas, el total de los jóvenes sienten una responsabilidad en que la TV mejore, en particular en los puntos que anteriormente se habían criticado.

Existen expectativas compartidas en cómo mejorar la TV, la más fundamental se basa en la presencia transversal que este instrumento tiene en los espacios de todo Chile, por lo que para los jóvenes significa la forma más democrática que existe como medio de comunicación, y por lo mismo impera obedecer al carácter democrático también en el contenido de su transmisión. Esto significa: contar con mayor representación de pueblos indígenas, mayor representación y diversidad de mujeres, personas de la comunidad LGBTIQ+ y diversidad de clases sociales. Siguiendo la naturaleza democrática que debería tener la TV, la participación ciudadana es necesaria para masificar la diversidad de los puntos de vista, ya que el derecho a la información y la comunicación es considerado para los jóvenes esencial para los y las ciudadanas del país, siendo la TV una de las esferas en las que personas puedan ejercer su derecho de participación. El ideario democrático de la TV caracterizado por los jóvenes por la participación ciudadana y la diversidad de representación de grupos dentro de



la sociedad está asociado con concebir a este medio de una idiosincrasia abierta y pluralista, en donde se apunta a la TV pública como precursora de este cambio estructural.

El desafío de mejorar los contenidos y la calidad de la TV por medio de estas propiedades no se genera gracias a las voluntades de los dueños de cada canal ni tampoco por las personalidades presentes en sus programas, para algunos jóvenes es un necesario impulsar el desafío de una “Ley de Medios”, principalmente por la importancia que tiene el consumo informativo de las personas a través de la TV:

*“Yo creo honestamente que es un desafío impulsar una ley de medios y salvar la tele, convertir la tele pública en una tele pública estilo BBC todo lo sostenible posible. (...) Hay que crear una verdadera ley de medios porque la tele sigue estando en la casa de la gente y hay que desconcentrar los elementos que producen información para de mero espectáculo en vez de informar de verdad” D.*

*“Además como de control nuestro [el consumo de información] tiene que tener control estatal igual (...)si o si tiene que tener un control de parte de alguien po” M.*

La presencia del Estado en la TV pública es vista con buenas intenciones por parte de los entrevistados, de hecho surge por parte de ellos como una solución a los principales problemas que detectan de la TV: por una parte, la regulación de la información -en referencia a las Fake News- ya que actualmente en Chile no existe penalización por noticias o información falsa y tampoco regulación de Líneas Editoriales sobre el manejo de información que distintos canales ejercen -asociado a la parcialidad de las noticias-; y por otro lado, acentuar la calidad del contenido que emiten, que se traduce en el aumento en la diversidad de programas y el tipo de contenido -que se valora de parte de los entrevistados de tipo cultural, educativo y deportivo-.

## Conclusiones

### *Principales Hallazgos*

A grandes rasgos, la credibilidad que los medios ponen a disposición de sus usuarios -como la TV y las RRSS- funciona como punto de partida y final para que los jóvenes se relacionen con estos, ya que determina tanto como su uso, su consumo y su valoración. El espacio comunicativo en el que esta generación se desplaza se inclina evidentemente en su uso hacia a las RRSS, debido a su versatilidad de opciones que puede otorgar gracias a las plataformas de Streaming y comunidades virtuales, pero pese a la naturalidad con la que los jóvenes se desenvuelven en este entorno digital, se advierte cierta desconfianza en el involucramiento total que implican estas plataformas, ya que por una parte sesga su entorno debido a las preferencias introducidas por el algoritmo reduciendo su vista panorámica a una burbuja, y por el otro, la falta de un instrumento que pueda medir el contenido innecesario -y para muchos peligroso- que se puede encontrar en internet: el odio y las noticias falsas. Aparece el problema de la credibilidad en este medio tanto como en la TV: más allá del avance tecnológico y el auge de las plataformas como nuevas formas de entretenimiento e información que logran llegar de mejor forma a como llega la TV hoy, la molestia por el modo en el que se entrega la información y los sesgos que contiene -que se le responsabiliza a los dueños económicos de los canales imponer una Línea Editorial estrecha, machista y visiblemente influenciada por la política- es lo que más le genera rechazo a esta generación con respecto a la TV, teniendo choques con las generaciones mayores debido a que se “conforman” con lo que están viendo.

Las razones que generan estas molestias y valoraciones negativas hacia la TV parecen encontrar un cauce, ya que los jóvenes afirman que este medio sigue siendo esencial para el resto de la sociedad, dado su presencia universal en los hogares del país, por lo que la propuesta de mejorarla -en todos los sentidos que se critican- se traduce para varios entrevistados en la creación de una Ley de Medios que pueda resguardar el carácter democrático y pluralista que la TV debería poseer.

## *Limitaciones*

Durante el transcurso de la investigación se pudieron encontrar distintas limitaciones que dificultaron su curso. Sobre la aplicación de las técnicas de recolección de datos, las facilidades de poder contactar a las personas debido al acceso que todos tienen en las RRSS y el internet fue sin duda beneficioso, pero a la vez representó un arma de doble filo: concretar la participación real de las personas en los focus groups más allá de lo declarativo de las partes -que confirmaban su participación, pero luego no volvían a contactarse- fue lo que más costó en términos de tiempo y de compromiso. Llegó un punto en el que se volvió realmente desgastante encontrar a personas que tengan un compromiso sincero en querer participar de los grupos de discusión ya que muchas veces personas confirmaban -con la hora y fecha previamente conocida- para luego dejar de comunicarse o simplemente “desaparecer” a través del ghosting<sup>2</sup>.

Es importante mencionar igualmente que en el diseño de la muestra se mantenía un criterio de género binario para la captación de los participantes, lo cual no consideraba el interés de las personas no binarias en la participación. Dentro de los participantes de los grupos una persona no binaria quiso participar, esto trajo como consecuencia dificultades a la investigadora ya que, por una parte, no quería discriminar la participación de esta persona en los grupos, pero tampoco quería violentarla con obligarla a elegir un género o el otro. Finalmente, la investigadora se sinceró y disculpó con esta persona por la falta de perspectiva que tenía la investigación en el diseño de la muestra, pero dado que esta persona igualmente quería participar se le dio la opción de que eligiera cuál grupo de discusión le acomodaba mejor.

En términos de la información recolectada, se constata una saturación de la información que salía de los grupos de discusión, salvo pequeños matices que profundizan ciertos temas de conversación por sobre otros, la información comenzaba a ser redundante a medida que avanzaban las respuestas de cada grupo. Se atribuye esta saturación a que los participantes pertenecían a un mismo nivel socioeconómico -salvo por pequeñas diferencias económicas

---

<sup>2</sup> Término anglosajón utilizado en forma coloquial para describir la práctica de cesar toda comunicación y contacto con una pareja, amigo u otro individuo sin ninguna advertencia.

que los diferencian a nivel conceptual- por lo que hubiera sido interesante contrastar estos resultados con los de otros niveles -mayor o menor-.

Por último, se reconoce una autocrítica por parte de la investigadora debido a que muchas veces en guiaba intencionalmente la conversación hacia la discusión que deseaba conocer. A medida que realizan los grupos se fue dando cuenta de este error por lo que intentaba involucrarse lo menos posible dentro de las dinámicas grupales para no interrumpir la conversación y tener mayor participación por parte de los y las entrevistadas.

### *Reflexiones Finales*

El interés en tener a los jóvenes como sujeto investigativo en este estudio se debe a la particularidad en la que se posicionan respecto a la TV -medio tradicional- y las RRSS -nuevo medio-, como generación nacieron con la presencia del primer aparato dentro del hogar -a diferencia de generaciones anteriores en las que la llegada de la TV significó una revolución en cómo concebían los medios y la comunicación- pero así también, desde temprana edad comenzaron a estar expuestos a las nuevas interacciones comunicativas -la llegada de las RRSS de mano con la tecnología electrónica- abriendo el paso al recambio tecnológico en las generaciones siguientes.

El contexto histórico en el que se sitúan estas generaciones al día de hoy está marcado fuertemente por la experiencia -en la que la mayoría participó- del Estallido Social seguido por la emergencia global de la pandemia de COVID-19, ambos sucesos definieron fuertemente la percepción que actualmente tienen los medios de comunicación, que no solo está definida por su consumo o su valoración, sino también por la actitud reactiva que provocó en estos sujetos, caracterizada por una perspectiva crítica hacia las formas en cómo circula la información en el país, sobre todo en los medios que más les afectan como generación: la TV y las RRSS.

La problemática de la credibilidad hacia los medios de comunicación es un factor determinante a la hora de configurar el ecosistema comunicacional el cual se encuentran actualmente, tensionado principalmente por el contexto histórico recién mencionado. Existen contradicciones latentes en cómo se relacionan los jóvenes con estos medios, producto por una parte a los avances tecnológicos -los cuales valoran positivamente- pero por otra a la

tradición que medios como la televisión representan en el ideario de la sociedad chilena, que ellos mismos reconocen como importante ya que permiten juntar a distintos grupos sociales -como lo son las distintas generaciones-, posibilidad que las RRSS no pueden ofrecer principalmente por las brechas digitales y las burbujas que cada usuario se forma gracias a las tendencias en su consumo digital.

La Ley de medios surge como una posible solución al problema estructural que la TV tiene actualmente desde la percepción de los jóvenes; la credibilidad, que muchas veces crea una barrera entre lo que los jóvenes buscan en este medio y lo que este puede ofrecer. Se produce por lo tanto, en palabras de Castells (2014) un interaccionismo dialéctico entre el desarrollo tecnológico y las relaciones sociales.

Sería interesante conocer por lo tanto como en cómo se traduce esta credibilidad, abriendo desde estudios cuantitativos por ejemplo un índice de credibilidad que los medios de comunicación poseen en base a categorías cuantificables respecto a la confianza, representatividad y democratización de la información. igualmente expandir la exploración del ecosistema comunicativo de los jóvenes para conocer si el resto de los medios tradicionales -como la radio, el diario y el cine- han logrado evolucionar de la misma manera que la TV al ritmo de las tecnologías, y si son cuestionados igualmente desde la credibilidad que representan como medio de comunicación. desde la perspectiva de las políticas públicas, conocer cómo los distintos grupos sociales se relacionan con la tv permite enfocar un punto de partida para que exista una regulación consciente y pertinente de los medios de comunicación, el cual garantice por una parte la libertad editorial -libre de corrupciones- que sea respetuosa y abierta a la participación ciudadana, pero por otra que logre verificar la veracidad de la información y sepa penalizar la difusión de odio y noticias falsas que atentan, en primera instancia, contra la democracia de todo el país.

## Bibliografía

- Amigo, B., Bravo, M. C., & Osorio, F. (2016). Telefonía móvil inteligente e hiper cotidianidad. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 16(2), 115-137.
- Antezana, L. (2009). Estrategias narrativas de proximización del noticiero televisivo chileno. *Revista Folios*, 21, 109-124.
- Antezana, L. (2012). El “ciudadano”, telespectador en el discurso mediático chileno [The “citizen”, the viewer speech in the Chilean media]. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 14(118), 76-92.
- Asociación de Investigadores de mercado de Chile. (2019). Nueva metodología de segmentación y clasificación socioeconómica.
- Barbero, J. M. (2002). Jóvenes: comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica*, 6.
- Bonilla-García, M. Á., & López-Suárez, A. D. (2016). Ejemplificación del proceso metodológico de la teoría fundamentada. *Cinta de moebio*, (57), 305-315.
- Carrión, M. (2011). Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).
- Castells, M. (2013). *Comunicación y poder*. Siglo XXI Editores México.
- Castells, M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). siglo XXI.
- Castells, M. (2001). Materiales para una teoría preliminar sobre la sociedad de redes. *Revista de educación*, 41-58.
- CNTV. (2017). IX Encuesta Nacional de Televisión.

- CNTV (2020a). Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de Programación Televisiva 2019. [https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/10/anuario\\_estadistico\\_de\\_oferta\\_y\\_consumo\\_2019\\_\\_.pdf](https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/10/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_2019__.pdf)
- CNTV (2020b). Antecedentes Audiencia Periodo Estallido social. Datos Estudio People Meter (Kantar Ibope Media) <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/12/Audiencia-Crisis-social-2019-y-2020-Noticiarios-y-Matinales.pdf>
- Cortés, F., De Tezanos-Pinto, P., Helsper, E., Lay, S., Manzi, J., & Novoa, C. (2020). ¿ Se ha reducido la brecha digital en Chile? Diferencias entre acceso, uso y factores asociados al empleo de Internet.
- Costa, J. (2011). Ecología de la comunicación e interacción social.
- DataReportal (2021). Digital 2021: Chile. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-chile>
- De Camacho, P. L. (2016). La teoría fundamentada: precisiones epistemológicas, teórico-conceptuales, metodológicas y aportes a las ciencias. *Cumbres*, 2(1), 101-114.
- De la Garza-Montemayor, D., Peña-Ramos, J. & Recuero-López, F. (2019). Online political participation of young people in Mexico, Spain and Chile. [La participación política online de los jóvenes en México, España y Chile]. *Comunicar*, 61, 83-92. <https://doi.org/10.3916/C61-2019-07>
- Dirección de Estudios Sociales & CNTV. (2021). X Encuesta Nacional de Televisión 2021. <https://www.cntv.cl/2021/11/16/x-encuesta-nacional-de-television-2021-la-tv-abierta-es-el-principal-medio-de-informacion-en-chile/>
- Flores, R., & Naranjo, C. (2014). Análisis de datos cualitativos: el caso de la grounded theory (teoría fundamentada). *Escucha de la escucha. Análisis e interpretación en la investigación cualitativa*. Chile: LOM.

- Forni, P., & Grande, P. D. (2020). Triangulación y métodos mixtos en las ciencias sociales contemporáneas. *Revista mexicana de sociología*, 82(1), 159-189.
- Giraldo-Dávila, A. F., & Maya-Franco, C. M. (2016). Modelos de ecología de la comunicación: análisis del ecosistema comunicativo. *Palabra clave*, 19(3), 746-768.
- Gutiérrez, J. (2008). *Dinámica del grupo de discusión*.
- Gutiérrez, F., Islas, O., & Arribas, A. (2018). Hacia una nueva ecología mediática. Hacia un nuevo inventario de efectos. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 10(16), 11-21.
- Herrera, J. (2017). *La investigación cualitativa*.
- IEB CHILE. (2022) *Aprende Sobre Ecología*. (s. f.). <https://ieb-chile.cl>. Recuperado 1 de diciembre de 2022, de <https://ieb-chile.cl/aprende-sobre/ecologia/>
- Lorenzo, J. (2014). *Introducción a los grupos focales*.
- Martins, H. (2009). Redes sociales: un nuevo paradigma en el horizonte sociológico. *Cinta de moebio*, (35), 88-109.
- Muñoz, G. (2010). ¿ De los nuevos “medios” a las nuevas “hipermediaciones”. *Revista lati*.
- Orozco, G. (1993). Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (15), 031-44.
- Scherman, Correa, Peña y Lillo, Pardo, A. T. M. J. (2020, 10 enero). Encuesta jóvenes participación y medios 2019. Vergara 240. <https://vergara240.udp.cl/encuesta-jovenes-participacion-y-medios-2019/>
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2008). *This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión*.



- Shannon, C. 1949. The mathematical theory of communication. En: C. Shannon y W. Weaver. The mathematical theory of communication. Illinois: The University of Illinois Press, pp. 29-115.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2016). Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Universidad de Antioquia.
- Vázquez, D. L., Rebollal, S. D., Vázquez, A. I. R., & García, X. L. (2016). El consumo millennial de información política en televisión y redes sociales. Análisis de la campaña Elecciones Generales en España 2015. Revista latina de comunicación social, (71), 1151-1169.
- Verón, E. Los públicos entre producción y recepción: problemas para una teoría del reconocimiento, mimeo, Cursos da Arrábida 2001 “Públicos, Televisão” (trad. de Natalia Ferrante). 2001.
- Zhang, Z. (2021). Estudio de modelos innovadores de self media para el emprendimiento.
- Zallo, R. (2011). Estructuras de la comunicación y la cultura: Políticas para la era digital. Estructuras de la comunicación y la cultura, 1-414.

## Anexos

### Anexo I

Objetivo General	Situación del ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la pandemia de Covid-19, específicamente en su relación con la TV y RRSS		
Objetivo Específico	Dimensión	N° de pregunta	Operacionalización
Conocer los medios de comunicación que los jóvenes en Chile utilizan y las motivaciones en su uso actual y en contexto de pandemia	Consumo	1	¿Ves TV? ¿Qué programas ves en la televisión? (entretenimiento, información, debate)
		2	¿Durante la pandemia crees que cambió tu consumo de la tv? ¿por qué?
		3	¿Cuáles creen que son las RRSS que más utilizan los jóvenes en Chile? ¿Son las mismas que utilizan?
	Motivacional	4	¿crees que la TV influyó de alguna manera en tu vida diaria durante la pandemia? ¿De qué forma?
		5	¿Por qué usas estas RRSS?
Identificar la valoración que los jóvenes en Chile tienen hacia la TV y las RRSS	Valórica	6	¿Cuánto valoras la televisión? (¿Crees que es importante o no para la sociedad chilena, es positiva o negativa)
		7	¿Tu percepción de la tv cambió en pandemia?
		8	¿Qué apreciaciones tienes hacia la TV y su relación con quienes la consumen?
Describir la relación entre el consumo de TV y RRSS que tienen los jóvenes en Chile a través de los contenidos que dichos medios transmiten	Uso	9	¿Crees que el uso de tus RRSS se ven influenciado por lo que pasa en la TV?
	Perceptiva	10	¿Consideras que al interactuar con la TV a través de las RRSS estás contribuyendo a que ésta mejore?
		11	¿Cómo respondes a lo que ves en TV?
		12	¿Crees que al expresar tu opinión por las RRSS con respecto a lo que ves en la TV estás siendo escuchado?
Contrastar las expectativas que se tienen como grupo etario de la TV, debido al carácter tradicional del medio, con las RRSS	Significativa	13	¿Crees que es importante responder a los contenidos emitidos por la TV? ¿Por qué?
		14	¿Te gustaría que la televisión cambiara en algo su relación con las personas? ¿En qué?
		15	¿Te gustaría que la televisión cambiara en algo su relación con las personas? ¿En qué?

## Anexo II

### DOCUMENTO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

## “El ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la pandemia de COVID-19: El caso de la Televisión y las RRSS”

### I. INFORMACIÓN

Usted ha sido invitado(a) a participar en la investigación de proyecto de tesis “El ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la pandemia de COVID-19: El caso de la Televisión y las RRSS”. El objetivo de esta investigación es Explorar el ecosistema comunicativo de los jóvenes en Chile durante la pandemia del COVID-19, específicamente en su relación con las RRSS y TV. La egresada que desarrolla este proyecto es María Catalina Carmen Dupuy Oteiza, y el investigador responsable de este estudio es el profesor Bernardo Amigo Latorre, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile. Para decidir participar en esta investigación, es importante que considere la siguiente información. Siéntase libre de preguntar cualquier asunto que no le quede claro.

**Participación:** Su participación consistirá en participar en un focus group, la cual se caracteriza por tener preguntas definidas con anterioridad y, también, preguntas espontáneas que puedan surgir en el desarrollo de la entrevista grupal. La entrevista dura alrededor de 1 hora y abarca varias preguntas sobre su experiencia personal en el uso de medios de comunicación, sus valoraciones en torno a la televisión y, su percepción sobre las RRSS.

**Riesgos:** Ninguno.

**Beneficios:** Usted no recibirá ningún beneficio directo, ni recompensa alguna, por participar en este estudio. No obstante, su participación permitirá generar información para el conocimiento del ecosistema comunicacional televisivo, la relación que tienen los jóvenes con las RRSS y la televisión.

**Voluntariedad:** Su participación es absolutamente voluntaria. Usted tendrá la libertad de contestar las preguntas que desee, como también de detener su participación en cualquier momento que lo desee. Esto no implicará ningún perjuicio para usted.

**Confidencialidad:** Todas sus opiniones serán confidenciales, y mantenidas en estricta reserva. En las presentaciones y publicaciones de esta investigación, su nombre no aparecerá asociado a ninguna opinión particular.

**Conocimiento de los resultados:** Usted tiene derecho a conocer los resultados de esta investigación. Para ello, nos contactaremos con usted vía email para la entrega de la investigación.

**Datos de contacto:** Si requiere mayor información, o comunicarse por cualquier motivo relacionado con esta investigación, puede contactar al Investigador Responsable de este estudio:

---

Bernardo Amigo Latorre

Dirección: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. Av. Ignacio Carrera Pinto  
1045, Ñuñoa, Santiago.

Correo Electrónico: bamigo@uchile.cl

También puede comunicarse con la jefa de carrera de sociología:

Prof. Dra. Marcela Ferrer-Lues

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Chile

Teléfonos: (56-2) 2978 9726

Dirección: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. Av. Ignacio Carrera Pinto  
1045, Ñuñoa, Santiago.

Datos	
Nombre	
Edad	
Género	
Ocupación	
Estudios	
Lugar de estudios educación secundaria: Privada, municipal, privada subvencionada	
Lugar de estudios educación superior (si tiene)	
Comuna de residencia	
Ocupación del principal sostenedor del hogar	
Calificación socioeconómica del Registro Social de Hogares <sup>3</sup> (N° de Tramo)	

<sup>3</sup> Si es que está ingresado. Para acceder a la información visitar <http://www.registrosocial.gob.cl/que-es#top>

### Anexo III

CATALINA DUPUY OTEÍZA  
+56956571578  
UNIVERSIDAD DE CHILE

**¿QUIERES PARTICIPAR EN UN GRUPO DE DISCUSIÓN SOBRE LO LA TV CHILENA Y LAS RRSS?**

Hola! Para mi tesis de Sociología estoy buscando jóvenes de la RM que tengan entre 18 a 24 años

Si quieres participar o conoces a alguien que quiera hacerlo contáctame a:  
[@pitisporo](#)  
[maria.dupuy@ug.uchile.cl](mailto:maria.dupuy@ug.uchile.cl)

NOTICIAS DEL DÍA

08:46 VIVO 2 DE CAD

AHORA POLEMICA

@buenosdiasTVN EL TIEMPO

MALIZAR

MARZO 2021

#CuarentenaMG EL MINISTRO JAIME BELLOLIO RESPONDE

10:25 | 9° 24°

CHILE "UN EJEMPLO DE LO QUE NO HAY QUE HACER"

mg BUENOS GUSTOS

## Anexo IV

### Transcripción Focus Group 1

Fecha: 8/09/2022

Participantes:

- L
- Gr
- Í
- D

Presentación de los participantes: ocupación, edad, gustos.

Catalina: Chiquillos, ya, para empezar desde lo más simple, ¿ven television?

Gr: ¿parto yo?

Catalina: sí dale dale

Gr: yo veo super poca tele la verdad, general o sea como televisión abierta o cable que digamos prácticamente no veo, o veo en las tardes cuando mi familia pone las noticias cuando tomamos once, pero trato de no verla. No tengo buena relación con la tele y me molesta como ven noticias por lo poco parciales que son.

L: Si yo tengo una relación extraña con la televisión. Cómo qué bueno durante gran parte de mi vida crecí viendo mucha tele y eso se fue como quitando con el tiempo en la medida que como que los artefactos están como ahí dispuestos para mí, como que mucho tiempo tuve una tele en mi pieza o como en el living de mi casa que está ahí pero como es solamente gracias a ello que podía ver televisión. Sin embargo, como cuando por ejemplo viví unos años fuera de Santiago, específicamente en Concepción, vivía en pensiones y en esas pensiones como que no tenía televisión en mi pieza y simplemente no veía. No tenía el compromiso y hasta el día de hoy siento que no tengo un compromiso ideológico frente a ver o no ver televisión, como que siento que es solamente como por como la Accesibilidad, eh al artefacto no sé cómo la cuestión como más como de tener la antena, de tener la pantalla. Nunca más que como tener la voluntad, pero en realidad lo que más veo, como para seguir cerrando la pregunta, en realidad lo que más veo en la tele hoy en día como cuando está prendida en la casa de un amigo si veo fútbol, eso.

Catalina: Ya, D tu tenías la mano levantada.

D: Yo ah yo creo que estoy en un estado similar sino igual, como que el mirar la televisión ha disminuido de estar sentado en el sillón viendo tele ha bajado sostenidamente. Yo antes ocupaba mucho la tele, ocupaba el cable, veía todas las cosas.

Catalina: ¿cuándo eras más chico? ¿a eso te refieres?

D: sí, cuando era más chico, estaba todo el día jugando play, pasaba todo el día pegado a la tele. Y ahora como que paulatinamente me he dado cuenta de que todas las cosas que consumo no las veo en la tele. La última serie que consumí en la tele fue juego de tronos y ahí me cambié a consumir las cosas por streaming del computador, y el consumo de tele se ha reducido a el fútbol, noticias, que

uno la ve en la once porque la ponen en la casa, se ve. Películas a veces cuando agarro cosas buenas por ahí, y nada más porque el producto ya es muy malo, malo en términos de calidad en todos los sentidos posibles, y en internet encuentras todo y mejor. De hecho, la casa del dragón, la precuela de juego tronos la estoy viendo en el compu y podría verla en la tele, pero me da paja, eso.

Í: yo igual a lo largo de mi vida he estado bien acostumbrado a ver siempre las noticias de las 9:00 de la noche, es como algo que tengo bien como decirlo, como parte de mi persona puede ser. Lo hago seguido, últimamente igual siento que son puras como noticias terribles, catastróficas, puros asaltos y crímenes y eso igual como que igual no me es agradable ver las noticias

Gr: Te deja todo nervioso.

Í: Sí, también en la mañana de repente prendo la tele así como mientras estoy desayunando para ver qué están dando, como en los matinales pero eso, no es como tan frecuente mi consumo, solamente como en esa hora como en la mañana y en la noche. Ah, no sé po también ver Netflix y Amazon sería como mi consumo de tele.

Catalina: Ya, entonces por lo que me han dicho ustedes de lo que ven de tele o en las distintas cosas más que nada ven como entretenición y programas noticiosos, si es que lo llegan a ver, ¿eso es como los programas que ven?

L: Sí, solamente como para cómo redondear la idea de que no veo tele como “oh que rico me voy a sentar a ver o como prender la televisión abierta o el cable, sino que siempre es como circunstancial. O alguien está viendo que está ahí o por ejemplo estos últimos 3 días estuve haciendo una pega como de producción de eventos como hotel de providencia y llegaba como al almuerzo y estaban como las noticiones cómo el cambio de gabinete o se murió la reina Isabel segunda cachai, y era como que ah claro se comentaba y todo pero no prendía la tele.

Catalina: Es más como consumo indirecto entonces, como que la tele está ahí y de alguna manera u otra ustedes la ven pero no como que van y prenden la tele o buscan algo en la tele ¿cierto?

Todos: -Asienten-

Catalina: Oigan y yo sé que es una pregunta como a veces un poco obvia, pero en verdad no es tan obvia, pero ¿cuánto valoran ustedes la televisión? Por ejemplo, creen que es importante para la sociedad chilena, creen que un desperdicio, creen que es buena pero no tanto. ¿Qué piensan ustedes como de la tele en general? ¿Gr?

Gr: Ya, yo creo que la tele es un instrumento muy poderoso, hoy en día, sobre todo, qué está siendo muy mal utilizado. En la tele siempre se critica o sea de hace mucho tiempo que se critica a la tele por el tipo de contenido que se produce para la tele, que es como mucho fútbol, mucha teleserie y poco contenido en verdad que nutra las mentes de las personas. Siento que hoy en día por eso igual la tele perdió tanto valor conmigo, hoy en día la televisión nacional tiene muy muy poco valor porque los medios están manipulados, gente súper poderosa son dueños de los canales, existe mucha censura y prácticamente hoy día que no te censuren es como un acto de heroísmo. Poniendo como ejemplo al JC Rodríguez, por ejemplo, que es como el duro de la tele porque no lo censuran, porque muestra y dice cosas que la gente que quizás no todos opinan pero se ve muy poco, y si ese

instrumento lo usaran ahí como para informar en la sociedad podríamos mejorar mucho, eso creo yo.

D: sí, yo la tele ya se ha vuelto... sabís que la tele ya es pasado, ahora es el concepto de pantalla. La tele ha pasado a otro foco, ha como sido superado por la misma sociedad que la parió, la tele yo creo que ya no tiene el mismo rol de antes la gente sigue viendo tele pero la gente ahora tiene pantalla y consume la misma información y el mismo producto en otro en otro momento y en otros lugares por lo tanto la tele sigue siendo importante en un segmento de la población, por ejemplo para mi tata lo único que tenía que hacer en la casa era la tele pero para el resto de la población ha superado el concepto, hay pantallas en todos lados. Ahora mismo estamos en una pantalla, así que de pana seguir construyendo teles porque la gente sigue consumiendo productos en... porque tienes que tenerla en algún lado, tienes que tener tele, sólo muy pocas personas no tienen tele, pero la tele ha sido superada completamente a mi modo de ver.

Í: Voy, yo pienso que sería buena si el contenido fuese de calidad y fuese contenido realmente de aporte para la gente porque claro en las noticias en el segmento de deportes no es deporte sino fútbol, el 90% y más puro fútbol habiendo muchas otras cosas que mostrar. Y las mismas noticias en sí son puras... últimamente son puras noticias negativas como asaltos y robos, y aparte durante el día hay puras teleseries y eso como que a mí nunca me ha gustado, como eso de sentarse y ver teleseries toda la tarde, no... no siento que aporte mucho.

L: yo creo que, para responder a esa pregunta, por de pronto me gustaría saber cómo quienes son las personas... cuantas teles se venden y Chile, y luego quienes son las personas que la siguen comprando cachai. Pero porque claro o sea yo creo un poco como la idea de D pero matizada cachai de que la tele ha sido superada, como de que efectivamente las posibilidades de los contenidos están abiertas, como que podemos orientarnos a consumir o como tenemos entre comillas una variante como libertad de consumo de contenido porque claro está esta diferencia de que la televisión el contenido está programado, pauteado, hay editores y todo atrás siendo que en streaming tú decides qué ver pero aun así siento que la televisión, para responder a la pregunta, ocupa o es un lugar importantísimo para la sociedad chilena. Yo creo que los matinales por ejemplo son un espacio... no voy a decir de información relevante porque no lo son, no son buenas noticias, son como, así como por alguna vez he escuchado por ahí los matinales son las noticias como para despertar porque son puras cosas terribles. Son puras weas que te van a despertar de lo terrible que son a las 8 de la mañana, son como: "se pitaron a tres abuelitas...", pero aun así no lo dejaría de asignarle como una importancia como... no sé, del fuego, la gente se reúne alrededor de la tele como si fuera una fogatita aún, y aún siento que es algo que no se ha terminado de reemplazar totalmente en las pantallas individuales. Muchas veces las pantallas individuales son eso, individual; estoy con mi celu, estoy con mi pantalla, pero la televisión tiende a ser como este objeto de grupo, no sé po yo me voy a comprar un completo a la esquina de mi casa y me quedo un rato viendo como Chilevisión con el loco que se está comprando un churrasco al lado y a veces comentamos la noticia cachai, en ese tipo de cosas yo creo que la televisión sí es importante.

Catalina: Y en lo que están hablando, ya, estamos de acuerdo entonces que hay que cambiarla, que hay cosas que no nos gustan, pero... ¿en qué les gustaría que cambiara? ¿qué les gustaría que apareciera más o que no tuviera? Cuáles serían los cambios que ustedes le harían



D: Yo eliminaría los matinales, los eliminaría completamente porque son estúpidos, no hay nada, los eliminaría completamente y la tele serviría para fines como informativos y evocativos y poner películas, deportivos cachai... weas públicas. Ya que la oferta de Mass Media hoy día cubre toda la parte de entretenimiento cachai, en todos los sentidos, así que la tele estrictamente debería ser pública, no debería estar privada porque sería fome, estrictamente hay canales que están todo el día poniendo noticias weon, todo el día, y ahí podrías meter las cosas como una wea media cultural pública y que la oferta o con canales, uno o uno por universidad como era antes... 3, que lleguen a todo Chile y la oferta de Mass Media hoy es tan importante que ya no tienes que depender de que la tele te ofrezca un producto que tenga que tener rating, tiene que tener otro fin. Tiene que tener fines que no vayan orientados a ser sustentables económicamente, construir una televisión pública.

Í: A mí me pasa que eliminaría las telenovelas de la tarde, las teleseries, como no sé po de cuatro a seis siento que es un tiempo muerto, como que por mi parte yo no veo ese tipo de contenido, pero igual pienso que hay gente que sí lo ve po, como que por algo transmiten eso porque supongo que es gente de mayor edad la que ve eso, pero yo por mi parte no le encuentro ningún valor. Pondría como un programa de deportes nacional, que se visibilizara lo que se hace a nivel nacional en cuanto a deportes; ciclismo, natación, todo, sería un gran aporte creo yo.

Gr: Yo concuerdo igual con D sobre de que la tele hoy en día todos los canales están como en competencia constante por el rating y como casi todas las cosas en Chile están por plata, o sea no está mal hacer las cosas por plata, pero se nota mucho, se nota mucho la competencia entonces por eso te transmiten cosas tan impactantes digamos porque a gracia es el que engancha a más gente gana más plata y así funcionan todos los programas. Entonces si se quitara ese enfoque quizás el del rating y... si a la larga la gente igual va a tener la tele prendida, los canales nacionales si o si los va a ver mucha gente, entonces claro hacer como un cambio de contenido por cosas que nutran la mente de las personas, y que vuelva 31 minutos.

L: Yo creo... o sea estoy de acuerdo con lo que dice Gr y D, sin embargo, hay que matizarlo porque es importante lo público, si, es importante crear como un espacio como de información pública como lo sería la televisión pública, pero sin embargo hay que preguntarse igual de por qué por ejemplo Chilevisión, que era el canal de la universidad de Chile, fracasó como canal público o estatal, o por qué TVN está atravesando la profunda crisis en la que está sumergida hacer años. Siento que igual como decía Gr no está mal que hagan cosas por plata o que haya competencia, sin embargo, hay dos cosas ahí: primero el indicador como de calidad o el indicador de éxito de un canal televisivo o de los contenidos de un canal no pueden estar medidos solamente por un número o la cantidad de pantallas que hay prendidas, eso puede ser un indicador numérico, super bueno, pero no puede ser eso solamente. Debería medirse su impacto como en la cultura y en la sociedad; y por el otro lado está el tema de que a pesar de que yo estoy a favor de que la... iba a decir libertad de expresión pero voy a buscar otra palabra mejor, como la libertad de editorial cierto, en los canales y el control de privados sobre medios, siento que a veces se pasan y eso lo cambiaría. Esas dos cosas entonces cierto, como el indicador de éxito de una línea editorial o televisiva, que sea medida como en su impacto en la sociedad y por el otro lado que sí bien existe la participación y la competencia de privados en estas líneas editoriales o televisivas sí estén normadas por una ley de medios.

Catalina: Ajá, entiendo. Pasemos entonces... quiero un poco saber si durante la pandemia ustedes consideran si cambió su consumo de televisión y porque consideran que eso cambió, en qué lo notaron ustedes, dale Seba.

D: yo creo que simplemente aumentó cuantitativamente, en el sentido de que me puse a ver series, antes esta wea de Juego de Tronos la veía simplemente porque era un día a la semana que tenía que llegar, sentarme... hay una ritualidad.

Catalina: perdón que te interrumpa... me refería a televisión abierta.

D: Ah abierta, ya, en un momento me di cuenta de que me encerré mucho acá en la pieza, estaba todo el día pegado en el computador y la televisión abierta bajó cuantitativamente a lo esencial. Bien, el punto es que bajó cuantitativamente y se remitió a lo esencial porque estaba todo el día encerrado en mi pieza y porque estaba todo el día entre zoom, estudiar acá, así que ahí fue el trasvasije definitivo.

Catalina: o sea ahí te desconectaste definitivamente de lo que era la televisión como abierta.

D: ahí bajo a lo esencial. De hecho, en mi casa pasó parecido, como... no, mentira. Es que hubo un momento en donde crearon un formato muy raro llamado como matinal de la tarde, que era un weon presentando noticias, pero más light y era como un consumo muy parecido porque era lo que estaba pasando en todo el día en la tele, y yo pasaba, me sentaba y comía, y después me iba a mi pieza, muy pasivo todo. Fue un consumo que no solo bajó en términos cuantitativos sino en términos de lo activo que participaba yo en la wea cachai.

Í: a mí me pasó que mi consumo aumentó, en la mañana sobre todo porque como estaba esto de los casos, de los contagios, como que había que estar pendiente igual, y si po era como diariamente estar pegado a la tele, en la mañana, sobre todo, viendo los reportes. En la noche igual, yo diría que en todo el consumo de tele en la pandemia.

L: Yo creo que a mí me pasó algo parecido, quizás relacionado con mi primera respuesta que era esto de que yo no veo tele... como que prendo yo la tele para ver, sino que veo estas pantallas cuando están en el entorno, y como ,claro la pandemia nos volvió a encerrar en la casa... mi mamá ve mucha tele, siempre la tiene prendida en su pieza o en el living o donde sea, y claro po yo bajaba de una clase y a veces me quedaba ahí como viendo qué onda decían, lo que decía Í; qué onda los contagios, qué onda las muertes, qué onda como se estaba viviendo todo en el mundo así que en ese sentido no sabría decir que sí aumentó, así como conscientemente, pero sí se hizo más presente en mi vida.

Catalina: bueno y sobre esto, su percepción... dado que no sé, D vio menos tele durante la pandemia, L vio de manera indirecta e Í de manera más directa vieron tele. ¿su percepción de la tele cambió de alguna forma o se mantuvo como era antes? Como, no me gusta la tele por esto, esto y esto o mira sabes que la tele igual... ¿ustedes creen que cambió de alguna forma durante la pandemia?

Í: sí, ósea con tanta noticia sobre los casos y no sé po el COVID sipo. Como que igual cada cierto día como que yo necesitaba no ver tele, como que generaba rechazo ver esas noticias, como que no me hacía bien. Eso

D: yo creo que simplemente la tele pasó a ser... se constató la baja calidad que tenía weon. Yo me acuerdo de que cuando estaba en pandemia prendía el CDF y no pasaba partidos weon, era como ... se rompió un poco la ilusión y vi como "oh en verdad estas producciones son muy malas". Ahí bajó la... y dije como... pero no en la tele hay aspectos como que se mantienen, o por lo menos se hicieron más patentes hasta cierto punto lo controlado que está la información en pandemia, se hizo patente en base a todas las polémicas y las cosas que a uno le contaban, y contrastaba con la tele y era como mmm. Como que siempre la tele se sentía que ... la tele me hacía sentir que el fin iba a llegar, que estaba tan la cagá y uno iba a afuera y era como "ok está la cagá pero no lo veo"

Catalina: porque también existe esta dicotomía cierto, de lo que sale en la tele versus lo que uno... yo me acuerdo en pandemia que en internet o las RRSS decía información como "el COVID ocasiona lunares, cráteres que explotan o no sé qué" y en la tele te dicen: oye tranquilo, causa fiebre, no sé qué. Existía un boom de información por todos lados entonces o le daba más legitimidad a la tele o se la podía quitar. Está esa dicotomía entre o le creo a la tele porque si me dice algo está bien versus lo que puede inventar cualquier persona por RRSS o no le creo tanto y me inclino más por estos medios más alternativos por así decirlo a lo tradicional.

D: En ese mar de información la tele tenía la autoridad de ser lo oficial, pero había mucha estupidez weon, había un mar de... pluralidad de voces que... pero eso. No, pero lo central es que dio patente a la baja calidad de la televisión chilena, como que ahí el trasvasije no fue tan complicado.

Catalina: alguien más quiere opinar de esto o pasamos a otro tema... ¿L?

L: Sí, eh... es cierto eso que dice D, que sí notamos la baja calidad de los contenidos, pero sí podrías repetir porfa la pregunta como para...

Catalina: Sí, como si la percepción que tenían de la televisión cambió durante de la pandemia, versus a lo que tenían antes de la pandemia y después.

L: Sí, es que yo creo que tampoco puedo dejar en el vacío cual era el contexto en el que nosotros veníamos antes, o sea no sé si vamos a tocar eso después... seguramente, no sé la verdad, pero lo que fue de octubre a diciembre del 2019 como que cambió y removiò muchas como capas de la manera en la que se entregaba la información. Porque era claro que una de las como cosas que nos molestaba a los chilenos y chilenas era cómo se daba la información, y siento que esa sensibilidad permitió un poquito justo antes de que llegara la pandemia, y en ese sentido como que noté muy claramente que como cuando llegó el momento de la pandemia en donde se tenían que tomar ciertas decisiones [históricas-críticas] ciertas personas estaban como más aguja... atento a la necesidad de hacer preguntas acuciosas cierto, como por ejemplo decía Gr este loco del JC que le dicen, que es super pauteado, yo entiendo eso es como un estilo pero aun así sentí que el cambio estuvo justo en el momento preciso, no para mejorar totalmente de todo pero sí para hacer ver que era un pequeño cambio y yo lo viví, lo sentí.

Catalina: Eso justamente te iba a preguntar L, y a todos acá, es que bueno si siente que ese resquemor que hubo producto del estallido social, las noticias que se compartían... era como una noción media compartida entre quienes veían televisión o era una noción un poco de nuestra generación más que nada. Porque igual está esta "vieja generación" que creció viendo la televisión y sigue confiando en la televisión, versus nosotros, que tenemos la posibilidad de acceder a muchos

medios, la posibilidad de RRSS. Entonces este resquemor, que yo lo entiendo, y que de hecho harto se habló en las marchas por lo que me acuerdo, pero ¿será tan compartido? Que creen ustedes ¿Gr?

Gr: yo vuelvo a lo que dije hace rato, la tele te muestra lo que un grupo pequeño de personas del país quiere que veamos. En términos generales, entonces en ese momento se dio mucho que en la tele te mostraban algo y después la gente en la calle grababa y te estaban dando a entender de que estaba todo pauteado. De hecho, se dio en un momento un caso de que había una tipa como haciendo un reportaje de las marchas de octubre y atrás salían unos tipo arriba de un auto a punto de quemarlo y eran actores, entonces ahí la gente se dio igual cuenta de que habían muchos canales que te estaban mostrando cosas que no eran o dando información que no era y de hecho en otros países eso está muy mal visto, que te cuenten mal una noticia es categorizado hasta como un crimen y acá en Chile no funciona así. Entonces llegó un momento de la pandemia en que era como una psicosis colectiva, si tu estabas todo el día viendo tele claro después te daba hasta miedo salir a la calle. A mí me pasó, y ni siquiera me había dado cuenta hasta que un día dije “ya, voy a ir a la feria” algo que es super natural, super común, que en ese tiempo era como “puta, salgo y me voy a contagiar”. Y recuerdo que yo me encontré con la mamá de un amigo y le dije “sí, yo estoy bien pero estoy medio preocupado por...” “a la larga era harto la tele, todo lo que te metían en la tele y fue como que ahí ella me explicó y me dijo que no era tan así, como que saliendo tú te dabai cuenta que no era tan así, y esa preocupación generalizada yo creo que la tele fue un factor super importante.

D: O sea, la tele tuvo un rol importante en la generación de... un clima complicado. O sea, la generación siempre terminó generando climas de o miedo o ahora actualmente... o sea la idea de que está la caga, o sea posiblemente si lo esté, esté la caga, pero se masifica con... o sea cuando queda la cagá en el centro o cuando... o la delincuencia, porque yo vivo... si tomas esa ansiedad completa por ejemplo entre lo que uno puede ver de lo que dicen las estadísticas contra la sensación de miedo que hay en las calles, hasta yo lo siento cachai. Hasta yo lo siento y es como “weon pero si me están diciendo que si salgo de la u...” y [...] es como una cuestión que ya no es transitable, pero llego a mi casa y es como “weon pero porque tengo tanto miedo” es como que nunca me ha pasado nada, en todos los días no me pasa nada así...

Catalina: ¿y ustedes creen que eso es algo compartido? Como, quienes consumen tv hoy en día, de todas las generaciones, sienten que hay un resquemor, como que la tele puede estar mintiendo, como en el estallido... porque nosotros igual estuvimos in situ con lo que fue el estallido social. O sea, todos universitarios, participando de las movilizaciones, universidades mas encima estatales, se vive un poco en carne este proceso del estallido social, ¿pero ustedes creen que fue una noción compartida entre quienes veían la televisión o la consumen?

Gr: yo creo que hoy en día 50 y 50. O sea, un 80 20. Como lo que fue las ultimas elecciones, que igual estábamos mucho mas avanzados, de lo que fue la cuarentena en sí, hay mucha gente que en Chile le cree a la tele, y hay un grupo un poco mas pequeño que igual decide informarse en redes sociales, en páginas oficiales, porque igual de repente hay paginas en RRSS o Facebook mas que nada e Instagram que transmiten noticias falsas, muchos, entonces yo creo que un grupo un poco más pequeño que decide aferrarse mas a digamos estas páginas de RRSS que son un poco mas fidedignas y... era eso. Hay un grupo bien grande que todavía le cree todo a la tele.

L: yo quiero seguir esa idea de Gr que es muy buena, que en realidad no nos dice nada mas que... lo que voy a decir en realidad es como algo sabido, que, en realidad nuestra generación peca un poco

de hiper digitalizada o peca de digitalizada en ese sentido, de a veces pensar de que hay personas que solamente... de no asumir o de no tener como tan presente de que loco solamente se informan viendo el matinal, y que todas las cosas, toda la concepción que tienen como del mundo que hay afuera; de la seguridad pública, de las cuestiones sanitarias, bueno en estos días las situación económica o macroeconómica ya es como... se vive día a día pero de todas formas puede estar como, se puede bombardear sobre todo con términos que la gente no Conoce, pero eso. Siento que la gente, nos falta como generación estar más conscientes de que weon, la abuelita que se sienta al lado, por lo menos en mi casa con el señor que vive al frente o al lado solamente se informa mediante este pequeño experimento de realidad que como decía Gr, que algunas personas pretende mostrar a partir de una línea editorial que es más bien estrecha.

D: es raro cachai, es raro lo de quien le cree a la tele o no, porque si... yo creo que hay harta gente que le cree a la tele, sobre todo las personas mayores porque mucha gente se informa en la tele. Pero igual siento que es un consumo selectivo porque es como... en CNN tienes a... CNN, que es el canal que yo diría que consumo mas en la casa que CHV, porque por alguna razón que sea una propiedad de una megacorporación norteamericana la hace más decente que las que son controladas por megacorporaciones chilenas, y es un programa que es bastante progre dentro de los estándares así que funciona mejor que no sé... mega. Mega es un canal demasiado sensacionalista y TVN no se queda atrás a pesar de ser un canal público, pero es como... yoo creo que es selectivo donde creen, donde ven, donde consumen... qué le creen a la tele. Pero de ese sector que decide creerle a la tele, no sé, población adulta, gente que va bajando en la escala estaría, pero en todos los grupos creo que hay un margen que todavía ve la tele y dice... le cree porque se lo muestran y está muy bien presentado, pero está muy selectivo... dentro de los que eligen creer, ¿qué es lo que creen? Porque hay cosas que omiten porque también están los elementos culturales... los elementos que ellos creen previamente para discernir que "si a o b"

Í: a mi me pasa que mientras más jóvenes menos se le cree a la tele, y va muy de la mano con lo que decían los chiquillos de la virtualidad que hay hoy en día, de que uno tiene acceso al celular, así que uno "ya, no quiero ver tele, veo el celular" y es algo que no tiene la gente adulta porque crecieron solamente con una pantalla, la tele. Así que tienen como mucha más cercanía a ese medio que a cualquier otro creo yo, para complementar.

Catalina: que bueno que mencionaste eso porque justamente ahora les quería preguntar cuales son los medios que ustedes usan regularmente. Medios entendiéndolos como medios de comunicación.

Í: Facebook, Instagram, y eso para informarse.

D: Facebook, a ver... en orden de lo que uso más a menos, Instagram, Facebook, tiktok, porque ahora uno se puede informar por tiktok... cachai que el celu ahora tiene una wea, como que corres el celu y te aparecen stock de noticias en el celu, como seleccionadas por el algoritmo de Google; noticias, ahí recién noticias como de la tele, y es muy chistoso porque son de los mismos canales pero... la tele, y está lo chistoso po weon, uno consume los mismos canales y los mismos noticiarios, las mismas weas aquí en el teléfono. Y antes curiosamente leíamos el diario, mi viejo traía el diario, y ya no, como que a veces llega y como que la parte de noticias la tiro pal asado y me quedo con la parte de sociedad y cultura, para reírme un rato o ver una crítica de cine de una película. Pero ya no nada, el diario murió.

Catalina: ¿y los demás?

Gr: yo casi puro Instagram la verdad, como que sigo a páginas distintas de noticias dentro de todas las cosas que sigo y con eso me informo. Claramente igual cuando tomo once ahí está la tele y dan las noticias, pero se me hace más agradable por RRSS.

Catalina: bacán, y son como cuentas independientes más o menos de noticias o como Canal 13, CHV

Gr: Sí, sí. Cuentas más independientes, sí, es mucho más independiente y por lo mismo, porque igual de repente los medios manejan mucho la información. Igual gracias a estas nuevas cuentas independientes de noticias que salen se nota más, ahora se nota mucho más, como cuando alguien te está metiendo información que no es.

L: yo me informo principalmente de las RRSS, como que constantemente estoy visitando una página que se llama dixit.io que es un mosaico como de noticias que está creado a partir de la cantidad de retweets en Twitter, o sea básicamente es como informarse a través de twitter cachai, porque al final es una página como de algoritmo que se crea a partir de la cantidad de retweets y eso te lleva a la fuente, como a; Biobío, el mostrador, a ciper, la tercera, donde sea. Igual encuentro bacán ese formato para informarse porque siento que es como muy etéreo, igual es como muy posmoderno, pero es como... todos y nadie al mismo tiempo está haciendo esa línea editorial, pero claro igual llegas después a los mismos medios de siempre cachai. RRSS como que, si no estamos con esa excepción de Twitter, la verdad es que no me gusta mucho informarme como de cuestiones oficiales vía Instagram, por ejemplo. Aparte como que veces me pasa que, quizás yo soy medio torpe, pero a veces veo estas cuentas falsas, así como de "Chilevimega" no sé weon, y veo como noticias absurdísimas como "la reina Isabel era un reptiliano" y es como "ohh weon" porque es como todo el layout, el diseño, todo idéntico... es idéntico cachai y es como que tengo que leerlo dos o tres veces como para darme cuenta de eso. Y finalmente me pasa lo mismo que D, hubo un tiempo que efectivamente leí mucho diario, mucha prensa escrita porque llegaba el diario a mi casa y cada vez fue decayendo un poco en la medida que me di cuenta... a mi casa llegaba el Mercurio, y ahí me di cuenta que el mercurio en realidad no era de la línea editorial mas libre, cierto, como disponible, así que ahora como cada vez que me informo de algo mediante la prensa escrita o como ponerme al tanto del debate mediante las cartas al director o cosas así, o artes y letras, cosas así.

Catalina: Oigan y... quería preguntarles si ustedes creen que usan las RRSS para informarse o en verdad es muy secundario... ¿Cuáles son las razones por las que usan las RRSS?

Í: más como por lo mismo, porque es una red social, como para comunicarse con los amigos de uno, pero claro es como más secundario por ejemplo uno va navegando en la aplicación y aparece una publicación de una de estas páginas de noticias, y uno la lee y la comprende y sigue navegando.

Catalina: Ya, o sea que a ti te aparece algo informativo y lo lees, no es como que llegues y lo busques... "qué está pasando con esto"

Í: en el caso de que sea como algo comentado, así como en el momento por alguien en una conversación boca a boca ahí claro, uno busca, pero no necesariamente en la red social.

Gr: a mí me pasa lo mismo, o sea las RRSS las uso como para hablar con mis amigos, pa ver memes y pa ver noticias igual porque como sigo su buena cantidad de cuentas que comparten noticias

cuando pasa algo importante, salé ahí de los primeros, uno quiera o no o te sale el noticiario o te sale un meme y cachai de una. Así que sí, yo diría que igual uso RRSS para informarme.

Catalina: por ejemplo, ya, una pregunta muy espontanea. Hoy día ¿Cómo se enteraron de que la reina se murió? De qué manera se enteraron

Gr: un meme

Catalina: ¿en Instagram?

Gr: Sí

Í: por ti [risas]

Gr: En chvtvmega

D: las páginas de Instagram que sigo que dan noticias

Catalina: ya, por una página de noticias de Instagram

D: sí, es que no me acuerdo si lo vi primero en una página que un weon creó de política... esas páginas políticas que hay y después.. toda una mezcolanza, pero fue por Instagram en el fondo.

L: yo por dixit, lo que pasa es que claro, había cachado que estaba como a medio morir saltando la señora por esa misma publicación y lo que recuerdo claramente que fue como que estaba trabajando hoy día y vi como la wea en dixit que estaba como media muerta, y después terminé ese turno y fui como a almorzar y claro en el comedor del lugar donde estaba trabajando estaba el titular en la televisión. Supe que se había muerto por la televisión, pero nuevamente, super circunstancial, si no hubiese estado prendida... y hay otra cosa que quería responder en relación a la pregunta anterior, pero dale nomás.

Gr: tomándome de lo que acabas de decir igual, no me había dado cuenta tampoco pero sí, como que la tele hoy en día de repente es como un medio de confirmación de noticias porque de repente hay noticias que tu no las crees hasta que las ves en la tele, eso.

L: eso es interesante igual, porque va super bien con lo que quería decir, que efectivamente es un medio de confirmación muchas veces. Con lo que nos pasó hoy día claro, es un buen ejemplo de eso, hay muchas anécdotas también sobre eso, pero a lo que quería ir es frente a como se informan mediante las RRSS hay que preguntarse qué es un evento y qué es una noticia. Porque claro nosotros con Gr, por ejemplo, o con D e Í mismo, que le gusta el deporte, podemos seguir como de nuestras propias agendas, para llamarlo de alguna forma, un montón de paginas de información. Sin embargo ¿en qué momento se vuelve noticia? ¿Cuándo todos sabemos sobre ello o cuando, por ejemplo, la televisión la transmite? En ese sentido la televisión tendría una suerte de autoridad... en el sentido de autoridad, de las mas fuertes de las autoridades.

Catalina: como de mayor legitimidad

L: que produce efectos de verdad, perdón lo abstracto del termino, pero produce efectos de verdad cachai, a pesar de que no sea verdad incluso, como por ejemplo... todos podrían ver como un ejemplo de lo que vieron en sus propias agendas como decían en los últimos días. Yo por ejemplo vi que estaban desalojando una cuestión en punta de Tralca que se iba a convertir en un condominio

de lujo y que al mismo tiempo está ahí peleando por ser un santuario de la naturaleza, pero es un poco porque claro, yo estoy ahí con una agenda territorial... si bien no militante activa, si atenta. Pero no es noticia, y la televisión no ha generado, así como la red social, este efecto diversificador de autoridad o de verdad, de noticia. Así que eso

Catalina: y, con esto justamente de... ya, yo veo algo en la tele, me guste o no me guste o si es que considero que es noticioso o no, o es legítimo o no es legítimo, ¿ustedes creen que las personas de nuestra generación responden un poco a esto que sale en la televisión? Como en el típico #chilevisión... ¿ustedes creen que hay una respuesta activa de nuestra generación a los contenidos que salen en la tele?

Gr: yo creo que sí, yo creo que cada día es más rápido. De hecho, ahora salieron varias paginas como de esto del fact check que igual en otros países es algo como que está de siempre, pero es como un medio... un poquito más oficial donde ya son un grupo de personas que en el manejo de información en el que te chequean en sí de lo que dice una noticia que es transmitida por un medio oficial o por una persona digamos influyente o importante es real o no.

Í: ¿Cuál era la pregunta? Perdón

Catalina: Sí, que, si ustedes creen que actualmente las personas de nuestra edad, generación, responden a lo que sucede en la televisión. Como si es que tienen una dualidad en la comunicación, porque no es solo el contenido que se emite cierto, sino lo que yo recibo y lo que yo respondo también. O sea, si es que hay algo que no me gusta en la tele ¿qué hago? ¿lo digo, lo converso, lo exteriorizo, lo comparto? Tenemos una actitud pasiva o activa frente a eso, ¿Qué creen ustedes?

Í: yo diría que más pasiva, también siempre hay como una doble lectura como... la gente de nuestra generación no se traga la noticia al tiro como la gente adulta, es una doble lectura. Como que no... ya, escucho la noticia y todo, pero hasta como por ahí nomás la creo cachai.

Catalina: ya, ¿y creen que es importante eso? Responder a lo que sucede en la televisión, tener una postura frente a lo que sucede en la televisión hoy en día en nuestro país.

Í: Sí, yo creo que sí porque igual son noticias que nos afectan a todos y hay que tener que formarse una opinión para responder a esas noticias.

Catalina: ¿todos de acuerdo con eso? ¿D?

D: Sí, yo... decir lo mismo, o sea no lo mismo, pero... pongo un ejemplo. El otro día estaba viendo la wea de la constituyente, los debates y toda la cuestión, Felipe Harboe mintió descaradamente en la tele, yo dije "pero weon nadie le dijo nada" y no hice nada po, voy a quejarme en todos lados, pero me siguen 700 personas en Instagram, no tengo twitter para quejarme, la Mass media me aplastó, me sentí aplastado por el peso de los medios de comunicación.

Catalina: pero sí consideras importante dar a conocer eso ¿o no?

D: sí, debería hacerlo, debería haber un elemento que pueda decir "esto es falso"

Catalina: como en la conversación general

D: sí, haber algo... o sea el mencionado fact check pero también es muy limitado, y no alcanza



Í: sería bacán que fuera instantáneo, así como que hubiese una persona en la tele corroborando la información.

Gr: en estados unidos pasa hartoo que cuando alguien comparte algo que no es oficial o que es derechamente una mentira te censuran super rápido o te marcan en twitter por ejemplo que lo que estas diciendo es falso. Pasó hartoo con Donald Trump cuando ya le quitaron la cuenta por incitar a este, al asalto al capitolio, y acá en chile no pasa. De hecho, antes por el tema de las elecciones, las últimas elecciones, se compartió mucha noticia falsa y hasta el día de hoy hay gente que piensa que son verdad, y eso no es como... a muy poca gente la castigaron por eso, de hecho, a la larga castigan a la gente que aparte de decir mentiras en la tele o en RRSS tuvo algún otro comportamiento malo y queda ahí, pero hay mucha gente que compartió mucha información falsa, noticias falsas y queda todo ahí. La televisión nacional digamos no te hace ese filtro o no rectifica, puede que un medio oficial después comparta la noticia y diga "cierto, fue falso" pero en la tele no te lo muestran mucho.

Catalina: o sea sientes tu como que no se hacen cargo al final de estos errores o estas pautas

Gr: no, muy poco

Catalina: y ya para ir finalizando chiquillos una pregunta un poco abierta, que me gustaría igual como que se dieran color... que respondieran con lo que sienten. Si ustedes creen que nosotros, como las nuevas generaciones que tenemos mayor acceso a la información y RRSS, podemos generar cambios positivos en cómo se desarrolla la tv. ¿ustedes creen que podemos hacer ese cambio? A nivel generacional, a nivel de ganas, a nivel de interés ¿nos sigue interesando mejorar la televisión o en verdad que se muera, dejémosla morir sola y proponemos a algo distinto. ¿Qué opinan ustedes? Yo vi que D levantó la mano primero, de ahí L, Gr e Í

D: yo creo honestamente que es un desafío impulsar una ley de medios y salvar la tele, convertir la tele pública en una tele pública estilo BBC todo lo sostenible posible. Y una verdadera ley de medios porque el problema ahora no es que hayan mucha... o sea mienten, obviamente, el problema es que como hay tantas verdades circulando que la verdad verdaderamente importante termina desapareciendo, entonces hay que crear una verdadera ley de medios porque la tele sigue estando en la casa de la gente y hay que desconcentrar los elementos que producen información para de mero espectáculo en vez de informar de verdad. Y yo sí, yo creo en rescatar la tele porque sería penoso de que la tele desapareciera y al final toda la información sea controlada por... te imaginas que un día Netflix se ponga a poner... o HBOMAX se ponga a poner noticias weon, ahí es el acabo.

Catalina: ya, es importante entonces recuperarla

L: la pregunta igual es interesante porque claro, nos hace mirar al futuro. Yo creo que hay que identificar bien las arenas, sin embargo, la arena como por ejemplo, a propósito de la pregunta anterior sobre las RRSS y la televisión. Como en la arena de la televisión yo siento que es uno de los artefactos, así como tele tele, y la televisión abierta como institución no cierto, como canales, es una de las cosas que algunos esperábamos que hubiese un gran apagón pero que nunca sucedió. Un poco lo que pasó hace un par de años atrás con la aparición de los libros digitales, la tinta digital, y todos esperaban al igual que por ejemplo como pasó con las cámaras de rollo, desapareciera totalmente, pero yo siento que la televisión es uno de esos artefactos que está para quedarse. En ese sentido es una arena como en la cual nosotros igual podemos interferir positivamente, generar un cambio. Sin embargo, yo creo que se hace difícil pensar en cómo vamos... como se podría

programar ese cambio, como podríamos verlo porque siento que hay tantas... hemos estado en un entorno en el cual la televisión abierta ha estado tan controlada, tan pauteada que se nos hace difícil pensar en una televisión abierta o una televisión pública como sería la BBC. A mí por lo menos se me hace difícil, y en ese sentido no sé cómo... tengo esperanzas pero también cierta incertidumbre de que no sé cómo vamos a correr el cerco de lo posible en temas de comunicación y medios, así que siento que sí podemos hacer un cambio pero no sé cómo. Me veo actualmente medio atados de manos y no sé si una nueva institucionalidad solamente va a por decreto solucionar nuestra percepción sobre cómo comunicamos lo que es noticia.

Catalina: pero sí crees que es importante hacer el cambio ¿cierto?

L: siento que es importante, pero no sé como

Gr: yo concuerdo con D en lo de la ley de medios. Yo creo que ahí es super importante ser fiel a la verdad a la larga, ser transparente y seguir exigiéndolo porque a la larga cuando sale una noticia que impacta que es falsa, es importante, la gente igual aprieta hoy en día a los medios en RRSS y eso tiene una repercusión en la vida real digamos. Hace poco por ejemplo pasó esta noticia de que el presidente de Brasil dijo en un debate que boric había incendiado los metros, encendió todo, fue trending topic o estuvo por ahí porque había dicho una noticia falsa y en Brasil tampoco hacen mucha censura con las noticias falsas entonces ahí la gente igual se movió y cuando pasa algo así en Chile también pasa, y la gente que está a cargo de los medios se retracta. Entonces yo creo que ese es el camino y claro, hacerlo oficial con una ley de medios.

Í: yo encuentro que la tele es un medio de comunicación valiosísimo porque en cualquier parte de Chile por lo menos si uno tiene la tele como dispositivo la enciende y puede ver lo que están dando, tiene un poder enorme así que si po, sería genial que el contenido que se transmitiera fuera de calidad. Y cómo cambiarla... así yo como persona lo veo difícil pero lo que dijeron los chiquillos lo encontré bien correcto, lo de la ley de medios. Que hubiera dentro de esa ley... esto que hablamos de corroborar lo que se dice en la tele en el momento en que se está transmitiendo para que no hayan fake news, que el contenido también sea de calidad... bueno todo lo que hablamos. Lo de tener programas deportivos se me ocurre a mí, que sean más... que incluyan mucho más a los otros deportes, que no sea solo fútbol. Y también a lo que se le viene a la tele es la transmisión online, puede tener no necesariamente un televisor, sino que una pantalla; en el celular, notebook, ahí uno se mete a la página y puede ver la transmisión, así que ahí también tienen que empezar a desarrollarse los canales para apuntarse a esa área.

Catalina: oigan y... ya esta sí que es la última, me surgió ahora. ¿ustedes creen que se da como una especie de armonía entre lo que es la televisión y lo que son las RRSS o dispositivos tecnológicos? Porque, así como dijo L que esta gran amenaza que la tele iba a morir o que los libros en papel iban a morir por los libros digitales ¿ustedes creen que la tele va en decadencia con el ascenso de estas RRSS? O se alcanza un punto de equilibrio en la convivencia de ambos medios

Í: yo creo que sí hay armonía porque en todos lados va a haber una pantalla, siempre hay una pantalla encuentro yo, y eso habla de como todo el mundo se relaciona con las pantallas, como que son necesarias, no es algo que vaya a quedar como obsoleto creo yo. Y lo mismo con las RRSS, como que igual se equilibra el contenido que se transmite porque se comenta cachai lo de las RRSS, se

valida o no se valida, si hay debate, así que es como todo un universo que... en cuanto a las RRSS y la tele.

L: yo creo que como dije antes, son arenas bien separadas y la frontera está super [clara], no sabría llamar la palabra armonía, no me convence tanto que la palabra sea armonía porque para hablar de armonía debería haber una suerte de complementación cierto, en su efecto, pero siento que no existe eso. Sino al contrario, muchas veces hay como una saturación entre una y la otra, por eso veo mas bien que hay una frontera que está super clara, una pared si se quiere, super gruesa, evidente, visible, pero aún así es permeable. Yo creo que la interrogante debería ser si es que realmente una se complementa con la otra...

Catalina: claro, me refería a armonía porque igual la televisión ha intentado estos últimos años un poco meterse en todas estas manos que pueden tener las RRSS incorporando a la gente con los hashtags, o cada canal tiene su propia cuenta de Instagram o de Twitter entonces de alguna manera u otra se trata de crear esta complementariedad o esta armonía por así decirlo, por eso igual es importante decir si lo consideras armónico o no, entre la información que se transmite o que se tiene acceso en las RRSS versus la que uno tiene acceso directamente en la TV, que es mucho más variada y mucho más estricta por así decirlo en la TV.

L: si, en ese sentido yo creo que como de decisión de organización efectivamente si yo siento que trabajan bien juntas y que hay un intento deliberado, que a veces funciona super bien, de poner en primer o segundo plano, muchas veces en segundo plano sobre todo con el tema de los influencers o personas como que habitan el mundo del espectáculo , que es un mundo televisado cierto, o de las celebridades más que de los influencers porque es una figura muy de Red social, pero sí de las celebridades. Bueno un poco eso, yo creo que sí totalmente.

D: yo esto completamente de acuerdo con todo esto en el sentido de que la armonía es algo que va a pasar, o sea ya está integrada en un sistema integrado de medios, así que son armonías armoniosas en todo el sentido posible. Pero porque la gente va a seguir teniendo la tele porque es un objeto que es útil para más cosas; puedes ver películas, la gente lo usa para Netflix, eso.

Í: a mi me pasa igual con lo que decía L que sí po, igual pienso que sería armonioso si hubiese un contacto más directo con a tele, como que uno solamente recibe, y en cambio en las RRSS uno recibe, pero también da, puede dar su opinión.

## Transcripción Focus Group 2

Fecha: 25/09/2022

Participantes:

K

N

C

Presentación de los participantes: ocupación, edad, gustos.

Catalina: Ya, para empezar una pregunta muy básica ¿Ven televisión?

K: Sí

N: Sí

C: Yo sí, pero poco. Series.

K: Sí, yo igual, series.

Catalina: ¿Pero se refieren a plataformas o a televisión abierta, canales del cable o algo así?

K: Casi nada

C: Yo en instancias muy específicas, como tomando once con mi familia y está la tele ahí y matinales, me topo con los matinales durante el día y ahí están.

Catalina: C, ¿Entonces están como puestos en la casa y tú los ves, más que nada? ¿O igual lo prendes tú?

C: Sí, igual a veces pongo los matinales pero es raro porque igual me genera como rabia. Ya no lo hago mucho eso sí, pero en pandemia era habitual.

Catalina: Esa es una buena pregunta, ¿En pandemia ustedes creen que cambió su consumo de televisión? ¿Cómo creen que fue ese cambio, si es que hubo un cambio? Quizás no lo hubo, en su consumo de televisión.

K: Yo hace años que no veo tele, pero me pasó que en pandemia me topaba más los noticieros porque mi mamá siempre la tenía prendida. Igual ahí decían cuántos casos habían al día y era como la única información. Pero ahora solo me la topo cuando mi mamá la tiene encendida, nunca la ocupo mucho.

N: Sí, en mi caso la tele en las series aumentó mucho y en cuanto a las noticias, hace unos años dejé de ver noticias por los contenidos que tenían y me pasó que en la pandemia aumentó un poco al inicio porque como estaba todo el tema de los contagios mi mamá la encendía y yo la veía, pero en general no prestaba mucha atención porque me pasa lo mismo que a C, me da rabia la tele entonces prefería no escuchar. Y cuando vengo a la casa de mi pareja, que también era una constante en la pandemia, ahí si tienen la tele puesta y las noticias entonces como que ya era lo mismo, comiendo está la tele puesta y una escuchaba. Pero era eso no más.

Catalina: ¿Y cuando veían eso era contenido informativo solamente? ¿O entretenimiento? ¿Qué es lo que veían generalmente?

K: Informativo

C: Sí, la parte de noticias que son casi pura delincuencia. Y los matinales en pandemia, lo que me quedó en la memoria, eran muchos casos de femicidio, eso fue muy repetitivo. Y esta cuestión de ponerse a investigar entre todo el panel, aunque no hayan mayores expertos en el tema. Eso recuerdo.

Catalina: ¿K y tú igual?

K: Más que nada los informes que daba el MINSAL, que los daban como a las 12. Eso era principalmente. Y me topaba con lo mismo que decían las compañeras, hartos casos emblemáticos acá en Chile de femicidios y traían videntes y cosas así. Eso era lo que podía ver respecto a medios de comunicación, porque si era por mí veía series o cosas así.  
Catalina: Oye y C y N dijeron que les daba rabia la televisión, ¿Podrían profundizar un poquito en eso?

N: En general me pasa que le dan pantalla a personas que desinforman, que hablan cosas que en verdad no estoy de acuerdo para nada, siempre son las mismas personas las que hablan y son las mismas que tienen el poder en Chile. Se sabe igual que los medios de comunicación, los canales de televisión en Chile, los dueños son personas que tienen mucho poder económico y por ende en muchos casos tergiversan la información con las palabras que ponen en los títulos y hacen una cosa psicológica para que uno diga como “uy, qué terrible”. También el tema de que todo siempre sean puras cosas negativas, violencia. Estigmatizan algunos lugares y la información siempre la dan en los mismos lugares, la de la delincuencia. Pero nunca hablan de otras regiones, siempre es Santiago y algunas comunas no más. Y bueno los políticos... yo los escucho y al tiro me da rabia y quiero apagar la tele y a veces quiero hasta pegarle a la tele, no lo soporto. Cuando hablaba Piñera era como “uy, ya está hablando este señor” y obviamente no decía este señor... pero me molesta, me molesta que esa gente tenga tanta pantalla.

Catalina: ¿C?

C: Tal cual. Me pasa lo mismo. Sobre todo con la política. Siempre las mismas caras, las mismas referencias. Eso transmite una idea que igual es cuática, porque es como que las decisiones siempre las toman partidos políticos, todo muy polarizado. Igual en pandemia, ahora que K lo dijo, todos los días habían reportes y acá en mi casa es muy cotidiano, es muy agotador, era una rutina ver cuántos casos habían y eso era muy agotador, daba mucho miedo. Y no hay mucha variedad entre lo que te muestran en la mañana y lo que te muestran al medio día y en la noche. Eso lo hace muy fome. Y es política, que me da mucho la sensación de gente con plata que pelea entre ella, y eso es muy molesto porque, a diferencia del teléfono, redes o prensa alternativa, no se menciona mucho de presos, las fuentes son siempre las mismas, hay mucho sesgo de diferentes tipos, de cómo tratan la información. Como que quedas igual.

Catalina: ¿K tú igual compartes eso que dice C?

K: Sí, yo me acuerdo que... como decía, yo solo veía en pandemia, ahora casi no me topo nada porque estoy fuera de la casa casi todo el día. Pero yo me acuerdo de que bajaba, estaba encendida la tele y estaba hablando cualquier persona y decía “ay mamá, por favor apaga eso” porque me daba ese sentimiento de que ya estaban con lo mismo. Siempre se enfocan solo en algo, está muy centralizada la información. Se quedan solo en Santiago y pucha yo no soy de Santiago, hay muchas cosas que no se ven. Soy del sur, cerca de Rancagua y muchas de las cosas que se ven, porque hay

una sección que es como de regiones, lo mismo: son solo cosas negativas. Y lo que más da rabia es que la gente mayor, adultos mayores sobre todo, siempre están viendo la televisión, y están viendo todo lo negativo y no otro tipo de cosas. Igual encuentro que está ligado a un puro partido político, no hay comparaciones. Y nosotras somos más jóvenes, pero después una habla con su familia, papás, abuelos, existen mucho esos choques porque no ven otras realidades y uno piensa que igual están ciegos ante otras cosas y eso está mal, es lo que me da más rabia. En vez de informar o generar comparaciones, ver todas las aristas, no se genera y eso da rabia.

Catalina: Qué bueno que mencionaste eso porque igual les quería preguntar, para ustedes, ¿Qué tan importante es la televisión para nuestra sociedad? ¿Es buena, es mala, es necesaria, no es necesaria? ¿Cómo lo ven ustedes? Porque hace algunos años la televisión era el único medio de información y entretenimiento que lo tenía todo y actualmente hay muchas opciones, están los teléfonos, computadores, redes sociales... ¿Cómo creen ustedes que nuestra sociedad está valorando la televisión hoy en día?

K: Yo pienso que la televisión es súper importante, es fácil de consumir, es una forma muy importante y que debería usarse pero la forma en que se usa es mala. Si pensamos en el proceso constituyente que hubo ahora, al final era mucha desinformación y tenemos que pensar que nuestros padres, abuelos y quizás más atrás solo se informaban por eso. E incluso si es que se informan por redes sociales, siguen a los mismos medios de comunicación. Siempre se está consumiendo lo mismo y no había varianza, ni otro tipo de opciones. Y era así la televisión, muy franja por el rechazo. Y daba lata porque si mostraban las dos franjas, pero después en las noticias por ejemplo solo mostraban las equivocaciones del apruebo, pero no veían otras cosas y era súper tendencioso. Entonces eso, yo encuentro que es muy importante la televisión y los noticieros pero se les saca poco provecho, igual están súper comprados y uno no sabe si eso es positivo.

Catalina: ¿Alguien más que quiera participar en eso?

C: Yo me siento parecido. Creo que sigue siendo... no sé cómo explicarlo. Una vez leí unas páginas de un libro que hablaba de la importancia de la televisión en cierta década, era el único aparato que todas las familias tenían y por ahí se informan, entretienen y todo. Y ahora tenemos todo lo que tu mencionaste, muchos aparatos más, pero uno igual entra a cualquier casa y la mayoría, gran parte al menos, e independiente de la situación socioeconómica la tele está. En los saqueos, saquean teles. Y eso es lo otro. Están las noticias y después mil publicidad, de las grandes empresas, grandes marcas y nuestras elecciones se van modelando por ahí. Esas son nuestras referencias si uno ve la tele. Y nada, siento que todavía tiene un poder y un querer adquirirla que está muy presente. Tenerla ahí en las piezas, en el living, sigue estando mucho.

N: Sí, yo creo que la tele sí la encuentro importante por el poder que tiene. Finalmente se sigue consumiendo mucho, pero como decían las chiquillas si se ocupara de otra forma sería mejor. Es importante por el poder que tiene pero se podría ocupar de otra manera para que sea más justo, más informativo, qué se yo. Podría ser algo muy genial pero no lo es tanto porque genera todo lo que ya hemos conversado. Por ejemplo, pensando en el plebiscito de ahora, la campaña del rechazo tenía el medio de comunicación, la televisión, como el principal. Y eso pasó, se desinformó a toda la gente, cosa que es muy grave. Y eso pasó porque la televisión tiene mucho poder. Porque nosotras en esta generación tenemos el teléfono, el computador. Pero la gente de mayor edad generalmente

ocupa solamente la tele y se guían por eso y sigue influyendo mucho la información de la tele en esas personas.

Catalina: Oye y mencionaste esto de que podría ser mejor la televisión, ¿Cómo podría ser mejor?

N: Quizás mostrando cosas más... no tan terribles como la delincuencia y esas cosas. A mi me gustan estos reportajes de lugares en Chile que tienen esta cultura, y muestran las comidas y esas cosas, por ejemplo...

Catalina: ¿Como Lugares que Hablan, por ejemplo?

N: Si, por ejemplo eso. Cosas así. Me pasa eso sí que las personas que salen en esos programas... para mí la tele está infestada de personas que les dan pantalla y me cargan, entonces para mí que estén esas mismas personas ahí me causa rechazo y no los veo. Pero quizás si fueran personas más nuevas, que no estuvieran tan corrompidas, tan influenciadas por esto de los políticos, podría ser mejor con gente más nueva y mostrando cosas más positivas. Y que sea más abierta a otras perspectivas sobre los mismos temas. Y no me refiero solamente a izquierda-derecha porque me carga que hagan esa polarización sobre los temas, cualquier persona podría hablar sobre esos temas, quizás llamar a alguien experto pero que no tenga sesgo político. La política tiene muy manchada a la televisión, en general.

K: Yo igual tengo un comentario respecto a esa pregunta. Es que, por ejemplo, en el cable, siempre hay algo que le llaman los canales nacionales. Y en esos canales uno siempre ve, quizás es ignorancia igual, que son del mismo color político, como que van en la misma línea. Y también voy a decir algo que no sé si está correcto y es que yo no sé si hay algún noticiero que se de aquí en Chile, que sea consumido, que sea como de otra tendencia.

C: Igual los noticieros que dan en esos canales nacionales se declaran como televisión abierta y coinciden con ese nombre, y sería bacán que fuera realmente abierto. Yo igual siento mucho que te pintan con un color político sin quererlo, pero expresas una opinión en una discusión familiar o algo y te calzan en una categoría que existen antes de una y eso es raro. Y también me pasa mucho que en esas secciones que ponen como de reportajes que ponen más al final, antes de terminar o antes de la sección de deportes... A veces le he sacado mucho el rollo a la tele porque me cae tan mal que le pongo mucha atención... Y no sé, hay muchas noticias súper interesantes que te dicen como en un minuto y si quieres saber más, búscalo en la página web. Pero es muy raro porque sería muy bacán que estuviera dentro de lo que te informan y no como un agregado. También me pasa que es como el horario de los programas culturales es difícil, muy temprano, los fines de semana solamente o típico que el sábado hay algún programa de Pancho Saavedra y la comida y esas cosas, podrían estar de lunes a viernes también. Igual no veo la programación entera así que puede que la esté embarrando, pero bueno. O con lo mucho que se pueden consumir solo los canales típicos.

Catalina: Oigan ¿Y cómo creen ustedes que responden a lo que ven en televisión? Por ejemplo, veo tal canal y no me gustó esto que dijo Pancho Saavedra, no sé, redes sociales, lo comentan con una persona, ¿Responden de alguna forma a lo que no les gusta en televisión o lo dejan pasar?

N: Yo con las noticias peleo mucho. Ahora elijo el silencio por mi salud mental y porque para qué andar discutiendo con algo que siento que no tengo manera de que se cambie, no hay injerencia. Para qué desgastarse y que se vuelva fome la instancia de comer. Más encima eso genera un estrés

a la hora de comer y es muy terrible eso. Creo que como no recibo ni sigo en instagram los canales de noticias, no saco información de ahí, no hay respuesta. Siempre es a nivel de conversación con amigos que alguien dice “¿Viste esto que pasó en este canal?” Pero nada más.

K: Yo con mi mamá comento harto, ella está bien atenta a Facebook y comenta las cosas. Y cuando llego a la casa me pregunta si vi la noticia de esto o de esto otro y yo le digo que me cuente y ahí comentamos, o me cuenta cuando estamos comiendo y ahí reflexionamos un poco. Y como mi mamá solamente ve esas noticias yo igual le digo ‘mamá, esto a veces es así o esto a veces no es así’, porque igual hay harta estigmatización yo encuentro. Por ejemplo yo ahora que estoy en Santiago voy a algún lugar y mi mamá me dice “Pero K, cómo vas a ir allá si allá matan siempre gente” y no sé, mi mamá siempre está con esos miedos y yo le digo que no es así, que no se quede con esos miedos. Y con mis amigos también lo comentamos. Pero ahora que salió la pregunta, creo que lo comento siempre con personas que podemos tener pensamientos similares o que voy a encontrar afín, porque si lo comento con alguien que no va a pensar igual quizás no lo hago y quizás eso está mal igual pero con la única persona que comento cosas que quizás no vamos a pensar igual es con mi mamá, pero es porque es mi mamá. Si lo hago con otra persona me siento un poco insegura al respecto.

N: Qué bueno que comentaste eso porque siento que me pasa exactamente lo mismo. Por ejemplo, con amigos en general, más que con mi familia y con mi mamá a veces porque ella es más receptiva a comentarios así, igual lo piensa aunque esté más en contra de lo que dices pero lo piensa. Y con amigos en general, o con mi pareja o gente con mucha rabia. Es como “aaah, destruyamos este país” solo por ver las noticias, pero solo con mis amigos.

Catalina: ¿Y creen que es importante disputar un poco o responder a lo que sale en la tele? ¿Consideran que es algo importante o necesario que hagamos?

N: A mi me pasa que ha sido necesario en mi vida. Por ejemplo, cuando yo estaba en el colegio no era de esas personas que criticaba las noticias. Por ejemplo, yo las veía no más y filo. Pero al empezar a criticarla yo creo que cuando uno habla y expresa lo que piensa está como formando un pensamiento crítico, y criticar esas cosas igual ayuda. Y lo vas conversando con otras personas y te muestra sus puntos de vista y se genera toda una conversación que va alimentando este pensamiento. Sí me pasa lo mismo de que lo comento con pura gente que piensa parecido a mí, pero sí me ha ayudado. Desde que salí del colegio hasta ahora he formado un pensamiento crítico, por muchas razones, y creo que una de esas ha sido criticar las noticias y dejar de verlas también.

C: A mi me pasó muy igual. Cuando estaba en el colegio no era tema, era parte de mi rutina y estaba muy normalizado ver las noticias, los programas, las comedias y en un momento no existió más y el apagar la tele se me hizo real sin darme cuenta. Y después entendí por qué mucha gente dice “Apaga la tele” o “Telebasura” y antes era como solamente una frase y ahora te cambia la perspectiva. Me ha pasado en el tiempo de la campaña que estuve visitando a una abuela en San Felipe con una tía que la cuida y ellas realmente ven televisión como en cable, pero igual los canales de televisión abierta todo el día. Toda la programación. Y me pasa lo mismo que dice K, que me llamaban por teléfono y me decían “cuídate mucho, que vi que en la Plaza de Maipú hoy estaban robando los teléfonos y los vendedores ambulantes, que no te pase nada” y eso es cotidiano, ver mucho la tele te cambia todo. Pero no es que necesariamente esté pasando eso todos los días o a cada rato.



Porque a veces no está pasando nada y no te dicen nada, o a veces está pasando de todo y no te lo muestran.

Catalina: No sé si alguien más tiene algún comentario...

K: Yo podría decir que igual es importante comentar con otras personas. Ahora que lo pienso, cuando yo era chica era poca la tele que veía, era como más de las series juveniles que daban en la tarde y después a veces me topaba una noticia. Y ahora más grande pienso que lo que dicen las noticias es como lo que es el mundo, como que así de mal estamos, así y así. Y cuando caminaba al colegio me topaba con este típico graffiti que decía "Apaga la tele" y nunca le encontraba sentido, pensaba que era hasta para cuidar el planeta. Y cuando ya fui creciendo y estaba en media y me fui dando cuenta de cómo se manejan ese tipo de cosas hice click y me fui dando cuenta de que a uno lo construyen un poco, que lo intentan manejar, guiarte el pensamiento. Y comentar con otras personas que tiene otro contexto, piensan otras cosas, viven en otros sectores y así un montón de cosas te ayudan a darte cuenta de otras realidades. Si juntáramos eso con los medios de comunicación sería más justo.

Catalina: Y para pasar a otro tema les pregunto ¿Cuáles creen ustedes que son las redes sociales que más utilizan los jóvenes en Chile?

N: Yo creo que whatsapp, instagram y creo que tiktok igual podría ser también.

Catalina: ¿De acuerdo las demás? ¿Algo que agregar o quitar?

C: De acuerdo con eso

Catalina: ¿Y cuáles son las que menos usan?

C: Facebook, yo creo.

N: Twitter.

C: Yo si ocupo Facebook, jajaja.

Catalina: Yo también ocupo Facebook, jajaja. Los mejores memes están en facebook.

N: Yo dejé de usar facebook cuando estaba en la media, como en tercero medio ya no lo usaba. Me quedé solo con Instagram. Pero incluso ahora solo puedo decir que tengo Whatsapp, por los grupos de la u y por mi mamá. Porque ahora hablo por Instagram.

Catalina: ¿Y para qué usan ustedes esas redes? ¿Qué buscan ustedes en esas redes la mayor parte del tiempo?

C: También me pasa con Whatsapp que tengo mucho de la u ahí, sobre todo después de la pandemia como que ahora ya volvimos a la presencialidad pero ahora ya tuvimos la opción de que nos podemos reunir por zoom, lo virtual está muy presente. Reunirnos por ahí, no sé, juntarnos para pensar algún trabajo por llamada o videollamada, el zoom fue otra plataforma que se sumó el último tiempo. Y Facebook lo ocupaba para vender y ver memes. Con instagram tengo una relación muy de que me da ansiedad, como que empezaban a hablar de temas, de cosas que han hecho, lugares que han visitado y yo no cachaba mucho y era porque se los veía mediante historias y yo quedaba como "no tengo cómo saber", entonces para eso lo ocupo, para saber en qué están mis amigos.

Por ahí puedo cachar. También sigo a muchas organizaciones y prensa alternativa y también ocupo Youtube para eso.

Catalina: ¿Prensa alternativa en Youtube e Instagram?

C: Claro. En los canales de youtube también he encontrado mucho contenido.

Catalina: ¿N, tú?

N: Whatsapp lo uso principalmente para comunicarme. Instagram diría que para entretenimiento, a veces también para informarme porque ahí pasa todo lo contrario que en la tele, como tiene algoritmo salen puras cosas que sí me interesan y noticias con otra perspectiva, una que me hace mucho más sentido entonces busco información en Instagram. Esas son las aplicaciones que utilizo.

Catalina: ¿Y siguen a los canales o los programas informativos de los canales? Por ejemplo, el Instagram de Tele13, en Twitter a CHV Noticias... o no tienen nada que ver.

K: Yo igual los sigo, es que me gusta ver los comentarios de la gente.

C: Yo igual los sigo pero tengo más cosas que sigo, las otras son de lo que me interesa.

Catalina: ¿Y creen que el uso de las redes sociales esté influenciado por lo que pase en la televisión? Ejemplo, ¿Cómo se enteraron ustedes de que falleció la Reina Isabel II? ¿Por dónde?

C: Por instagram

N: Yo igual

K: Yo como una semana antes me había salido una noticia de que se rumoreaba que la Reina Isabel estaba muerta y la estaban ocultando y eso era una fake new porque estaba grave y se había tergiversado mucho la información y había llegado a mucha gente que estaba muerta. Y de hecho lo dije en mi casa. Y después estaba en clases y me llega un mensaje de mi hermana que dice "Kari, parece que ahora sí se murió la Reina" y me metí a Instagram y ahí ya habían confirmado su muerte y quedé muy impactada.

Catalina: Bueno lo que dicen igual es importante porque está todo este tema de las fake news y se ve mucho más en la variedad y en la pluralidad de las noticias que hay en internet, mucho más que en la confirmación de las noticias que salen en la televisión. Entonces igual me gustaría saber qué piensan de eso porque uno puede decir, o yo puedo decir "Pucha, hay un nuevo virus k-20 que es letal" pero en mi caso terminé viendo la tele para confirmar si sale en la tele para ver si es verdad. Entonces qué piensan ustedes de esto, porque no les gusta tanto la tele porque la tele miente, pero igual hay que ver la tele para saber si es verdad. Es un poco rara esa relación, siento que estamos como en un limbo.

K: Qué brígido igual eso. Con las redes sociales igual, yo me di cuenta con el plebiscito que hubo ahora, que muchas veces tenían que hacer publicaciones diciendo que algo era fake new, que alguna información que estaba circulando en redes sociales o que se estaba transmitiendo eran mentira. Eso se puede dar en las redes sociales, que muchas cosas que salen en las redes sociales se aclaran. Y muchas cosas que salen en televisión no son aclaradas si alguien del panel no le dice al otro que eso no es tan así, nunca se aclaran esas cosas, no salen noticias aclaratorias. En ese punto le doy el

favor a las redes sociales pero sí se me da que a veces estoy leyendo algo y no sale la fuente, ni un link para seguir leyendo, y yo podría ahora hacer una publicación de que ahora hay una nueva cepa de algo y el resto tiene la facilidad de creerlo. Eso igual tiene algo de peligro porque yo puedo leer algo y creerlo pero en verdad no estoy 100% informada, quizás también estoy siendo manejada.

Catalina: ¿Todes de acuerdo con eso? ¿Ninguna otra apreciación?

C: Sí. Sobre las fake news me pasa que, no recuerdo en qué canal lo vi, incluyeron esto de Fact Check, de chequear noticias para verificar y no sé si la fuente era la misma página que seguía en instagram, que fue ahí donde la ví, y hacían un poco esto pero eran cuestiones muy mínimas, como “el twitt de X político dijo tal afirmación y no pasó”. Es eso más que lo que ocurrió en campañas, en las de ahora, que ocuparon casos con actores, que promueven ciertas frases... Es difícil eso igual, está esto de la verdad, cuál es tu verdad y cuál es la mía y ahí pueden chocar valores también pero eso debería ser una cuestión muy básica. Que no sea sexista, que no se promueva la violencia en las parejas, cosas así. Deberíamos estar en otro nivel. Pero no sucede esto, lo máximo que sucede es este chequeo de noticias, que son más bien rumores, pero se da muy seguido que las y los periodistas... no sé, me gustaría ver que digan que transmitieron una información y no era lo correcto o que cierta bancada política está transmitiendo una información y no es así, sobre todo en tiempo de campaña cuando todo eso puede definir un voto. Y al final termina siendo muy peligroso no decir que algo no es tan cierto como se dijo, o que se promueven valores que no corren con estos tiempos. No hay muchos gestos de querer tratar la información de otra manera.

N: En mi caso me pasa con las noticias que como tengo tanta rabia con el tema que en verdad no corroboro nada. Cuando ellos corroboran no les creo. Prefiero las mismas redes sociales si sale alguna publicación que dice que es fake new. Pero sí creo que, así como la televisión tiene mucho poder, las redes sociales también. Y puede pasar lo mismo, cualquier persona puede crear una noticia que sea falsa o verdadera, va en una misma lo que uno toma para creer. Si yo veo un video donde está pasando algo claramente, creo que es algo que claramente pasó. Pero las palabras que le ponen al video o te dicen cualquier cosa de lo que realmente pasó, y creo que es difícil corroborar esas noticias que cualquiera puede hacer. Y me parece súper bien que cualquiera pueda generar contenido de noticias o que tenga que ver con informar, pero también podría faltar autorregulación o alguna forma de que este tema se regularice. No sabría cómo en realidad, creo que una idea muy buena es cuando las personas ponen la fuente. Hay transparencia. Esa es la solución de todo, la transparencia, y que debería estar en la televisión también. En cualquier noticia: transparencia.

Catalina: Entiendo. Ya para ir cerrando, me gustaría preguntarles si les gustaría que la televisión cambiara algo en su relación con las personas y en qué, en cómo se dirige a la gente.

K: Es como fría. Muchas veces no tiene valores ni escrúpulos al momento de decir algunas cosas. A las personas las tachan, las caracterizan como delincuentes y a las personas no las ven de otra forma. Va mucho en la ideología quizás, que es lo que yo pienso, no sé si sea así. Pero hay muchas cosas que no se ven de ese delincuente, cómo se crió ese niño, dónde estuvo metido. Y sí, usan la palabra delincuente, no hombre, mujer, persona. Deja de ser humano y pasa a ser delincuente. Y eso no me gusta, que muchas veces es así, muy frío. Y la forma de cambiarlo... difícil igual, no sé, tendría que ser un cambio de mentalidad, quizás incluso trabajar con profesionales, psicólogos. Tendría que ser un cambio estructural, tendría que volver a nacer la televisión quizás porque, supongo, igual hay filtros, personas que deciden lo que va a salir y un poco de criterio a la hora de revisar lo que van a

decir y que nadie diga “Pero oye, ¿Esto?”, chocante igual que nadie lo diga a la hora de la recepción de la información. Si hay una imagen sensible lo tachan y todo, pero uno igual se imagina esas cosas y da un poco de dolor de guatita.

N: Yo pondría, quizás, más diversidad de gente en todo aspecto. Igual, al ser la televisión un medio que se ve mucho, mucha gente se puede identificar con las personas que están ahí. Siempre he pensado que la televisión tiene un impacto muy grande en la sociedad. Y eso se ve harto en las películas. Por ejemplo una siempre ve las tremendas casas que tienen las personas, la pareja, la familia feliz y tu vas creciendo con eso y al final piensas que eso es lo normal y en base a eso se da la normalidad. Yo conozco mucha gente que tiene papás separados, niños que viven con la abuela, personas de la comunidad LGBTIQ+ y eso en la tele tu no lo ves, la imagen que tienes desde que eres niño hasta que eres más grande... tienes que romper ese esquema mental que te hiciste y darte cuenta de que no son así las cosas. En las teleseries también se da. Pondría más diversidad de personas, creo que la tele tendría que volver a nacer. Quitarle el poder empresarial, que sea realmente estatal, que no haya ningún trucho. También pondría noticias como más... no tan frías, quizás está bien poner delincuencia, no delincuentes porque eso lo encuentro terrible, pero sí como es algo que esto puede pasar, pero hacer un equilibrio entre las cosas terribles y las que no son tan terribles. Quizás, no sé cómo funciona, pero se podrían cambiar las bases curriculares de las carreras que tengan que ver con medios, periodismo, no sé, todo lo que tenga que ver con la tele. Ir actualizándose, si al final la tele muestra muchas cosas muy chapadas a la antigua, la sociedad en este momento está de otra forma, aunque ustedes no lo quieran así está pasando y muéstrenlo.

C: Me sumo a todo lo que dijeron antes. No sé la manera en que podría hacerse pero pasa mucho que es muy decepcionante cómo se dirigen a la gente. Las personas que no son partícipes de llevar a cabo matinales, noticias, teleseries, las cosas que se ven después que son de la misma gente que da las noticias y casi que le puedes saber toda la vida y esos son tus referentes, incluir a la persona fuera de, sin un trato muy frío, descariñado, te miran del hombro para abajo cuando te entrevistan en la calle. No hay mucha pregunta por quiénes son las personas a las que esto está afectando, cuál es el público al que esto va dirigido. Típico que se dirigen a la mamita o a la señora que está en la casa, que es una realidad posible pero no es toda la gente que ve tele y creo que no es necesario generar tanto estereotipo y un estereotipo muy clasista, que marca mucho la pauta de los jóvenes son esto, las mujeres son esto, los hombres son esto, la mamita es esto. Y dan esa idea de que la gente se cae mal entre la gente, es todo lo que muestran de nosotres y pucha, hacemos mucho más que eso, más que hablar mal del resto.

Catalina: Esta es la última pregunta para cerrar el tema y los comentarios que han hecho, dado que ustedes consideran que tenemos mayor acceso a medios digitales que otras generaciones más antiguas, deberíamos hacer algo para cambiar la televisión o en verdad dejamos que se muera y hacemos algo distinto. ¿Deberíamos tomar esa bandera de lucha y hacer estos cambios o no?

C: Yo creo que es muy necesaria la disputa que mencionabas, está muy presente el contenido, que puede estar muy pauteado y es necesario hacer visible que detrás hay un sustento económico que marca mucho la pauta. Y es necesario que la televisión abierta se vuelva abierta y pluralista e incluya igual... lo que pasa por una decisión de cada uno si tu eres un medio independiente y tienes la oportunidad de aparecer en la tele, pero siento que si la oportunidad estuviera sería muy bacán. Y que ahí se incluya la gente que hoy está interesada en informarse de otra manera, me imagino que

tienen una experiencia que es muy valiosa para esta disputa, estos cambios es súper necesario porque ya sabemos que, por Estados Unidos, una elección completa tu la puedes cambiar por los medios de comunicación como la tele. Siento que esa presencia de los otros que nunca están debiera cambiarse, también de los currículum de quienes estudian y que sea una cuestión más interseccional. Si vas a hablar de un femicidio no puedes estar con Carlos Pinto y una vidente hablando 10 años enteros sin ninguna otra fuente. Y eso con muchos otros temas. Cambiarlo es una necesidad porque la tele va a seguir estando, la necesidad de informarse es primordial igual.

K: Yo creo que es difícil querer cambiar todo eso. Como habíamos mencionado, ya se sabe que los dueños de los canales y los que manejan eso también manejan grandes empresas en Chile y que hay mucha plata, se mueve mucha plata. Entonces uno igual puede sentir como ese miedo, a ellos no les costaría nada desaparecer gente o cosas que son súper brígidas y está presente el miedo. Igual creo que, como jóvenes, hemos ido cambiando, ayudando a que no solo se vea eso, en las historias de instagram se pueden compartir cosas para que toda la gente que nos siga pueda ver otras cosas también, pero el querer cambiar o reformar lo que es la televisión es difícil. Mucho estigma, machismo. Si vemos el noticiero nunca se ve un reportero o reportera que sea más gordito, que tenga piercing, tatuajes. Hay muchas cosas que nos hacen ver que están mal o están bien, entonces lo veo difícil. No es que diga que no se puede ni que esté bajando la bandera, pero es difícil. Con cosas muy pequeñas podemos ayudar a que no sea tan asquento, tan difícil informarse.

N: Yo pienso muy parecido a las dos, que es muy necesario. Totalmente. Pero sí creo que es muy difícil pensando en estas grandes personas que tienen el poder y la televisión, en general. Porque sí, esas personas son perversas en general y son capaces de hasta matar a la gente por querer meterse en sus asuntos. Entonces es peligroso pero también me pasa que las movilizaciones, cuando se junta mucha gente con un propósito, hay muchas cosas que se han ganado en Chile con movilizaciones y si hacemos una por la televisión... no pronto, pero no pierdo la esperanza completamente.

Catalina: Muchas gracias por participar. Estoy en la tesis así que van a salir en mi informe final, y muchas gracias por la voluntad, se valora mucho su tiempo.

### Transcripción Focus group 3

#### Participantes

- Ge
- M
- J
- V

Catalina: entonces... partamos con la pregunta más fácil del mundo, ¿ustedes ven televisión?

Ge: mmmm neh... sí

M: yo muy poca, cuando estoy en otras casas

J: yo igual muy poca, como cuando voy a ver a mis papás

Ge: yo como sagradamente a la hora de once, entre 8 y 9

V: tomando once

Catalina: ¿sí? Las que ven televisión lo ponen en la once

V: sí, o si estoy almorzando o no sé... eso es como fin de semana en la casa pero más rutinariamente en el horario de once, como con las noticias.

Catalina: y las que no, las ven en otras casas, no en su casa.

J: a veces pongo el matinal, como que lo busco en... no tengo tele po entonces lo busco como en internet. Pero es como [...] tampoco.

M: sí, yo eso mismo, tampoco tengo tele entonces cuando quiero ver algo específico busco cualquier canal como en señal online.

Catalina: ya, buen tema. ¿qué programas ven en la tele?

M: noticiarios

J: yo igual veo noticiarios

Ge: ay a mi igual me gustan las teleseries del mega... jajaj caleta

M: yo logré superar ese vicio, se puede salir de ahí

V: yo veo pasapalabra un rato, que por lo general sale en el canal que veo siempre, que es CHV, y después veo las noticias. Pero es como lo que me llama a ver las noticias

Catalina: ya, y ¿qué piensan de la televisión? Como si me la pueden definir con palabras, o en una frase, lo que se les venga a la mente

J: poco confiable diría yo, sensacionalista

Catalina: ya, ¿por qué?

J: porque tiene una clara tendencia política diría yo, y al final está mostrando lo que le acomoda nomás.

Catalina: ¿alguna está de acuerdo con lo que dice la J?

Ge: sí, también... agregar como que no generan una visión del mundo, como que te imponen una visión del mundo, como del país, no sé. Todo es delincuencia, todas las personas pobres somos malas.

M: sí, yo la encuentro estresante

J: sí, como que puedes estar un rato nomás viendo... yo veo como media hora máximo y después como "ya, de nuevo lo mismo", o mucha delincuencia y muy repetitivo.

M: Sí, estoy de acuerdo con eso

V: a mí me pasa que cuando veo noticias que me gusta ver porque siento que así me entero que mierda pasa en Chile, como que o sino no... a no ser que esté en Twitter pero igual a veces no tengo tiempo para eso. Y entonces es como saber qué pasa teniendo en consideración que hay un sesgo detrás de ello y de las perspectivas que te muestran sobre una situación, entonces como que básicamente tomo de ahí... como que me entero de que pasó algo pero no me creo una opinión a partir de lo que muestra la tele cachai. Como que esa idea de saber que es verdad, quizás que parte me están contando... pero ya sé que pasó algo entonces es como lo que al menos yo busco cuando veo noticias, porque también siento que hay un problema de lo que transmiten y lo que no.

Catalina: o sea es como para sacar el hecho, pero independiente del juicio.

V: claro, ajá

M: yo para informarme la he puesto en los días de elecciones, todo el día de la elección. Es el único día... bueno no todos porque hay muchas veces en que he sido apoderada, pero en el último tiempo en donde no he podido estar la pongo para informarme de lo que está pasando, de los conteos de votos, de todas esas cosas.

Catalina: para la fiesta de la democracia.

Ge: Sí, yo también, eso mismo, en todo el día la tele prendida.

Catalina: Buena... oigan y durante la pandemia ¿cómo creen que cambió su consumo pre y post pandemia? ¿vieron más, vieron menos?

V: yo en la pandemia, como en el peak de pandemia, siento que dejé de ver un poco... o sea, veía porque no sé, estaba en la casa con mi familia en el sur entonces ponían las noticias, pero como que no me gustaba mucho ver porque estaba la cagá en todos lados y en verdad estaba como muy estresada en su momento entonces como que evitaba ver. Y como que casi que me resguardaba viendo weas en streaming, pero todo esto muy en un contexto porque de verdad estaba la cagá, mucha gente enferma, salías y te enfermabas y ... varias de esas mierdas, entonces ahí como que intentaba un poco de alejarme de las mismas weas pero por protegerme a mí misma. Entonces ahí recurrí al streaming, pero ahora ya que me atrevo a decir post pandemia, en todo este tiempo que hemos estado como saliendo y ya teniendo una vida más normal, es como siempre... un rato y sería.

Catalina: con streaming te refieres como a las series? Plataformas y cosas

V: sí, como Netflix, HBO y todas esas.

M: yo igual he disminuido mi consumo, me pasó lo mismo que a V. Me ponía muy ansiosa... puras tragedias, gente muerta, no, me lo pierdo.

Catalina: o sea que tu dejaste de ver... la tele que veías, dejaste de verla tanto en pandemia.

M: totalmente.

Ge: sí, yo igual, yo siento que antes veía mucha tele y... es que era demasiada muerte, demasiada... eso yo creo que era lo más brígido. Entonces como que ya estábamos chatos de ver tele en la casa, y también preferíamos canales de películas... es que igual yo estaba viviendo con mis abuelos en la pandemia entonces veíamos como películas también en la tele, cambiaba el canal así... ya no veíamos los tradicionales sino que el cable. Y si yo iba a ver como algo también prefería Netflix o Disney, ver películas de monitos, como algo totalmente diferente.

J: sí, yo al inicio igual vi tele como para saber que estaba pasando pero después claro, como aburrimiento y estaba todo muy en pánico así que mejor no y... veía películas, cosas más suaves.

Catalina: ¿y su percepción sobre la televisión cambió en pandemia? O se mantuvo

J: se mantuvo

Catalina: ¿se mantuvo? ¿Cómo que te reafirmo lo que pensabas sobre la televisión?

J: sí, sí

M: también se mantuvo en mi caso

V: en el mío igual, era lo mismo de siempre

Ge: sí

Catalina: ya, las cuatro... ahora pasemos a otro tema, ¿Cuáles son las RRSS que ustedes usan?

M: yo uso mucho Twitter, Tiktok e Instagram... pero mucho twitter. Twitter es por donde veo noticias en general, lo que es terrible porque Twitter es como el basural de las RRSS, la gente tira mucho odio por Twitter, pero no importa.

J: yo uso Instagram y no mucho tampoco, de repente leo el Reddit, si es que cuenta como una red social, igual me entretiene.

Ge: yo Instagram, tiktok y a veces Facebook... igual lo ocupo hartoo, me gusta Facebook.

V: yo igual Instagram, caleta, Whatsapp igual, Facebook lo reviso como cada tres días, cuando me acuerdo, pero es por si pasa algo como a gente de mi familia o gente más adulta que lo usa más, Twitter y Tiktok.

Catalina: muy parecidas todas, ¿y cual es la red social que menos usan?

M: Facebook, yo lo veo como cada dos semanas, y no hago nada, solo lo miro.



Ge: sabes cual es otra RRSS que estoy usando ahora... Be Real, que está de moda. La descargué hace poquito porque mis amigos me influenciaron, pero la ocupo re poco. Siempre se me olvida subir fotos...

Catalina: ¿y te gusta o no? Como el formato

Ge: sí, o sea... como que siento que es muy poco tiempo para subir una foto y eso me pone demasiado ansiosa, entonces por eso prefiero que se me olvide.

M: yo no uso BeReal pero me gustan los Now de Tiktok, pero como no sigo a casi nadie en Tiktok no me salen tanto, pero lo encuentro entretenido igual. Y dan más tiempo, más oportunidades en el día, porque BeReal creo que solo da una, y en Tiktok los Now dan como cuatro oportunidades en el día, y eso igual se acomoda más a mi realidad digamos.

Ge: voy a cambiarme mejor parece jajaja.

J: pucha yo en verdad solo uso Instagram, nunca he abierto Tiktok y Twitter tampoco.

Ge: y no te metai tampoco, no entres en ese hoyo.

Catalina: oigan y ¿con qué fin usan estas RRSS? ¿para que las usan?

V: comunicarme y entretenerme. No sé, Whatsapp no tiene nada de entretención. Instagram podría ser para buscar weas... Facebook igual para comunicarme, y Tiktok definitivamente para entretenerme, es un vicio.

Ge: yo igual lo mismo, comunicarse... entretenerse. De vez en cuando informarse, y yo ocupo igual una de mis RRSS para tratar de transmitir mi trabajo como las artes y esas cosas.

J: yo lo uso muy para entretenerme también, en Instagram veo caleta de reels, y también como noticias, si es que no veo la tele... también hartas noticias, por Instagram.

M: yo twitter lo uso para ver noticias y cahuines, hartos cahuines... en Twitter se ven muchos cahuines. Y Tiktok para entretenerme e Instagram como para saber en qué está la gente y entretenerme igual.

Catalina: ¿y creen que los jóvenes de nuestra edad lo hacen por las mismas razones el uso de estas RRSS?

M: de la gente que yo conozco sí, tienen una rutina muy parecida a la mía.

Ge: generalmente sí

V: ¿Cómo era la pregunta?

Catalina: si es que consideran que el resto de los jóvenes en Chile usa las RRSS por las mismas razones por las que ustedes las usan.

V: yo creo que sí, si.

Catalina: oigan y creen que de alguna forma el uso de sus RRSS se ve influenciado por lo que pasa en la televisión. Porque claro, la J menciono que como ella no ve tele, busca las noticias. Pero si

ustedes no sé, necesitan informarse... ¿prenden la tele? ¿buscan las noticias en Instagram? ¿cómo se da la relación con eso?

Ge: yo busco prensa independiente.

M: yo creo que igual se ven influenciados porque probablemente la gente que no tiene como mayores intereses políticos no busca prensa independiente o no ve las mismas noticias que nosotras vemos. Probablemente si no es en la tele, en las RRSS de los mismo canales de TV, entonces al final consumen los mismos canales de TV... porque igual yo tiendo o intento buscar prensa independiente pero... o no sé, sigo los canales del gobierno entonces me informo de primera fuente de lo que hacen pero creo que la mayoría de la gente todavía no, y por eso también...

Ge: síiiii, de hecho en Instagram uno ve mucho reposteo como del Mega

M: eso, sí. O sea como que la razón por la que usan RRSS es la misma, que es como informarse, pero las fuentes de información que tienen no son necesariamente las mismas.

J: sí, yo igual como que hago... de hecho en Instagram también sigo a prensa independiente y también a los canales oficiales entonces tengo como la comparación, y al final si es que me dan ganas prendo... busco la tele como para ya saber lo que pasó y qué está diciendo la tele al final, como buscar esa opinión específica.

V: yo estoy muy de acuerdo con lo que decía la M.

Catalina: o sea, al final... les pregunto ¿ven la tele como un medio comparativo, por así decirlo, de algo que ven en las RRSS? Porque igual está esto de las fake news, que es super peligroso porque la cantidad de información que hay en las RRSS es tã brutal y uno no sabe si creer o no. Pero también está la información de la tele, pero como la tele tradicionalmente ha sido este medio de comunicación masivo cierto, que debería transmitir confianza, que debería mostrar esta realidad que sucede en la gente y todo, termina siendo un poco doble estándar por así decirlo. Porque están las RRSS para quien se informa por ahí, pero también está la TV que de alguna forma u otra debería ser mucho más verídico que lo que se ve en el teléfono. ¿qué piensan de esa dicotomía?

M: que en las RRSS uno igual se arma una burbuja, uno tiene una burbuja de la gente que sigue y los algoritmos te hacen seguir... o como que te sugieren gente parecida a la gente que tu sigues, entonces se termina generando una burbuja y piensas que toda la gente piensa parecido a uno, o que tiene una postura similar a la que tiene una porque es la que ves en la RRSS pero... por ejemplo, en Tiktok se nota mucho, el algoritmo es super marcado, como que uno está en "lados" de Tiktok y eso nos hace olvidar que hay gente que está en "otros lados" de Tiktok entonces... por ejemplo ayer vi un pantallazo de Facebook de alguien que inventó que Irina Karamanos estaba relacionada con el narco terrorismo de la CAM, y ese pantallazo salía que caleta de personas lo había compartido, muchos me gusta y todo. Entonces como una se encierra en su burbuja de RRSS se le olvida que también están esas otras tendencias, o por ejemplo ahora en Twitter me sale la tendencia "merluzo mamarracho", entonces claro, como no son las cosas que yo veo pero sí son cosas que tienen el suficiente alcance para ser tendencia en Chile, por ejemplo.

Catalina: y por ejemplo, cuando pasa un hecho noticioso... lo que he puesto de ejemplo acá es cuando murió la Reina Isabel, ¿cómo se enteraron de que murió esa señora?

J: por los memes de Instagram, sí.

M: yo por twitter y después hablé contigo [a Catalina] de ahí me contaste lo de la operación, y después empecé a ver muchos memes, estaban geniales los memes.

V: yo me acuerdo que estaba en una junta familiar y de repente abrí Instagram y me salió un meme y fue como “queeee” o estaba en el colegio... pero estaba en algún espacio en el que estaba media desconectada, y entré a Instagram y vi un meme y dije “¿cómo que se murió?” y lo primero que hice fue ir a twitter y ahí caché que efectivamente. Y ese fue como un enganche para corroborar la información porque Instagram en ese momento era puro meme po wn y no sabía si estaba a punto de morirse, querían que se muriera, se murió...

Ge: yo estaba en prueba y mi tía me dice “oye se murió la Reina Isabel” y yo “qué” y no pesqué. Terminé mi prueba y de ahí me fui a Instagram a como la red oficial de allá y salía que sí se había muerto.

Catalina: oye y todas por Instagram.

V: es que es como lo que uno más... o al menos yo como que reviso

Ge: yo no sigo cuentas de memes entonces no veo memes... no había cachado eso, pero igual estaba en prueba entonces estaba en otra.

M: a mí me salía en las sugerencias de Instagram, bueno y en Twitter, y salían demasiados memes y estaban increíbles, increíbles.

Catalina: qué loco, porque yo me enteré por la tele de hecho, estaba con mi mamá viendo tele y fue como “último minuto” y toda la cosa. Chiquillas unas ultimas preguntas para ir cerrando, ¿Cuándo ven algo en la tele, cómo responden a eso? ¿desde la rabia, compartiéndolo con otras personas? Lo responden denunciando al CNTV, qué hacen con ese disgusto cuando ven algo que no les gusta o no les parece en la tele.

V: yo siento que es tan cotidiano, porque de hecho si me pongo a pensar ahora probablemente en estos días he tenido varias veces esa rabia pero ni siquiera me he atrevido a relacionarlo con algo porque como que pasa mucho. Entonces por lo general estoy viendo la tele sola tomando once o con alguno de mis roomies, entonces siempre es como “uy estos culiaos” y este weon me dice también como “si estos conchasdesumadres” y queda ahí cachai, como la rabia del momento, pero de ahí a ir a denunciar o poner en Instagram “uy estos culiaos mentirosos” como que ya en verdad todos sabemos según yo. No sé a no ser que este muy enojada pero creo que no lo hago hace caleta pero es como la rabia del momento tirarla para afuera y sería, porque es como tan normal que en verdad es como “qué voy a hacer al respecto” está difícil.

J: sí, apoyo eso, es como “de nuevo la wea” pero filo nomás po.

M: sí, yo igual me sumo a eso.

Ge: Sí, en mi caso igual como vemos las noticias como familia nos ponemos igual a intercambiar opiniones sobre el tema pero como está terrible de... no sé, “la justicia vale callampa” “si denuncio filo” entonces como que tampoco se nos ocurre por la mente el “vamos a denunciar porque esto está mal, no deberían hacerlo” como que queda entre la familia solamente.

Catalina: ¿y ustedes piensan que si expresaran esa opinión por RRSS van a ser escuchados o mejor recibidos por sus pares o el resto?

Ge: sí, es como lo que decía la M de lo de la burbuja, como que no me relaciono mucho con gente que no opine igual a mí.

V: yo creo que probablemente esa gente estaría en la misma como si estoy de acuerdo, pero es la misma sensación de que “en verdad sí lo sabemos pero na que hacerle, la prensa es así” pero compartiendo la molestia.

Catalina: y consideran que es importante responder a los contenidos que emite la tele? ¿tener una actitud reaccionaria frente a eso?

V: yo creo que sí lo es, pero como te decía en mi caso se activa según la gravedad de la wea o qué tanto me involucre, como que sienta que “ya, que ordinariez”. Por ejemplo si pienso en la campaña de hace poco del rechazo cuando pusieron el caso de este cabro que como que casi lo habían intentado matar pero que perdonó por amor y la wea fue como “qué les pasa”. Esta wea es como de criterio mínimo de humanidad, y ahí efectivamente la denuncia pero como que todo el mundo fue como “esta wea está mal” y probablemente porque también estábamos insertos en un periodo en el que, por lo menos a mí, me importaba mucho que ganara el apruebo. Y ya había como un historial de toda la otra campaña que eran puras mentiras y hacer todo de una forma muy ordinaria entonces como respuesta a esa molestia venía juntándose y además ese caso que pareció como... no sé, como que raya al borde de cualquier wea impensada lo que hicieron, entonces fue como “ya, hay que denunciar cachai” porque no puede pasar así como así, más encima en un horario en que estaba para todo el mundo para una campaña... cachai. Pero es como momentos como así una gota que rebalsa así una cuestión que ya es demasiado, pero sino es como puta... nada raro cachai. Pero eso es lo que yo siento, pero si pasara algo parecido o una situación en la que me moleste mucho mucho, probablemente con weas que tengan que ver con violencia de género, porque obviamente que me siento muy interpelada con esas weas, encuentro que hacer algo que está mal como pasa en una noticia pésima... si estaría la intención de denunciar y diría como “denunciemos porque están normalizando x situación” pero como que tiene que pasar eso, que sienta que me está pegando mucho el tema.

Ge: sí, lo mismo, yo siento que es como nuestro deber ciudadano así.

M: además como de control nuestro tiene que tener control estatal igual. Por ejemplo la V mencionaba el tema de la campaña del rechazo pero eso en la televisión y también en las RRSS ya se ha demostrado que ha tenido impacto en la ultimas elecciones en otros países como en el Brexit, la elección de Trump, la de Bolsonaro, y justamente por la difusión de mensaje de odio, llamados como difusión indiscriminada de mensajes de odio, de fake news y eso si o si tiene que tener un control de parte de alguien po.

J: igual me pasa que por ejemplo no sé que tanto responde la tele a los reclamos, no sé si psa algo o no, yo diría que no pero al menos sirve para que la gente se de cuenta cachai, que haya conversación sobre el tema y se sepa que la tele está diciendo tontera digamos, pero no sé...

Ge: sí, yo creo que como en la historia de la televisión chilena hace poco nomás, creo que fue en CHV, que dijeron como “disculpen, nos enviaron esta foto pero esta foto no era como de ahora”. Como primera vez en la vida que yo escuchara que daban las declaraciones ahí mismo.

J: sí, igual siento que después del 18 de octubre o para ese tiempo los periodistas se pusieron un poco menos claramente de derecha, digamos, como que intentaron ser un poco más populistas tal vez.

Ge: claro como discriminar un poco también, de donde viene la noticia.

Catalina: importante eso que mencionan porque igual el 18 de octubre en todos los sentidos y sobre todo en la televisión marca como un quiebre no, entre lo que emitían, que pasaron no sé... por ejemplo los matinales, que pasaron de “cómo hacer la mejor sopita para enamorar a tu marido” a tener un panel político entero una mañana.

Ge: sí, los matinales cambiaron muchísimo.

Catalina: ¿y ustedes ven matinales normalmente o veían matinales?

J: yo igual sí, ahora de hecho como que de repente los busco, como que tomo desayuno y... ya debe ser una vez como cada dos semanas pero igual sí, pero es más por la noticia diría yo, ahora si tienen más noticias.

Ge: claro, eso, pero yo ahora no, en la U cero tiempo para ver matinales.

M: yo tampoco, como que hace años veía matinales a veces pero ahora como que los dejé de ver como por completo.

V: yo el primer semestre... o sea siempre he sido de ver, si es que veo alguna wea, lo veo siempre en CHV entonces es como... veía contigo en la mañana, donde está el JC Rodríguez, pero dependía mucho del tiempo y como el primer semestre tenía un poco más de tiempo en las mañanas entonces si desayunaba tranquila lo hacía viendo la wea. Pero ahora ya no veo el matinal hace... uf, mucho.

Catalina: y ¿qué apreciaciones tienen ustedes hacia la tele y quienes la consumen?

M: yo creo que es lo normal ver tele, de hecho yo me siento rara porque no tengo tele, y no es porque no me guste, yo creo que de hecho me gustaría tener una tele solo que no ha sido prioridad comprarla. Pero yo creo sigue siendo lo normal ver tele entonces no sé si es que uno puede juzgar o pensar de alguna forma especial a la gente que ve televisión porque sigue siendo el medio masivo de comunicación probablemente más grande que exista, y por eso es tan importante la regulación de la televisión porque sigue siendo una fuente de información; no toda la gente sabe leer de partida, todavía hay gente que no sabe leer, no a toda la gente le gusta leer como para leer el diario y no toda la gente siempre tiene interés en buscar prensa independiente o medios alternativos de comunicación, y eso es super válido, entonces por lo mismo la televisión tiene que poder ser una forma democrática de comunicación. Me pasa eso.

Ge: sí, es el medio masivo de comunicación principal, económico también porque la gente... o sea la gente siempre tiene una tele en su casa, como que es poca la gente que no tiene, aunque sea muy antigua está ahí y no sé, todavía seguimos... somos una población muy adulta, la gente mayor

prefiere la televisión, para ellos es más fácil entonces yo creo que debe existir una regulación pero no sé... es normal ver tele, es común, al final la gente es la forma por la cual se informan.

V: sí, yo igual creo que es muy importante la tele y por ejemplo, ahora estaba pensando en mis tatas en el sur que como que tienen la tele prendida yo diría que casi todo el día, como que solo un rato la apagan si es que salen a caminar o hacer algo pero está prendida todo el día. Y yo creo que si les sacas la tele no sé... probablemente cambiarían caleta sus vidas, como que no... ¿cómo se informan de lo que está pasando? Más allá de los juicios de valor que se pueden crear a partir de eso, como en Chile... no sé, escuchan radio también pero la radio es como muy local y hasta ahí nomás entonces creo que es muy importante, y sobretodo pensando como en... no en mi grupo o mi generación o gente como nosotras sino que en la gente más adulta.

M: sí, estoy de acuerdo, muy de acuerdo con lo que dijeron.

Catalina: y qué les gustaría que la televisión cambiara en su relación con las personas.

M: que fuera más pluralista, que estuvieran realmente representadas distintas tendencias políticas, o no solo tendencias políticas sino que las mujeres, los pueblos indígenas, y no solamente como los mismos hombres cisgéneros heterosexuales de clase acomodada que están siempre hablando de todos los temas, sobre todo los que les corresponden a las mujeres.

Ge: sí, aparte también casi todo es Santiago o el conflicto de la Araucanía, en verdad donde están las otras regiones, no sé.

J: estoy muy de acuerdo, y también el contenido educativo, igual es un espacio que llega a mucha gente y podrías tener una fuente de educación Brígida, y no se hace mucho.

V: estoy muy de acuerdo con todas, no sé que más agregar.

Catalina: que bueno, ya y esta es la última pregunta para ir cerrando. Para que profundicemos un poco justamente lo que ustedes estaban hablando de que nuestra generación es muy distinta a las generaciones mayores, porque nosotros nacimos con el abanico de oportunidades en recursos cierto; recursos digitales, recursos de medios, y tenemos nuestra propia capacidad, o bueno la mayoría, de poder filtrar o poder elegir donde informarnos pero las generaciones más antiguas crecieron con la televisión, la radio y la prensa escrita entonces es mucho más cerrado y ha costado mucho más, sobre todo a la personas adultos mayores, que se involucren porque claramente es difícil agarrar un teléfono y abrir una cuenta en Instagram o subir un twitter. Hay una brecha digital ahí que es real y es importante. Por eso quería preguntarles que, por tener mayor acceso a recursos digitales que otras generaciones podemos generar cambios positivos en cómo se desarrolla la tele en Chile, y si queremos hacer esos cambios... si nos interesa mejorar o cambiar la tele.

V: yo creo que se puede cambiar, y como decía M en algún momento es nuestra responsabilidad como ciudadano también... creo que la participación de nosotros como ciudadanos abarca muchas partes de la vida, y entre esas como que la información por supuesto que es una clave en eso. Entonces eso, más allá de que en volé yo no formo mi opinión a partir de la tele porque tengo el privilegio de saber diferenciar información, buscar otras fuentes, además ir a la universidad... como que tenemos muchas herramientas, hay gente que no, y no es justo como que... "ah yo estoy bien y tranquila y tengo mis ideas super claras y no estoy equivocada" y la gente que está equivocada y

que no tiene las mismas oportunidades solo no las tenga así como así... creo que si existe una responsabilidad de hacer algo al respecto, generar una preocupación a partir de eso. Ahora el cómo hacerlo no lo tengo claro pero creo que sí es necesario y es una responsabilidad.

M: estoy de acuerdo con eso, muy de acuerdo con eso.

J: sí yo igual, y creo que la tele es un recurso muy valioso que sería genial poder hacer que cambie o que cambiara en algún momento.

Ge: sí, también, igual yo creo que una forma de cómo se puede hacer es como trayendo a... no sé, estos canales oficiales a gente joven que tiene otras perspectivas e involucrarlos en el trabajo. Porque yo tengo amigas que salieron de estudiar periodismo y entraron, no sé, al Mega y la pasaron super mal porque ellas no podían dar sus opiniones, no podían entregar nuevas ideas... yo creo que eso, que ellos también puedan hacer participar a los jóvenes de... no sé, buscar noticias que representen a la generalidad de la población y no solo a un grupo selecto.

Catalina: Estaríamos, muchas gracias chiquillas.

## Transcripción Focus group 4

Participantes:

- T
- A
- Cr

Cr: tengo 23, estoy en ultimo año de ingeniería en alimentos, haciendo la tesis también.

A: tengo 18 años y estoy haciendo preuniversitario

T: yo tengo 19 años, estudio la carrera de ingeniería civil telemática y voy en segundo año

Catalina: ya pues chiquillos, para empezar, de lo más simple, ¿ven televisión?

Cr: Sí

T: Sí

A: Sí

Catalina: ¿Cuánto ven televisión? O ¿Qué ven de televisión?

Cr: series nomás, series y las noticias en la mañana

Catalina: Ya, con series se refieren como a las plataformas...

A: sí, plataformas digitales

Cr: Sí, claro.

Catalina: ya, y noticias en la mañana, ¿así como los matinales?

Cr: no, como las noticias de las 6/6:30 de la mañana para saber qué está pasando. Para saber si hay alguna vía que esté obstruida o un cambión, accidente... más que nada para informar para saber cómo llegar a la u.

T: Yo también en la mañana y más que nada en la tarde, a la hora como... a las 7

Catalina: ya... y ahí ves tele abierta ¿noticias?

T: Sí, las noticias del día.

A: yo en la tarde generalmente veo videos de YouTube o veo fútbol y en la noche veo alguna serie antes de dormir

Catalina: o sea que tú en el día... como noticias, no ves en la tele

A: no, nada, veo mi celular.

Catalina: T y las noticias que tu ves las ves solo o en familia?

T: no, en familia, como a la hora del tecito, ahí como que vemos noticias y compartimos.



Catalina: entiendo, ¿oigan y cuanto ustedes valoran la tv? ¿Qué piensan de ella? Es importante o no para nuestra sociedad, no es importante, es buena, es mala, como ustedes la definirían.

Cr: para mí es quizás un medio de escape a algo divertido, claro, quizás a no todos les gusta lo mismo pero con esto del internet y las nuevas tecnologías amplían un poco la variedad y hay opciones para todos.

T: igual es un poco arma de doble filo encuentro yo porque dependiendo qué canales estés viendo siempre hay ciertas tendencias a ciertas opiniones, y de repente también hay como falta de información de repente por tratar de generar una mayor noticia, tener mayor... que se vea más el canal, entonces igual por lo menos desde mi punto de vista yo trato de no ver solo un canal. Onda no sé, no fijarlo en el TRECE y dejarlo solo ahí sino pasar del TRECE al MEGA, CHV... como tratar de ver "ah estos se tiran pa este lado, estos pa este otro, aquí se comenta tal cosa, aquí no se comenta"

Catalina: como variar, no quedarte solo en uno por la tendencia que puede tener

T: Claro

A: Comparto opinión con el Tomas y encuentro que depende de la medida que uno utilice la tv y qué programas veas. Si es algo de culturizarte te puede hacer super bien, pero sí llegas a un punto en donde ves algo que miente por así decirlo, ya que todos sabemos que la tv no siempre dice la verdad con las cosas... así que, bajo mi punto de vista yo creo que depende de la justa medida que lo uses. Como lo utiliza Cr, dijo que lo utilizaba para ver noticias, para ver cómo estaba el día, para informarse en cómo iba a ser su recorrido, a ver si estaba bueno el clima, no sé... si había algún inconveniente. Yo creo que lo justo y necesario y no sobrepasarse ya que uno al final termina creyendo todo lo que ve.

Catalina: oye y eso que dijiste tú... ¿tú crees que hay variedad de programas en los que uno pueda elegir en la tele?

Cr: Yo creo que sí, como por ejemplo estos mismos de "Recorriendo Chile" son lugares super bonitos que uno puede conocer, que se puede culturizar, así que yo creo que hay de todo, para todos los gustos, depende de lo que uno busque.

Catalina: chiquillos durante la pandemia... ¿ustedes creen que cambió su consumo de ver tv? ¿Cómo creen que fue ese lapsus pre pandemia, porque también está el estallido social cierto, eso igual digamos que remeció todo lo que fue consumo, lo que expresó la tv de eso. Y después en pandemia tuvimos que encerrarnos, estar 24/7 en nuestro hogar... ¿Cómo creen que cambió eso?

Cr: por mi parte claro ya no podía ser este consumo tanto informativo del tráfico pero sí también traté de ser mesurado porque también era un poco agobiante el... bueno es que en pandemia siempre fue lo mismo; el aumento y baja de casos, nuevas cepas... entonces igual era como agobiante el tema. Ahora bien, pre pandemia que fue el Estallido, ahí quizás por mi parte yo sí hice más consumo de tv porque claro estudiaba en la Usach y en verdad vivíamos in situ todo lo que estaba pasando y era para corroborar un poco al final que la tele no siempre decía como pasaban las cosas, y al final eso lo sabe uno que está viviendo en la piel ahí en el frontis. Pero en pandemia por lo menos yo traté de ser mesurado con el consumo porque también me generaba un poco de ansiedad y en mi familia también la generó.

T: Sí, comparto con Cr lo de pandemia, al inicio acá en mi familia también pasábamos consumiendo harta tv, onda viendo lo que dan en la mañana, al medio día y en la tarde, entonces pasábamos muy marcados lo que era desayuno, almuerzo y cena... muy marcado viendo la tele, lo que pasaba al inicio. Después ya fue como muy agobiante y en verdad pasábamos estresados todo el día, con mucha ansiedad también... cada vez que había que salir por algo era como un show tener que salir y volver. Igual no fuimos como tan brígidos en ese sentido, porque yo tengo familiares por ejemplo que salían y en el momento de llegar tenían que desvestirse afuera cambiarse, todo lo que salía en la tele... y pasaban viendo eso. Con respecto al Estallido ahí también... aunque a mi me sucedió que para el momento del estallido yo estaba fuera del país, me sorprendió que llegó a televisarse mundialmente, me acuerdo de haber estado en un local en Brasil y de ahí se enfatizaba de lo que pasaba en Chile. Y desde entonces por lo menos yo estuve muy pendiente de las noticias que pasaban, que embarrada estaba quedando en Chile y con ganas de ver qué onda, qué está pasando.

A: Yo por parte de mi familia también, comparto con lo que dice T de ver el tema de los casos; al desayuno, al almuerzo, a la once, que uno se sicoseaba y le daba ansiedad el ver que cada día aumentaba y cada vez era peor. Además con mi familia tomamos cuarentena preventiva cuando la sugirieron y estuvimos como fácilmente seis meses encerrados por lo mismo, y el aumento en ver tv era impresionante ya que era la forma de mantenerse en contacto con lo que estaba pasando afuera si uno no salía, así que por mi parte fue un aumento y lamentablemente uno entre que tenía la mente entre no querer saber que estaba pasando afuera y saber qué está pasando con el resto, porque no era solo uno, era también la familia, los sectores, las comunas...

Catalina: sí, fue bien inédito la verdad todo lo que pasó porque dejamos de tener contacto con el mundo exterior y nuestro mundo exterior pasaron a ser las pantallas, la tv, las RRSS. Por lo mismo, ¿su percepción de la tv cambió con la pandemia? ¿tuvieron un cambio distinto en la percepción de la tv?

Cr: por mi parte no, porque como siempre fue más informativo, siguió ocupando el mismo rol.

T: Claro, me quedo con lo mismo, como que no le tomé otro sentido al ver tv, simplemente dado que hay informe de los casos... chao, hasta ahí.

A: para mí en base a RRSS cambió el tema de la percepción con la tv ya que, como decía Cr en su momento por el tema de la universidad, que veía lo que transmitía la tv y se daba cuenta de que no era tan cierto lo que transmitía sino que eran situaciones diferentes. Yo por ese punto cambié la percepción a la tele, a no siempre creer todo lo que decían, que no era todo de tal manera.

Catalina: ¿y eso con el estallido o con la pandemia?

A: la verdad es que yo creo que con la pandemia, porque también hacían crisis colectiva y eso influye mucho también ya que uno se deja llevar porque lo que ve afuera pero no sabe en verdad si es que es tal cual como lo están transmitiendo y después uno ya ve informaciones de otras partes que no era como lo transmiten, o estas fan page que se hacían por el celular... que uno veía "está pasando tal cosa, de tal manera, acá" la tele está marcando las cosas de distinta manera.

Catalina: y en torno como a la información dices tú.

A: en torno a informarse ya que uno estaba en la casa y no sabía que estaba pasando, uno se dejaba llevar por lo que veía.

Catalina: claro, pasando a otro tema. ¿Cuáles creen ustedes que son las RRSS que más ocupan los jóvenes de nuestra edad acá en Chile?

Cr: yo creo que Instagram, tiktok y si es que Twitter, porque igual la gente de nuestra generación está como más arraigada a siempre estar informada de farándula, de noticias y estar como ahí pendiente del cahuín, me sumo. Así que yo creo que esas tres.

Catalina: los demás de acuerdo o alguno que agregar o que sacar.

T: también diría Instagram, tiktok... twitter yo lo veo un poco... no tanto la verdad, pero de las como antiguas, por decirlo así, es la que más se mantiene. Sumaría también WhatsApp, igual cuenta como una red social. Y de vez en cuando este boom como de aplicaciones gringas que vienen, por ejemplo, ahora he cachado que igual está creciendo hartito el uso de BeReal.

A: ¿Cómo red social se incluye también Spotify o no?

Catalina: no, pero es una plataforma como de consumo.

A: como plataforma digital por así decirlo yo te diría que whatsapp, Instagram y Spotify bajo mi punto de vista. Porque yo por lo menos soy una persona que consume mucha música, casi todo el día; para moverse, para cualquiera cosa que haga siempre consumo mucha música. El whatsapp es algo que se utiliza siempre y uno no lo toma en cuenta porque no se mantiene mucho tiempo en el cómo apps como en Instagram donde puedes ver historias, compartir cosas, porque en whatsapp se usa para lo simple, que es responderle a la familia y los cercanos que uno tiene en whatsapp y listo. Y en Instagram es la que más se usa ya que es la plataforma en la que uno sabe que es lo que está pasando con amigos, familia o noticias que hoy en día también están en Instagram.

Catalina: justamente eso les quería preguntar porque claro, uno en Instagram puede ver en lo que está... se puede comunicar con sus amigos, saber lo que pasa, pero también existen otros objetivos para abrir Instagram o tener twitter que pueden ser informativo, de entretenimiento, de expresar su opinión... ¿para qué ustedes ocupan o el resto de los jóvenes creen que ocupan estas RRSS?

Cr: yo creo que Instagram, claro, para ver memes es como lo principal, yo que consumo noticias creo que ver memes va por delante de las noticias. También encuentro que es una plataforma... con todas estas páginas que son de memes a veces igual hay páginas de memes que suben noticias, y que en verdad los comentarios uno se da cuenta que hay de todo; como que apoyan la noticia, otros desmienten. Entonces yo creo que el consumo por mi parte, y creo también que el de la mayoría de los jóvenes en mi opinión es el de ver memes, y la noticia vuelve a ser secundaria en esa plataforma.

T: yo por lo menos por mi parte más que memes, por ejemplo, yo consumo hartito contenido de mi agrado; me gusta hartito la música, la batería, entonces paso viendo en Instagram locos tocando o cosas relacionadas con la música. Y de vez en cuando también aparece lo que sería la noticia, seguiré a algunos cuantos canales pero eso, y los amigos.

A: yo igual, círculo cercano, familia, también sigo algunas páginas de noticias para mantenerme informado, también sigo hartas páginas de información de fútbol que es, como dice T, para ver cosas

de mi agrado. También cosas como fútbol, la noticias también uno se tiene que mantener informado y obviamente también lo de los memes para reírse un rato en el día.

Catalina: buenísimo, y por ejemplo una consulta. El ultimo hecho noticioso de nivel mundial por así decirlo fue la muerte de la Reina Isabel II, lo que estuvo de moda. ¿ustedes como se enteraron de la muerte de esta señora? Cómo corroboraron la información.

Cr: yo estaba en la u jugando volley y llega un amigo que me dice como “paren todo, se murió la reina Isabel” y yo así como “ya, qué onda viste la noticia” “no, por Instagram”. Y yo después cuando lo fui a verificar fui a instagram igual, no se me ocurrió ir como... no sé, emol o el 13, nada. Fui a Instagram, que era lo más rápido también.

A: a mi igual, me aparecieron puros memes de la Reina Isabel que había fallecido y no sabía si creer o no, y después me metí a mega y salía que había fallecido.

Catalina: y los memes los viste en Instagram y en mega te metiste a la tele o en la página de mega.

A: Nono, por la página de mega de Instagram, que la sigo, y ahí me aparecieron las historias y que subieron un post de que había fallecido, pero primero me aparecieron los memes de que había muerto y yo no sabía si creer o no también.

T: a mi igual. Vi una historia como de un meme y fue como ¡qué? Y partí altiro hacia la cocina y estaban justo con la tele y me quedo mirando “oh murió de verdad”.

Catalina: ahí como que lo chequeaste por la tele, lo corroboraste.

T: claro.

Catalina: ¿entiendo, oigan y ustedes creen que... por ejemplo, si ven algo en la televisión que les indigna mucho, ustedes son de las personas que comentan lo que no les gusta de la televisión? Ya sea con familiares, en Instagram, en Twitter. ¿ustedes responden de alguna forma a los contenidos que ven en la tele? Cuando la ven claramente.

Cr: yo sí, quizás no poniendo en twitter y etiquetando pero si demostrando mi disconformidad con lo que hay, sobre todo para el momento del Estallido y de la pandemia, como la información que entregaban... no sé, me acuerdo que justo yo estaba viendo mientras hacía ayudantías de análisis estadísticos y decía como “que lata la información que están dando porque se aprovechan a veces de la poca, no sé, formación educacional que tiene la persona, o de la mayoría de las personas, en distintos ámbitos” porque quizás hay personas que son cracks como en lenguaje pero el manejo de matemáticas es menor y al revés. Entonces yo veía como pucha las estadísticas que estaban mostrando y, si bien son ciertas, las manejaban de tal forma que causara mucho caos, entonces eso yo me acuerdo que es de las cosas que mas me ha causado disconformidad con la tele y esa también fue razón como para dejar de ver tanta cosa ahí.

Catalina: ¿y cómo respondías a eso? ¿qué hacías?

Cr: supongamos que como se veía mayoritariamente en familia, a mis papás les alarmaba un poco y el resto de mi familia igual, entonces como que yo igual decía “ya, mi forma para combatir contra esta disconformidad va a ser poder explicarle a ellos” poder explicarles por lo menos a mis seres queridos que la cosa no es tan así, que igual es un trabajo duro explicarle a un ser querido como

algún tema, porque uno igual se apasiona y si no entiende es como que... parece que cuando uno es querido te enojas más. Pero así era mi forma de combatir un poco y de mostrar mi enojo, tratando de ayudar a las personas que quizás no lo entendían y se alarmaban porque era alarmante de la forma en la que lo planteaban.

A: para mí en lo personal lo que me enfada o molesta es más cuando la gente habla de ignorante, y tira ese comentario de basura o de odio. Porque yo siempre soy la persona que lee los comentarios pero no me caliento la cabeza con las cosas, los leo, alguna gente hasta me da pena por lo ignorante que llega a ser que solamente opina, no sabe darse cuenta de lo que está pasando en realidad. De cualquier cosa, hay veces que obviamente que me he enojado, que han sido muy pocas veces, y quizás si le haya respondido, pero en general veo los comentarios y veo la gente que es ignorante nomás que opina y, opinan sin fundamento, solamente lo que hacen es en buen chileno tirar caca.

Catalina: ¿pero te refieres a la gente que opina en publicaciones?

A: en general siempre cuando uno sube algo de cualquier cosa, o un tiktok o una publicación... esto mismo de noticias, siempre falta o está el comentario de mala onda, como con odio.

T: su hater.

A: Sí, su hater. Que genera eso que a uno lo lee y le da rabia.

Catalina: y cuando pasa en la tele por ejemplo, cuando ves ese tipo de comentarios que se dan en la televisión o información que no es de tu agrado, que no debería transmitirse así, o que no estás de acuerdo. ¿lo conversas de alguna forma o lo dejas pasar?

A: generalmente la tele no da punto de vista, es lo que se transmite y se transmite nomás, y las veces que se da punto de vista son muy pocas, y no veo mucha tele también así que no puedo ayudarte ahí

T: bueno en mi caso, si vamos a la parte de RRSS igual que como cada vez que salen publicaciones relacionadas con temas controversiales... leo la noticia, lo que describe y todo pero no me centro en leer los comentarios porque digo "para qué me voy a calentar la cabeza si al final ahí uno pone lo que quiere" entonces me centro en leer eso, ver distintas fuentes, de repente ir hasta emol o buscar como... hacer la comparativa de qué es lo que se está diciendo en un lado y en otro, y eso. Y las veces que publico algo como relacionado con temas controversiales busco publicar lo más... hechos, trato de evitar poner su comentario pesado o como muy cargado para un lado porque típico que te van a tirar caca todo el rato entonces como que expongo lo que hay, lo que sé que es irrefutable más que nada, y que cada uno genere su opinión.

Catalina: y cuando ves cosas en la tele que te disgustan ¿igual respondes o lo dejas pasar?

T: no, ahí igual hay conversaciones, en especial cuando estamos con mi familia y juntos con mis abuelos, que pasan igual harto rato, se genera mucho esta división en la mesa sobre lo que sucede en la tele, y ya después se generan peleas bastante intensas. Se generan momentos muy tensos.

Catalina: ¿y por qué hablas de una división? Si pudieras explicar un poco más eso

T: porque se divide un poco la familia entre los que... como por un lado de la noticia, apoyando un poco lo que sale, y los que estamos como en contra o pensando distinto, entonces en vez de como

tratar de ver si está bien o está mal, como tratar de conversarlo un poco pasamos un poco a la división, al hate, como un poco más a la pelea. Estamos un poco en la pelea y esperamos como hasta que se calmen un poco las cosas porque siempre hay alguien que dice “ya, filo” y todos apagamos la tele o cambiamos... porque sino, terminamos agarrándonos a combos.

Catalina: una pregunta para todos, que justamente tiene relación con lo que dice T sobre la generación de una división, ¿ustedes creen que tiene relación con una división etaria que puede existir? Porque si lo pensamos un poco nosotros crecimos con la tv pero también crecimos con el computador, con el teléfono. Pero generaciones mas antiguas que nosotros como nuestros papás o abuelos solo crecieron con la tv, el diario y la radio. ¿creen que existen diferencias debido a eso?

Cr: yo creo que sí. A mi me ha tocado, bueno a mi familia también, yo soy el menor y después los saltos son muy grandes; mi mamá tiene 60, mi hermana tiene casi 40 entonces ahí igual hay una diferencia más o menos entre generaciones, y también en los trabajos, y yo siento que sí el rango etario influye mucho en cómo uno percibe la información porque, claro, quizás una persona de 60 años o 70 años que solamente estaba acostumbrada quizás en los 80's o 90's igual era difícil tener una tele entonces era solo la radio. Y claro escuchaba algo en la radio y no le quedaba otra que creerlo, no tenía el chance de así como “oh, me voy a meter al celular a verificarlo” entonces nosotros yo creo que hemos crecido con la virtud de poner en duda las cosas, y tener la facilidad también de poder responder esa duda así, si en verdad es sacar el celular y buscarlo. Entonces yo creo que sí, el rango etario es un factor influyente en la división de las opiniones.

A: yo comparto totalmente la opinión con Cr ya que así como dice él, el rango etario influye con el tema de que ellos no tuvieron celular, no tuvieron computador, la tv era muy escasa, muy pocos tuvieron. A mi me pasa que generalmente mi abuelito o mi abuelita me llaman porque ven algo en la tele que pasó con Maipú, que si estamos bien, cuando pudo haber sido en plaza de Maipú y yo vivo en Ciudad Satélite, que está fácilmente a unos 15 minutos de Maipú, entonces a mi nunca me va a afectar. Así que influye mucho y eso genera mucha división ya que se quedan con lo que ven... como lo mismo que hablábamos delante, y no tienen esa... no pueden verificar la información, lamentablemente se quedan solamente con eso y también para los abuelos es la única distracción, el tema de una televisión.

T: sí, comparto con los dos Cr lo de la diferencia pero también me he encontrado con gente como de mi edad, de rango de 19 o por ahí, que mantienen prácticas de gente mayor. Como que se quedan con lo que ven en la tele y comparten de repente esos comentarios como desinformados, y en eso se quedan.

Catalina: ¿y eso lo ves como en tu grupo de la universidad o del colegio?

T: en la universidad lo he visto como una vez, me pasó hartito en el colegio, varios compañeros tenían ese tipo de pensamiento o esa forma de ver las noticias por decirlo así, como que se quedaban con el puro encabezado y partían hablando cualquier cabeza de pescado... como “oye, escucha lo que estás hablando por favor”.

Cr: yo comparto Cata con lo que decía Cr, a mi también me pasa eso, yo también vivo como en una esquina de Maipú, nada que ver con la plaza de Maipú y también, cuando fue el estallido estaba la embarrada en la plaza de Maipú pero en ciudad satélite no pasaba nada.

Catalina: ah, ustedes dos viven en ciudad satélite.

A: ohhh, sí, yo también.

Cr: creo que una vez tiraron una moción para salir a cacerolear y en la sate 2 salieron como tres señoras y nada más, entonces también es como un mundo totalmente distinto y aislado de todo, así que lo comparto.

A: es una burbuja.

Cr: exactamente, es una burbuja.

Catalina: wau, oigan y ¿creen que es importante responder a los contenidos que emite la tv? Como dar una opinión, o en verdad no vale la pena. Qué creen ustedes.

Cr: pucha, no sé si en la tele Cata, pero yo trabaje en el lado comunicacional en una municipalidad y para mí y el equipo con el trabajaba sí era muy importante el feedback de la persona, más allá si sea bueno o malo siempre es importante. Porque no sabes si estas siguiendo un buen camino si alguien no te dice si lo haces bien o lo haces mal, y es super importante la opinión de todos.

Catalina: en qué muni trabajaste?

Cr: en la de Santiago, y estuve en periodos distintos, en los de derecha y de izquierda. Para mi sorpresa en realidad ambos equipos tenían la misma logística; escuchar, escuchar y escuchar para poder actuar.

A: yo creo que eso es super importan ya que bajo mi punto de vista, yo no trabajo ni nada, pero siento que siempre sirve poner un tema sobre la mesa, dar los distintos puntos de vista y poder también darse cuenta que quizás el pensamiento que tiene uno no es tan... no es lo correcto, uno siempre tiene que escuchar, así como dice Cr, distintas opiniones y saber también si es que te puede abrir la mente a una opinión que tú no tenías.

T: Claro, suma mucho. Siempre encuentro que es bueno el poder generar... no discusiones pero sino un dialogo con distintas personas sobre algún tema x, poder igual conocer sus puntos de vista, entender cómo lo ve él, cómo lo ves tú, tal vez hasta llegar a un acuerdo, no planeado sino terminar de conversarlo y ver como coincidimos en tales cosas, siendo que al inicio "oh tu piensas esto, yo pienso esto otro" .

Catalina: ¿y creen que en la televisión es posible eso? Porque una cosa claro, es lo que dicen ustedes, que es super importante tener la retribución pero eso se da cuando es más cercano cierto, cuando es uno a uno o tú directamente con un grupo. ¿Pero en la televisión es solo recibir el mensaje y lo que emiten o no? ¿cómo se podría dar eso? Que los canales sean capaces de recibir este feedback, ¿es posible? ¿vale la pena?

Cr: yo creo que quizás hay que hacerlo para estar tranquilo consigo mismo y en verdad yo creo que si el mensaje si llega es cuando se generan todas estas controversias por RRSS. Como que ahí sienten el pencazo, cuando dicen como "oh, ya, tantos miles de personas opinan lo mismo, qué estamos haciendo mal".

Catalina: o sea dices que cuando es como una mala noticia que se viraliza al final.

Cr: claro, sí, porque al final es super normal que lo bueno no se comunica pero lo malo se comunica siempre.

T: o también lo que hacen en la mañana los matinales, el ir a entrevistar a la gente en persona igual es como el espacio que hay de comunicación y de dialogo en sí con la gente, pero es poco igual, entrevistan a dos o tres personas y ahí se quedan y se comenta un poco pero no llega tanto como cuando se da una noticia, que dice Cr, y después sale una masa de gente diciendo “ a ver, cómo se pude haber hablado esto” o qué se yo, pega distinto.

Catalina: ¿y ustedes creen que eso es bueno? Que se de esta conversación de la tv por RRSS, que se comente lo que pase en la tele, que se mezclen ambas cosas.

Cr: sí, yo creo que es parte de la telecomunicación nomás, que al final todo se mezcla, es imposible mantener distinto... porque al final no tienes ninguna vía de conversación con la tele. Más allá de que quizás... no sé, como lo decía el A, el mega en Instagram, poder mandar un direct o algo así.

Catalina: alguien más o pasamos a otro tema?

A: comparto opinión yo.

T: yo también. X2

Catalina: ¿qué piensan de las personas que consumen televisión? ¿qué personas creen que son las que consumen tv hoy en chile?

Cr: yo creo que todos consumimos televisión, no creo que haya un rango etario.

T: es como algo casi inevitable de consumir.

A: sí

T: porque puedes, ya, en el caso de tu no tener tele en tu propia casa pero sales o vas a algún lado, algún local y tienen tele ahí colgada y la ves, entonces es inevitable.

A: yo creo que influye en la gente que tiene tele y tiene tiempo también, yo lo veo más que nada reflejado en mis abuelos que tienen tiempo y tienen tele y su única distracción es la tele. Uno como joven ve tele pero no le da el mayor tiempo como a una Red Social cuando vas en la micro, ves el celular, o estás estudiando y te aburraste y ves el celular, uno no ve como la tele. Yo creo que es más para la gente que tiene tiempo y tiene la tele al lado y puede estar pendiente a eso.

Catalina: sí, interesante eso, porque no solo gastamos la intención de ver tele, sino que gastamos el tiempo no. Y como ustedes hablaban las personas mayores no tienen tanta movilidad o tanta vida activa como la podríamos tener nosotros, muy poco tienen para manejar o conocer lo que son los teléfonos o las RRSS. ¿ustedes quieren que la televisión mejore? Y en qué les gustaría que mejore. Porque claro, puede ser que nos les interese que la televisión continúe, o sí pero debería cambiar ciertas cosas o mejorar otras.

Cr: yo el cambio que haría sería... tuve un amigo cercano que trabajo como guionista de las noticias de un canal, y en base a su experiencia y lo que me contaba yo lo cambiaría sería el hecho de que quizás trabajar tanto la noticia.



Catalina: ya, ¿cómo así?

Cr: lo que pasa es que claro, tu al final recibes la noticia en crudo, porque quizás los gallos si están 24/7 pendiente y van in situ pero la noticia no te sale in situ, hay un trabajo de por medio con la noticia; de cómo la comunico, en quien pienso para comunicarla, entonces yo creo que a veces ese trabajo está demás. A veces yo creo que las personas tienen el raciocinio correcto como para poder captar la noticia como es, porque o sino le quitas la oportunidad a la persona que ve y escucha de poder dar un juicio propio, porque te empiezas a engatusar, al final ese es el trabajo, engatusar la noticia.

Catalina: ya, eso te gustaría que mejorara.

Cr: sí, eso me gustaría que mejorara, que la noticia o lo que pasara se dijera como es, no que hubiera un trabajo de por medio, y encuentro que si fuese así también las noticias serían más rápidas, como lo es Instagram, al final en Instagram pasa algo, tu lo grabas y lo subes, no hay ningún trabajo de por medio. Entonces al final las otras personas cuando dan su opinión es en base a lo que vieron y lo que está pasando en verdad.

A: no hay ningún maquillaje.

Cr: exactamente, no hay ningún maquillaje.

A: yo creo que bajo mi punto de vista podría mejorar en masificar los puntos de vista y, al decir masificar los puntos de vista me refiero a dar puntos de vista... quizás suene mal pero de todas las clases sociales, eso yo creo que es super importante porque no se toma en cuenta pero una persona de clase alta, por así decirlo, y de clase baja, no van a tener la misma opinión, va a ser muy difícil que tengan la misma opinión, y eso influye en la noticia que es un tema general, para toda la gente. Porque la televisión la consumen desde una persona que tiene mucha plata hasta una persona que es más humilde y no tiene los mismos recursos pero al final termina llegándole, así sea en la televisión o también en un periódico. Masificar los puntos de vista bajo mi punto de vista.

T: claro, al final opino que con toda la masificación que hay y un poco como la nueva revolución industrial en la que estamos metidos, que ya es como la quinta revolución en la que estamos, de todas tanto de las plataformas de streaming, de todo esto que sale, se graba y se sube, y queda ahí sin maquillaje como decían; al final la tele ya va a pasar en unos años desaparecer como lo es el periódico en papel, al final las noticias van a pasar a ser en Instagram o en la plataforma que se haga, va a ser todo inmediato, que es lo que se busca en esta digitalización de la nueva era, con todo el tema del 5G todo se quiere tan inmediato que va a pasar lo mismo con las noticias.

Catalina: ¿los demás comparten eso? ¿Qué la televisión va a desaparecer como tal?

Cr: sí, lo comparto

A: absolutamente, es cosa de tiempo nomás, hoy en día el futuro no está en una tele.

Catalina: o sea va a ir en descenso los espectadores que tiene la tele ahora.

A: sí

T: claro, rápidamente.

Catalina: ¿y a donde va a migrar esa gente?

Cr: yo creo que esa gente vamos a ser nosotros, y vamos a quedar ahí...

A: a las RRSS

Cr: al final después nuestros hijos o nietos van a pensar lo mismo que pasaba con lo que decían ustedes, la generación va a cambiar y nosotros nos vamos a quedar en el celular y quizás algo más Brígido, y nosotros nos vamos a quedar atrás.

T: claro.

Catalina: y en contenidos chiquillos, algo que les gustaría que estuviera en la tele o que no les gustaría que estuviera. Me acuerdo que Cr Rojas habló de la farándula.

Cr: sí, yo creo que sea más... mira, yo nunca he estado muy de acuerdo con el hecho de que tengas que pagar tele cable para la diversidad de contenidos, encuentro que quizás los canales nacionales, que en verdad es la opción que todos podemos optar, sea más disperso; siento que a veces se centran en cosas que no son tan útiles. El 13 tiene estos canales culturales pero tienes que tener cable para optar a la opción cultural, siendo que yo encuentro que es super esencial.

T: comparto la opinión de Cr al final se vuelve un tema de plata e inversión poder adquirir un contenido distinto a una mayor variedad de contenidos, entonces al final el que no puede optar a eso tiene que quedarse con los canales nacionales nomás y a un contenido muy acotado de televisión.

Catalina: esos son los cambios que ustedes harían, pero, ¿queremos hacer esos cambios? Como generación por ejemplo, ¿queremos abanderarnos a que la televisión mejore? o como habían dicho antes, dejamos que muera

T: claro, yo opino un poco eso, o sea tampoco es dejarla morir y que se vaya en la peor calidad pero si en lapsus de tiempo corto puede haber una mejora por mí estaría bien, para poder dejarla morir en paz, que muera tranquila.

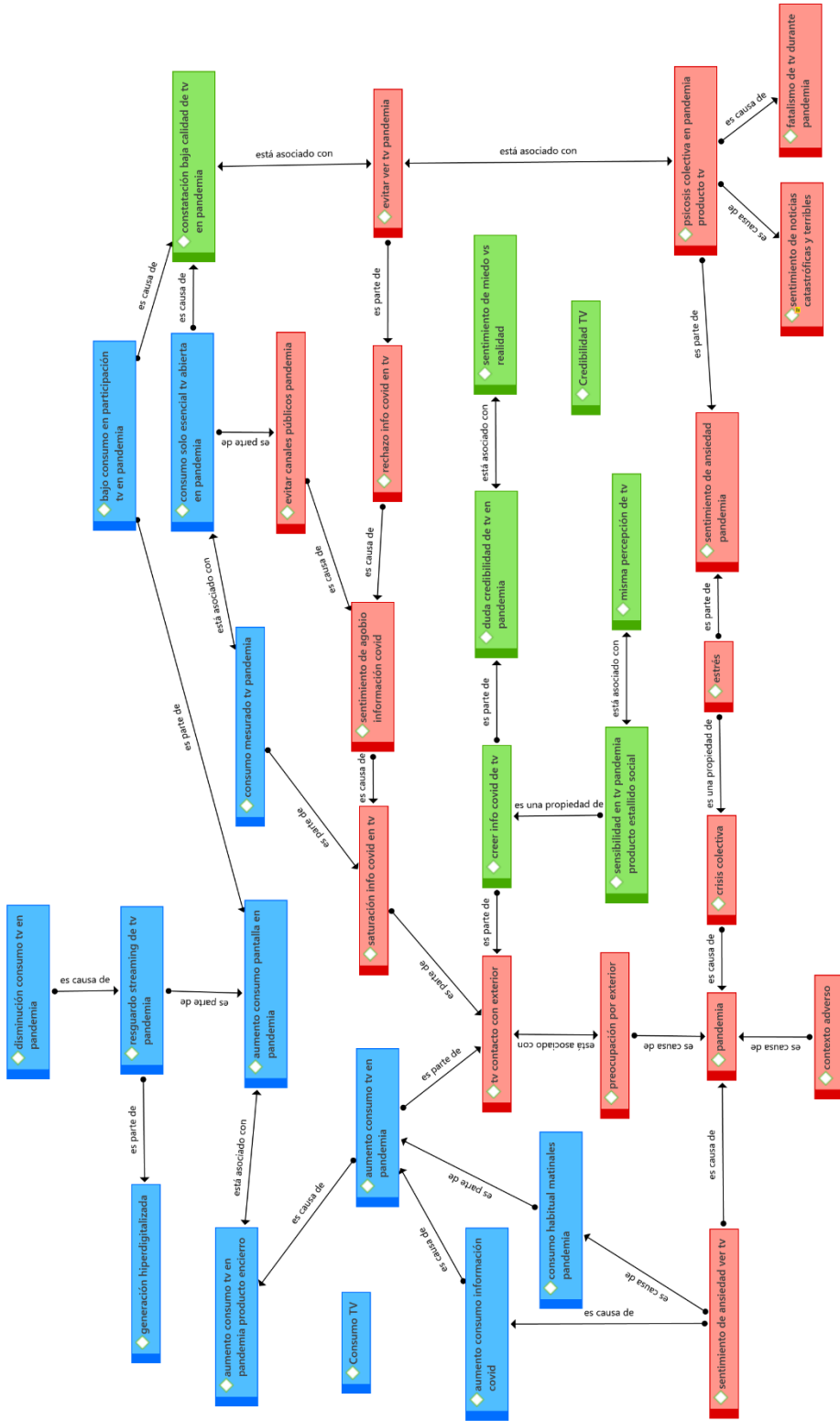
A: yo comparto opinión con T.





# Anexo VII

## Red Pandemia











## Anexo XI

### Red TV y género

