

Las razones por las que el público sigue viendo *reality shows*

PATRICIA CERDA F.

El morbo, intercambiar opiniones con otras personas o poder conocer más sobre el comportamiento de los jóvenes serían algunos de los motivos por los que las audiencias buscan estos programas en la TV.

Ados décadas del debut en la televisión abierta de "Protagonistas de la fama" (Canal 13) y a tres meses del estreno de "Gran Hermano" (CHV), el género *reality show* demuestra seguir vigente. El *rating* del programa de Chilevisión lo confirma —bordea los 9 puntos promedio de sintonía— y también da cuenta del renovado interés del público por este tipo de formatos.

¿La razón? Lorena Antezana, investigadora y directora de NITS Chile, Núcleo de Investigación de Televisión y Sociedad, comenta que para entender el fenómeno hay que ponerlo en contexto. "En general, el interés por este tipo de programas que son de entretenimiento coincide con climas socialmente complejos, donde la gente trata de hacer catarsis viendo espacios que les permitan reírse y desconectarse de una realidad que puede ser compleja".

No obstante, ratifica que la razón mayor del público para exponerse a un *reality show* es el morbo. "En estos programas opera la misma lógica de mirar por la ventana lo que ocurre frente a tu casa para luego conversarlo con los vecinos. Ese ejercicio ya no se da, prácticamente, en los barrios, donde la gente vive más hacia adentro. Entonces, ahora se fisgona a través de la televisión y se comenta por las redes sociales", dice la profesional.

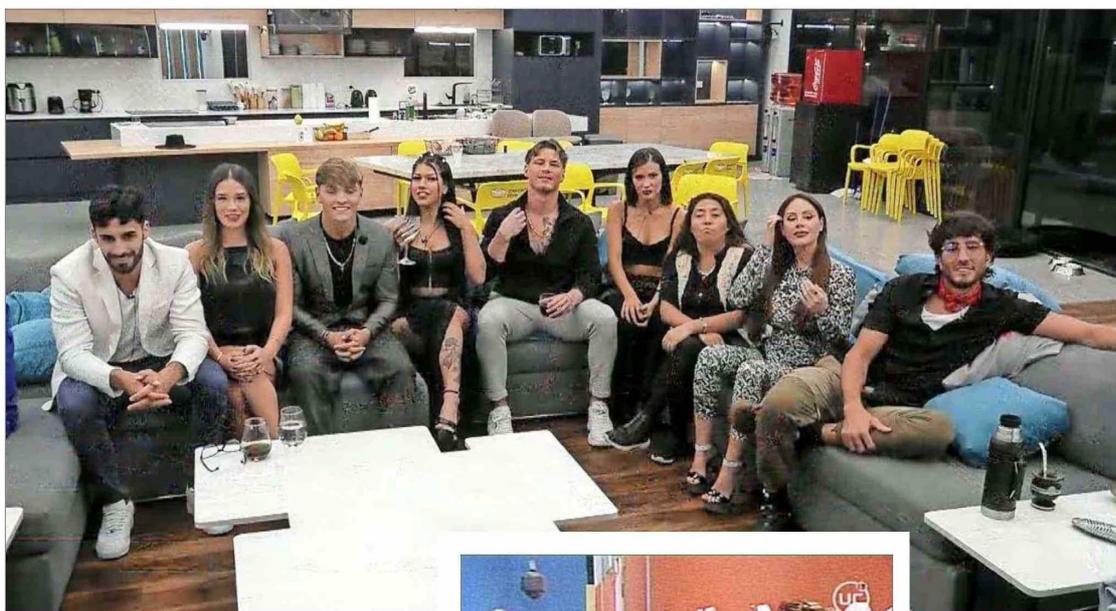
Para Rodrigo Larraín, sociólogo y académico de la Universidad Central, lo que se impone en el gusto por los *reality shows* es que "nos permiten ver a otras personas en su cotidianeidad, aunque sepamos que están actuando o que mucho de lo que hacen está pauteado por un canal. En el fondo, se entiende que todo lo que se ve no es real, pero

igualmente es atractivo".

Y sigue: "Con los *reality show*, además, pasa lo mismo que con las teleseries, donde sabemos que son ficciones, pero nos involucramos y queremos saber cada vez más sobre cada uno de los personajes...y tanto en la teleserie como en el *reality* esperamos que a nuestros personajes favoritos les vaya bien y que el resto se caiga no más".

Valerio Fuenzalida, académico de la Universidad Católica, aporta un dato interesante para entender el perfil de la audiencia de estos espacios. "Hace algunos años hicimos una investigación en la universidad y descubrimos que gran parte del público de los *reality shows* eran padres a los que les interesaba ver a los jóvenes protagonistas porque así podían entender cómo se comportaban sus propios hijos", señala.

Y añade que ese dato sorprendió



"Gran Hermano" debutó en CHV hace tres meses con una tibia recepción, pero tras algunos cambios es hoy uno de los más vistos de la señal y de la TV abierta.



Catalina Bono y Álvaro Ballero, dos de los concursantes más populares de "Protagonistas de la fama".

que se espera y quiere ver es precisamente gente atractiva, bella, joven, sobre todo cuando no tienen mucho peso intelectual", declara. Y sostiene que para sumar públicos los canales necesitan tener un *casting* con gente atractiva, pero que además tenga un discurso claro.

Lorena Antezana, en tanto, hace una reflexión sobre la edad de los participantes de estos programas. "Hay participantes jóvenes que, además, son muy activos en redes sociales y atraen a sus pares, lo que le ayuda al canal a sumar audiencias", plantea. Y puntualiza que los *reality shows* también se han transformado en una alternativa para que los jóvenes vean televisión. "El *reality* es como el nuevo 'Yingo' o 'Mekano', es el programa juvenil del momento", afirma.

porque "hicimos ese *focus group* como una manera de conocer más lo que estaba haciendo Canal 13 con los *realities*, porque en ese tiempo el canal era de la universidad. Pero el estudio no fue condenatorio hacia la audiencia, ni recriminatorio para el canal, sino que señalaba que había un genuino interés del público por ver a los jóvenes".

Larraín también define como "un enganche" que los protagonistas de estos programas sean jóvenes. "Lo