

Programas de entretenimiento arremeten en el *prime time* de la TV

PATRICIA CERDA F.

La información sigue siendo el género con mayor oferta y consumo de la televisión abierta local durante los últimos años. El estallido y la posterior pandemia hicieron que las noticias se extendieran a distintos bloques horarios, entre ellos el de la tarde, pero el *prime time* se ha mantenido como la gran vitrina de la entretenimiento que, en lo que queda de este año, exhibirá una variedad de estrenos.

Mega tiene una de las apuestas más contundentes. La llegada de Carlos Valencia, histórico productor de CHV, como director del Área de Entretenimiento de la señal, aceleró la producción de programas que se sumarán a su firme apuesta por las teleseries.

“Only friend”, espacio donde Francisca García-Huidobro y José Antonio Neme se alternan en la conducción, debutó la semana pasada y pronto verá la luz “Coliseo”, a cargo de la cantante María José Quintanilla, que buscará a un humorista para que se presente en el Festival de Viña del Mar 2026.

Ahora, la señal de Bethia prepara el debut del *reality show* “El internado”, que marca el regreso de la animadora Tonka Tomić a la pantalla de la mano del chef francés Yann Yvin. En el *casting*, el diseñador Di Mondo es el primer confirmado.

Tomic dice que el *reality* tiene varios componentes que, precisamente, buscan entretener al público. “Es súper interesante el formato que complementa el encierro, la competencia y los conflictos con el humor y la cocina”, sostiene. Y Valencia agrega que el equipo de entretenimiento, además, se hará cargo de la gala del Festival de Viña. “Estamos en la búsqueda de consolidar y de darles a las personas una compañía diferente, con temas más luminosos, livianos, que entrenen y acompañen”.

CHV no se queda atrás y renovará próximamente su bloque es-

La competencia vuelve a reactivarse en el bloque nocturno con “El internado” (Mega), que marca el regreso de Tonka Tomić a la pantalla, y una nueva versión de “Fiebre de baile” (CHV), a cargo de Diana Bolocco.



Tonka Tomić compartirá pantalla con el chef Yann Yvin.

telar con el regreso de “Fiebre de baile”, que realizó entre 2009 y 2012 y que estará a cargo de Diana Bolocco. La señal de Paramount busca también ser más competitiva con entretenimiento en el *prime time* donde actualmente emite espacios como “Top Chef Vip”, “La divina comida” y “Podemos hablar”.

TVN, en tanto, ha encontrado en los concursos un formato rentador. Hace pocas semanas debutó con la segunda temporada de “Mi nombre es”, competencia de canto conducida por Jean Philippe Cretton, que tiene una buena sintonía y que desde el 21 de agosto se emitirá en vivo. “¡Ahora caigo!”, con Daniel Fuenzalida, también tiene una versión estelar los viernes con buen desempeño.

Canal 13 no contempla, por

Diana Bolocco tiene experiencia en espacios del género.

ahora, estrenos en su horario estelar y ha encontrado en los *reality shows* un género para potenciar la entretenimiento. De hecho, uno de los atributos que la gente valora de esos espacios, según fuentes de la industria, es que sea entretenido, lo que el canal ha querido reforzar con personajes más lúdicos, como el reciente ingreso de Mario Ortega, “Súper Mario”, a “Mundos opuestos”.

“El *reality* puede contar historias que reflejen lo que pasa en la sociedad o no, puede tener buena música o mala música o un montón de aristas más, pero fundamentalmente es entretenimiento”, señala el productor ejecutivo de “Mundos opuestos”, Marcos Gorbán.

Necesidad de diversión

El sociólogo Rodrigo Larraín, de la Universidad Central, cree que la gente busca entretenimiento en la televisión, entre otras cosas, porque ne-

cesita evadirse y experiencias emocionalmente atractivas. “Pero al público tampoco le gusta cualquier programa de entretenimiento. Le interesa que ojalá estén al límite, como los *reality shows*, donde hay mucho de morbo por saber qué les va a pasar a los participantes. Lo mismo ocurre con las competencias de canto o de baile, en las que la gente está pendiente de si un concursante se va a caer o lo va a hacer mal”.

Fernando Acuña, académico de la UC, sostiene que la arremetida que está teniendo la entretenimiento, sobre todo en el horario nocturno, es una tendencia. “La gente busca distraerse, salir de lo cotidiano y eso está pasando en todos lados”, afirma. “Hay muchos formatos que han sido probados en otros países y que, seguramente, también vamos a ver acá. Ahí es donde se abre un desafío para los canales nacionales de mantener el buen nivel de producción y de seguir haciendo tanto formatos propios como extranjeros”.

