



PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATOLICA
DE VALPARAISO



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE PERIODISMO

“Rapa Nui y Televisión Nacional de Chile: Percepciones y expresiones del consumo mediático insular y étnico sobre el canal estatal”

Moana Rapu Sanhueza
Profesor Guía: Claudio Elórtegui
Valparaíso, 2014

Índice

INDICE	2
RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I: PROBLEMATIZACIÓN.....	7
1.1 Historia Moderna	7
1.1.1 Características de Rapa Nui actual	9
1.2 Antecedentes de Televisión Nacional de Chile en Rapa Nui	12
1.3 Antecedentes de otros canales en Rapa Nui	14
1.4 Descripción del problema	15
1.5 Pregunta de Investigación.....	17
1.6 Objetivos	17
1.7 Estado del Arte.....	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1 Interaccionismo Simbólico.....	23
a. Interaccionismo y comunicación	23
b. Identidad y cultura en la interacción.....	25
c. Televisión e interacción.....	28
2.2 Estudios Culturales.....	31
a. Estudios culturales y comunicación	31
b. Identidad y cultura	33
c. Televisión y estudios culturales.....	34
2.3 Usos y gratificaciones.....	35
a. Comunicación y sus usos	36
b. Usos e identidad cultural.....	36
c. La televisión como medio.....	38
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	40
3.1 Enfoque metodológico.....	40
3.2 Diseño de la investigación.....	41
3.3 Definición de la muestra.....	43
3.3.1 Tipo y tamaño de la muestra	43

3.3.2 Características de la muestra	44
3.4 Método de recolección	48
3.3.1 Tipo y tamaño de la muestra.....	43
3.5 Instrumento de análisis.....	50
3.5.1 Diseño de la matriz	51
3.5.2 Matriz de análisis	52
CAPÍTULO IV:ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	53
4.1 Análisis de datos	53
4.2 Resultados de la investigación.....	84
4.2.1 Cultura e identidad desde la mirada Rapa Nui.....	85
4.2.2 TVN y su influencia en la cultura Rapa Nui	95
4.2.3 Rapa Nui y su necesidad de comunicar y ser comunicado.....	101
CAPÍTULO V:CONCLUSIONES	106
BIBLIOGRAFÍA	116

Resumen

La realidad comunicacional de la comunidad étnica Rapa Nui y el estudio sobre la llegada de los medios de comunicación, específicamente de Televisión Nacional de Chile (TVN), son temáticas que no han sido abordadas en ninguna investigación vinculada a las comunicaciones.

Esta situación conlleva a que exista un total desconocimiento sobre lo que se generó en las audiencias una vez instalada la televisión en el territorio más aislado de todos los continentes, específicamente, en “Te pito o te Henua” o el ombligo del mundo.

Desde este punto de vista, la siguiente investigación busca averiguar si la llegada de Televisión Nacional de Chile (TVN) ha influido en los cambios culturales de la etnia Rapa Nui, profundizando en las percepciones y expresiones del consumo mediático insular y étnico sobre el canal estatal.

Introducción

Con una población de aproximadamente 5.000 mil habitantes, donde casi 3.000 pertenecen a la etnia Rapa Nui, entendiéndose, según la Ley Indígena Chilena (párrafo I. Art 2) como étnicos o indígenas “las personas de nacionalidad chilena que sean hijos de padre o madre indígena, cualquiera sea su naturaleza de su filiación, inclusive adoptiva (...), los descendientes de las etnias indígenas que posean un apellido indígena acreditando su procedencia indígena por tres generaciones”, Rapa Nui es una comunidad que no ha sido investigada en profundidad tras la llegada de los medios de comunicación.

Esta investigación tiene como principal objetivo profundizar en las percepciones culturales del consumo mediático de TVN de un segmento de la población étnica, que corresponde a una muestra de la generación adulta, que desde la llegada de la televisión y su desarrollo en esta cultura, han sido los testigos de este interesante fenómeno. El rango etario de este segmento corresponde a adultos entre 25 y 65 años de edad.

Lo anterior se ha traducido en la indagación y posterior entrega de antecedentes sobre aspectos tales como: percepciones sobre la pérdida o revitalización de la identidad cultural en torno a la llegada de TVN, problemas y conflictos que enfrenta la comunidad étnica en la actualidad en torno a la llegada de la televisión, identidad y representación de la comunidad Rapa Nui en TVN y finalmente, identificación de los aspectos positivos y negativos en la cultura Rapa Nui con la llegada de TVN.

Este diagnóstico utiliza como base el propio discurso entregado por los diferentes entrevistados adultos de la etnia Rapa Nui, que participaron de forma voluntaria durante enero del 2013 para esta investigación.

El tema de estudio se consideró desde un principio, ya que el autor de esta tesina es integrante de la cultura étnica, por lo que ha observado desde cerca a la comunidad tras la llegada de TVN.

La presentación de la investigación empírica realizada se estructura en cinco partes: en primer lugar, se presenta la problematización, donde se entregarán los antecedentes de contexto para poder entender la realidad de Rapa Nui y la historia sobre la llegada de los medios de comunicación como la televisión a la isla. En este punto se incluyen también la pregunta de investigación y los objetivos del estudio.

Posteriormente, tenemos la presentación del marco teórico que permitirá relacionar las teorías de la comunicación y el desarrollo de éstas en la realidad planteada. Luego sigue la metodología, el cual abarca la presentación de los antecedentes y el desarrollo de éstos.

El análisis, presenta todo el trabajo de clasificación (comparativo) y de obtención de resultados en torno a las entrevistas y finalmente, se presentan las conclusiones que básicamente corresponden a una síntesis e interpretación final de lo más relevante y significativo de las conclusiones obtenidas.

Capítulo I: PROBLEMATIZACIÓN

1.1 Historia Moderna:

Rapa Nui fue descubierta el 5 de Abril de 1722 por el Almirante holandés Jacobo Roggeween. A contar de esta fecha, lo que quedaba de la ancestral cultura y población Rapa Nui fue expuesta gradualmente a diversos contactos con el mundo exterior (barcos europeos de exploración, buques balleneros, buques en busca de esclavos, misioneros católicos, colonos, explotadores occidentales, etc), todo lo cual fue acrecentando las transformaciones en la cultura tradicional isleña, iniciándose un proceso que los antropólogos han llamado *aculturación* (Enciclopedia de Sociología, 1970).

La descripción de Sebastián Englert en el texto “La tierra de Hotu Matu’a” (1948), cuenta que con el correr del tiempo, Rapa Nui fue incorporada al territorio nacional chileno el 9 de Septiembre de 1888, tras un acuerdo de voluntades entre los jefes tradicionales de la isla y el representante del gobierno de Chile de la época, el Capitán de fragata de la Armada Don Policarpo Toro Hurtado. En dicho acuerdo, se estableció el traspaso de la soberanía de la isla a manos del Estado chileno mediante la firma conjunta de un acta de cesión. Así comenzaría una nueva era en la historia del pueblo Rapa Nui: la colonización organizada de su territorio.

Para Chile la posesión de este territorio insular, resultaría ser estratégicamente bueno ya sea para intercambios comerciales como para posicionamiento en caso de guerra con potencias extranjeras. Un pequeño grupo de chilenos se radicó en el lugar para iniciar una colonización, sin embargo, ellos emigraron a Chile en 1895, ya que no se adaptaron a un lugar tan inhóspito en donde el desamparo era casi total.

En el texto de Cristino, Vargas, Recasens González y Edwards (1984), se señala que los cambios principales que se produjeron fueron los siguientes: el incremento de las visitas de buques nacionales que hicieron mayor presencia de la soberanía chilena en este territorio, la inscripción en 1933 de las tierras de la isla como patrimonio del Fisco chileno, la construcción por parte de la Armada de una pequeña posta médica en 1939, la creación de una escuela a cargo de religiosos y monjas, la creación de contratos legales entre la compañía explotadora, entre otros.

Durante el período descrito la cultura Rapa Nui siguió sufriendo transformaciones. Se puede decir que durante la primera mitad del siglo XX en Isla de Pascua se aceleró el proceso de aculturación debido al incremento en la frecuencia de los contactos entre la población isleña y miembros de la cultura occidental (chilenos y europeos con fines específicos en suelo isleño). Esto significó la introducción de cambios progresivos en las formas culturales propias de los isleños, ligadas a un particular modo de vida tradicional. Principalmente, se apreciaron cambios en el régimen de trabajo, la vestimenta, el lenguaje y las creencias religiosas.

Sin embargo, los Rapa Nui, se preocuparon de mantener siempre viva su cultura heredada, a pesar de la imposición de un modo de vida externo y su fuerte impacto en los integrantes de la etnia. Algunas de las actividades que se mantuvieron vigentes, fueron los mecanismos de transmisión oral de sus leyendas y mitos más representativos (gracias al importante rol de los ancianos), así como mantener costumbres propias de su vínculo polinésico.

Una vez que se terminó el contrato de arrendamiento a extranjeros con fines comerciales, lo cual sucedió debido a las presiones de la “Sociedad de Amigos de Isla de Pascua” (fundada en 1947), cuyos miembros eran personalidades del Gobierno y las Fuerzas Armadas, entre los periodos de 1953-1965, la Armada de Chile se hizo cargo de la administración territorial de la isla y de sus habitantes.

A pesar de las mejoras efectuadas en las condiciones de vida de la población isleña, aún durante este período el trato hacia ellos seguía siendo colonialista.

La sostenida situación de desamparo, aislamiento y específicamente el no ser considerados todavía verdaderos ciudadanos chilenos con todas las garantías que establece la ley, lleva a que un grupo de profesores Rapa Nui y en representación de todos los integrantes de la etnia, pidieran ser integrados a la vida nacional.

Finalmente, luego de varias negociaciones con representantes del Presidente de la Republica de la época, Eduardo Frei Montalva, se comunicó a los Rapa Nui que sus peticiones habían sido aceptadas y que a partir de 1965 la isla y su población pasarían a depender de la administración civil.

Posteriormente, en 1966 se da origen a la ley 16.441 que incorpora jurídicamente a los habitantes de Rapa Nui al territorio nacional y a partir de este momento, los Rapa Nui comenzaron a gozar de los mismos privilegios de un ciudadano chileno, a través de la última etapa de la historia moderna de Isla de Pascua, llamada: “*Sociedad Abierta*” (de 1965 en adelante).

1.1.1. Características de la comunidad Rapa Nui actual:

Actualmente, Rapa Nui forma parte de la Región de Valparaíso, establecido en la ley 20.193, publicada el 30 de julio de 2007, considerándolo un «territorio especial», cuyo gobierno y administración son regidos por un estatuto, contemplado en la ley orgánica constitucional respectiva.

Su organización y administración está a cargo de una municipalidad y gobernación que son las máximas instituciones de la provincia, cuyos cargos actuales están en manos del actual alcalde, Pedro Edmunds, y su Gobernadora,

Marta Hotus. Además, cuenta con las instituciones de Fuerzas Armadas, Carabineros de Chile, Policía de Investigaciones, Aeronáutica Civil, Ministerio de Obras Públicas, juzgado, registro civil, Correos de Chile, Hospital Hanga Roa, colegios, iglesias y bancos, entre otros.

La población actual de la isla de aproximadamente 6.000 personas, donde 3.000 son pertenecientes a la etnia y los otros 3.000 a extranjeros y continentales.

La actividad económica de Rapa Nui se basa en la agricultura, la pesca, la artesanía y el turismo, que han sido los recursos fundamentales para el desarrollo de la isla. Cabe señalar que cada una de estas actividades económicas han ido evolucionando de acuerdo a las diferentes exigencias de los turistas y el desarrollo económico y turístico que ha llevado a los residentes a ir constantemente renovando e innovando en cada una de estas actividades.

Por otra parte, Conte (1996), señala que el idioma hablado en la Isla de Pascua, el Rapa Nui, a pesar de tener raíces polinesias, sufrió transformaciones que lo hicieron único. A pesar de estar muy emparentada con el tahitiano y el marquesano, la lengua Rapa Nui es independiente y autóctona ya que, otra vez, el aislamiento de la isla, produjo características únicas en su idioma (Campbell, 1999).

Englert (1948) menciona que los mitos y tradiciones que explican el origen y poblamiento de la isla, han sobrevivido casi milagrosamente, a pesar del sometimiento, la esclavitud y el abuso que sufrió el pueblo Rapa Nui durante los siglos XIX y XX. Y fue precisamente este abuso el que estuvo a punto de extinguir por completo al pueblo Rapa Nui, ocasionando que su escritura se perdiera definitivamente en la memoria de los antiguos, por lo que en la actualidad ya nadie es capaz de descifrar las tablillas *rongorongo* (tablillas con símbolos que aún no han sido descifrados).

Según los datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en el último censo del año 2002, se comprobó que la población nativa actual de la Isla de Pascua es bilingüe, hablando con facilidad tanto el español como el Rapa Nui, lengua usada comúnmente en su ámbito familiar y coloquial.

La educación, también ha sido un elemento importante para el desarrollo de la comunidad étnica, ya que ha permitido que día a día los niños que ingresan puedan adquirir los conocimientos académicos y valóricos necesarios para lograr sus objetivos personales. Rapa Nui cuenta con 4 colegios actualmente, dos privados y dos municipales, en los cuales se enseña a partir de las exigencias educacionales chilenas y, por otra parte se enseñan los idiomas Rapa Nui, Inglés, Francés y Alemán.

Debido a su belleza natural y la misteriosa cultura ancestral, cuyos principales vestigios corresponden a enormes estatuas conocidas como moais, se convierte en un museo al aire libre, llena de misterios que sin duda es razón suficiente para capturar el interés de los visitantes. Para preservar dichas características, el gobierno administra a través de CONAF (Corporación Nacional Forestal) el “Parque Nacional Rapa Nui”, mientras que la Unesco declaró este parque como Patrimonio de la Humanidad en el año 1995.

Su fiesta anual más importante es la Tapati Rapa Nui o semana Rapa Nui, donde las familias se agrupan en clanes con una candidata reina postulando a la corona. Este festival se desarrolla en el mes de febrero y durante sus dos semanas de duración, las familias son puestas a prueba para sumar puntos a las candidatas a reina. Entre la gran cantidad de pruebas que se realizan está la Pora (nado con pequeño flotador de totora), Riu (cantos), Haka Pei (competencia de deslizamiento en troncos de plátanos), Takona (tatuajes), entre otras.

1.2 Antecedentes de la Llegada de Televisión Nacional de Chile

Luego de realizar una exhaustiva investigación para reconstruir la historia de la llegada de Televisión Nacional de Chile, los resultados no fueron los esperados ya que existen muy pocos registros, incluso en el mismo canal, sobre este acontecimiento.

Sin embargo, fue posible lograr esta reconstrucción a través de una fuente viva, obtenida a través de una entrevista realizada a la actual Directora del canal local de Isla de Pascua, “Mata o te Rapa Nui”, la Sra Beatriz Rapu Tepano, quien accedió a narrar estos importantes antecedentes, que permitirán introducir la investigación¹.

La llegada de TVN a Rapa Nui fue fortuita, ya que según Rapu, tras la realización de la Tapati Rapa Nui (semana de celebraciones culturales y ancestrales, cuyo objetivo es la competencia para escoger a una reina), la ganadora de la corona a reina, Beatriz Tucki, viajó al continente para participar como Miss Chile, donde también ganó la corona.

Posteriormente, la ganadora Rapa Nui, fue invitada al programa “Vamos a ver” conducido por Raúl Matas, quien en una de las preguntas de la entrevista, le consultó a Tucki, qué le gustaría para Isla de Pascua y ella respondió: La televisión. No pasó mucho tiempo para iniciar la gestión de la concesión del canal y enviar la señal de TVN al territorio insular desde 1977.

Rapu, relata que “cuando la televisión llegó a la isla, se mostraba en un horario restringido entre las 6 y las 12 de la noche en formato VHS, cuyo funcionamiento era a través de una central con un video que, en ese tiempo estaba a cargo Juan Edmunds”. Además, el alcalde de ese año, Pedro Edmunds,

¹ Entrevista realizada el 17 de julio del 2013 en Santiago de Chile a Beatriz Rapu, Directora del canal “Mata o te Rapa Nui” desde el año 2006.

padre de Juan, consigue un lugar para poder transmitir las imágenes al resto de la isla.

La parrilla programática que incluían estos VHS es muy bien recordada por Rapu, quien nos indica que “la programación funcionaba de 6 a 8 con dibujos animados para los más pequeños, que en ese tiempo éramos nosotros, después teníamos de 8 a 9 que consistía en un reportaje, a las 9 daban las noticias a cargo de Raquel Argandoña y luego de eso se cerraba con una película o un programa de César Antonio Santis”.

La cultura Rapa Nui de inmediato comenzó a sentir interés por este nuevo medio de comunicación que los conectaba con el resto del mundo. “Esta situación para la gente de la isla fue algo demasiado novedoso, esto fue salir de un mundo muy duro y sacrificado, donde la cultura consistía básicamente en que desde los 4 o 5 años a ti te levantaban a las 6 de la mañana para ayudar a tus papás a trabajar en la agricultura o pesca. Después de eso se iba al colegio hasta las 2 de la tarde, y volvías a trabajar con tu familia. Las familias trabajaban hasta cierto horario para después poder reunirse en torno a la televisión”.

En 1996 llegó por primera vez la señal directa a Isla de Pascua con 2 horas de diferencia. La gestión de esto lo realizó directamente TVN, instalando la primera antena del canal en el sector de Rano Kau, muy cercano a la pista de aterrizaje Mataveri. Posteriormente, los Rapa Nui solicitaron la regularización del horario de transmisiones, ya que a las 8 de la noche se iniciaba el horario de transmisiones de programas y películas para adultos con la gran mayoría de los menores de edad sentados frente al televisor.

Finalmente, se regulariza el horario de transmisiones de acuerdo con el horario insular, gracias a la gestión de la profesora del Liceo Lorenzo Baeza Vega, Katherine Tuki, y aquí comienza a funcionar total y correctamente las transmisiones del canal, transformándose en el primer canal nacional en transmitir su señal en directo para Rapa Nui.

1.3 Antecedentes de otros canales nacionales en Rapa Nui

Llegada de La red a Isla de Pascua

La red televisión, llega con sus transmisiones a Rapa Nui en agosto del 2004 con la frecuencia 9 de la televisión abierta. Este canal abrió a Isla de Pascua la oportunidad de escoger entre TVN, que era el único canal existente, y La Red que ahora se unía a la parrilla de programación.

Sin embargo, hasta el día de hoy no se ha podido establecer una señal correctamente instalada, ya que a los pocos recursos invertidos en estas transmisiones ha llevado a que el canal se pueda visualizar en algunos momentos y en algunos momentos no. En la actualidad, este problema no se ha solucionado por lo que la población Rapa Nui no ha podido disfrutar de estas transmisiones sin ningún tipo de interrupción.

Llegada de CHV a Isla de Pascua.

Chilevisión llega a Rapa Nui durante el verano del 2010, debutando con el festival de Viña del Mar que fue un elemento atractivo para los Rapa Nui, que hacía varios años que no podían ver estas transmisiones en directo.

La instalación de la señal de este canal fue coordinada por la Municipalidad desde el primer semestre de 2011, con conversaciones y reuniones directas con los ejecutivos para hacer más expedito el arribo de este medio en la isla. Sin embargo, al igual que lo que sucedió con el canal La Red, Chilevisión ha tenido varios problemas con sus transmisiones debido a la poca inversión en este proyecto por lo que la población también se ha visto afectada a la hora de escoger un canal para ver, ya que la poca estabilidad del canal los ha llevado a seguir considerando TVN como un canal más estable en sus transmisiones.

1.4 Descripción del problema

Para comenzar a plantear el estudio, Giddens (1989, p. 470) ya señalaba a fines de la década de los ochenta que “la creciente influencia de la televisión quizá sea el acontecimiento más importante que está teniendo lugar en los medios de comunicación en los últimos treinta años. Si la tendencia de la audiencia televisiva continua como hasta ahora, a los dieciocho años el niño de hoy en día habrá pasado más tiempo viendo televisión que realizando cualquier otra actividad a excepción del sueño.”

Con el fin de desarrollar un primer acercamiento del tipo teórico, esta investigación se basará en las teorías de los Estudios Culturales, Interaccionismo Simbólico y Usos y Gratificaciones, en donde se revisarán los principales planteamientos que giran en torno a la identidad cultural, televisión y comunicación, permitiendo ir construyendo el significado que tiene la realidad Rapa Nui en torno a la llegada de TVN, apoyado de estos paradigmas.

TVN aterriza en Rapa Nui

Con la llegada del fenómeno de la televisión a Rapa Nui, a través de programas franjeados en formato VHS y que permitían la transmisión de solo cuatro horas al día (TVN, 1975), se instauró una política televisiva en algunos hogares de la isla. Esto no provocó mayores cambios en las conductas de las personas, ya que la televisión mayoritariamente servía como instrumento de información para la población Rapa Nui, en relación a los acontecimientos que ocurrían en el territorio continental.

Esta situación comienza a cambiar a partir de 1996 con la llegada de la señal abierta de Televisión Nacional de Chile, en forma directa (vía aire), pero con un desfase de dos horas en relación al territorio continental. Madres, Padres, Tíos, Abuelos, Primos, Hermanos e Hijos se reunían en torno a la televisión todas las tardes tal cual como lo hicieron los chilenos cuando

llegaron los primeros televisores al territorio continental en 1959.

Posteriormente, la producción a cargo de Vicente Sabatini de TVN que buscaba reflejar las diferentes realidades de nuestro país, llega a Isla de Pascua cuyo escenario era el ideal por dos importantes motivos. El primero, la comunidad Rapa Nui se encontraba totalmente expectante y a la espera de esta grabación, pues las posibilidades de poder trabajar en la producción y a la vez actuar les despertaba totalmente la curiosidad. Y lo segundo, que para TVN era muy interesante grabar en un lugar donde jamás se habían mostrado imágenes tan detalladas de todos los sectores de Isla de Pascua, cuyo interés por aparecer en televisión era bastante grande.

Es aquí, cuando se masifica la llegada de los televisores a los hogares, convirtiéndolos en productos de entretenimiento atractivo en la vida familiar. La parrilla programática comenzó a llamar la atención a la hora de entretenerse e informarse con el canal nacional, por lo que esta audiencia, comenzó a integrar la televisión como un medio importante para mantenerse conectados con el resto del mundo.

A modo de hipótesis se entiende que tras la llegada de la señal de televisión abierta de Televisión Nacional de Chile a Isla de Pascua en el año 1996, la comunidad étnica de Rapa Nui inició un abandono de sus costumbres ancestrales y culturales por dedicarle más tiempo al contenido que mostraba el canal, introduciéndose cada vez más en un medio totalmente desconocido para ellos.

1.5 Pregunta de Investigación

¿Cómo ha sido percibida por la población adulta de Rapa Nui la llegada de TVN a su cultura y la potencial influencia del canal estatal en los cambios experimentados por la etnia?

1.6 Objetivos

Objetivos Generales:

a. Identificar las percepciones de la población adulta de Rapa Nui con la llegada de TVN a su cultura y la potencial influencia del canal estatal en los cambios experimentados por la etnia.

Objetivos Específicos:

- a. Identificar las percepciones de la población adulta Rapa Nui en torno a la presencia de TVN durante las últimas décadas.
- b. Describir las valoraciones que los isleños tienen sobre la potencial influencia de TVN sobre las transformaciones experimentadas por la etnia.
- c. Analizar las fortalezas y debilidades de Televisión Nacional de Chile en Rapa Nui desde la perspectiva de la propia comunidad y la evolución que ésta ha presentado como una audiencia activa y con opinión sobre el medio.

1.7 Estudio del arte

Para la realización de esta investigación, es necesario tener varias consideraciones previas que nos indiquen en qué estado se encuentra el tema a investigar. En este sentido, las tesis y textos que se deben revisar previamente serán para obtener un soporte variado y coherente para lo que se está buscando exponer.

Sin embargo, estudios e investigaciones previas realizadas sobre el impacto de la televisión en la cultura Rapa Nui son nulas, por lo que el análisis deberá ser realizado con una mayor precaución y con una investigación mucho más exhaustiva que se apoyará de otros estudios que no están directamente vinculados a esta cultura indígena, pero sí con la temática a investigar.

Una de las tesis encontradas para optar al título de profesional de sociólogo es “El impacto de la modernidad sobre la población juvenil actual de Isla de Pascua”, realizada por Ruben Miguel Valera Pérez en la Universidad de Chile (2004).

En este estudio se realiza un análisis de los aspectos comunicativos y la globalización, que principalmente han ido afectando a esta cultura con la intención de entregar un diagnóstico actualizado de la situación en la cual se encuentra la población juvenil autóctona de Isla de Pascua, luego del impacto que ha significado el proceso de modernización para esta isla y su población en los últimos treinta años aproximadamente.

En base a esta tesis y pensando en que la siguiente investigación se desarrollará en torno a la población adulta autóctona de Rapa Nui, es mucho más factible analizar los resultados obtenidos por el estudio de la matriz de preguntas y respuestas realizadas para esta investigación, ya que se podrían apoyar los análisis de impacto en la población juvenil con la televisión y cómo se ha ido

desarrollando un cambio cultural en la vida de éstos a través de lo que se entrega en los medios de comunicación y la llegada de la globalización a Isla de Pascua.

La investigación realizada por Rubén Valera (2004), ha permitido indagar y posteriormente entregar antecedentes sobre aspectos tales como “percepciones sobre la pérdida o revitalización de la identidad cultural, nivel de integración sociocultural hacia la vida moderna continental y nivel de autoestima étnica”, entre otros.

Lo anterior, se relaciona indirectamente a esta tesina, ya que lo que se busca es obtener los resultados necesarios para responder a la pregunta de investigación planteada. Además, en base a los datos duros que se entregan en el estudio de Valera y la revisión de las entrevistas realizadas durante el año 2002 y 2003, permiten que actualmente, todos los jóvenes que fueron entrevistados en ese periodo, son adultos, por lo que sus respuestas permitirían hacer un análisis más cronológico en torno a la llegada de los medios de comunicación.

Si bien los entrevistados no son los mismos en la investigación de Valera y en esta, todos ellos son de la etnia Rapa Nui, por lo que se podrían tener un análisis un poco más amplio sobre esta investigación.

Además, se cuenta con la tesis realizada por Javier Lavanchy “El pueblo Mapuche y la globalización: Apuntes para una propuesta de comprensión de la cuestión Mapuche en una era global” (2003), de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile. Si bien esta tesis no se vincula en lo absoluto con el tema a investigar, si tiene aspectos importantes que podemos destacar, como por ejemplo, realizar un análisis sobre la coincidencia de las visiones de las etnias de nuestro país, sobre el poder y la masificación que producen los medios a través de sus contenidos.

Además, se han encontrado una gran cantidad de estudios cuyos conceptos relacionados se acercan mucho a lo que se busca conseguir en esta

investigación que es la de establecer una lógica entre los conceptos de: Pueblos indígenas, televisión y medios, comunicación, cultura e identidad.

El primer estudio, es de Enrique Vergara (2006), cuyo texto se titula “Medios de comunicación y globalización: ¿Destrucción o reconstrucción de identidades culturales?”, cuyo principal objetivo es el de presentar las principales características que adquiere la relación “identidad, cultura y globalización” desde una perspectiva medial que permita una adecuada reflexión acerca de su impacto.

En este artículo, el autor realiza un profundo análisis en torno al impacto de los medios en las identidades y culturas mediatizadas, ya que ha llevado a una mezcla de pueblos diversos, acompañado de la facilitación de migración a pueblos originarios. Por otra parte, plantea la globalización como positiva, pero a la vez amenazadora al ser tan amistosa a la hora de homogeneizar una sociedad completamente heterogénea y diferente entre sí.

Sumado a lo anterior, también se cuenta con el estudio realizado por Ramón Gil Olivo de México, quien desarrolló una investigación a la cual llamó “Etnias y medios de comunicación: Una apreciación Metodológica”(1984), cuyo objetivo principal es el de estudiar la influencia de los medios de comunicación en las etnias de México, encontrándose en una brecha de información ya que no existen investigaciones previas a la que realizó Gil.

Tras esta revisión a dos tesis de investigación, más los artículos y estudios relacionados directamente a los conceptos en que se basa esta investigación, donde se busca investigar la percepción mediática de la llegada de TVN en la comunidad adulta de la etnia Rapa Nui, se podrá tener una base en cuanto a los resultados de estos estudios en otras comunidades étnicas, cuya realidad cultural e identitaria es muy parecida a la de la isla.

Sin embargo, al no existir ninguna investigación directamente relacionada a esta investigación, se utilizarán los textos antes mencionados para poder guiar la

tesina en base a los conceptos ya nombrados, para desarrollarla de la mejor manera posible y poder conseguir los objetivos explicitados anteriormente.

Por esta razón, esta investigación sigue siendo de carácter exploratorio, por la falta de estudios acabados sobre el tema de los elementos que la conforman, por lo que los sustentos bibliográficos no son del todo certeros ni relacionados con el propósito del estudio.

Capítulo II: Marco Teórico

Tal como se señaló anteriormente, esta investigación se realizó dentro del campo exploratorio, por lo que las bases teóricas que se pueden entregar deben ser sólidas y consistentes, con el fin de aportar con conclusiones y consensos acabados. Por esta razón es preciso fundamentar este estudio en base a los grandes paradigmas teóricos y los respectivos conceptos asociados.

Dentro de esta investigación, se pueden identificar tres teorías que sirven como base para explicar de mejor manera lo que se busca con este análisis.

En primer lugar, se analizará la teoría del interaccionismo simbólico cuya descripción se desarrolla sobre los significados de las conductas en torno a la interacción social. Con esta teoría, podremos analizar el comportamiento social y comunicacional de los Rapa Nui en torno a la llegada de TVN.

Posteriormente, nos adentraremos en los Estudios Culturales, para analizar desde una perspectiva comunicacional, la relación cultural de los cambios étnicos generados por las audiencias en torno al canal estatal.

Finalmente, se expondrá la teoría de Usos y Gratificaciones que permitirá estudiar los usos que ejerce la audiencia Rapa Nui sobre la televisión como medio de comunicación, y cómo este medio otorga una gratificación con sus transmisiones una vez se instala en Isla de Pascua con una señal directa y en vivo.

2.1 Interaccionismo Simbólico:

Para poder entender de mejor forma la investigación en torno al interaccionismo simbólico, es necesario señalar que los grandes conceptos de este análisis son Identidad y Cultura, Televisión y Comunicación. Estos conceptos, van directamente relacionados con las entrevistas realizadas durante el verano del año 2013, que permitirán llegar a conclusiones cercanas sobre la pregunta de investigación planteada.

Según lo anterior el análisis se realizará relacionando el concepto madre que en este caso es el interaccionismo simbólico, con cada uno de los conceptos presentados en las entrevistas.

Antes, es importante indicar que el interaccionismo simbólico es el significado a una conducta que se forma en la interacción social, cuyo resultado es un sistema de resultados intersubjetivos donde participan los actores. Es así como se pone énfasis en la importancia del significado e interpretación como procesos humanos esenciales.

Por esta razón, se ha considerado esta teoría inicial para plantear el marco teórico, ya que esto permitirá acercarnos a un sistema de comunicación que se desarrolla en una población étnica aislada como es el caso de Isla de Pascua, cuyo factor homogéneo es ser una etnia organizada y residente en el territorio insular.

a. Interaccionismo y comunicación

Desde el momento en que hablamos del interaccionismo simbólico como teoría, inmediatamente estamos hablando de comunicación. Esta comunicación no solo se manifiesta entre los medios y las audiencias, sino que se entre

relacionan entre sí interactuando constantemente a través de los símbolos que los medios nos entregan.

Siguiendo con los aportes de Mead (1982), “los individuos, en esta perspectiva, no son robots programados por su medio local o dirigidos por sus instintos biológicos. Son seres con la capacidad de definir por sí mismos las situaciones con las que se encuentran y después actuar en función de esas definiciones de situaciones”.

Según esto, es necesario que se concentre en el estudio del individuo ya que esto entrega los componentes principales de un interaccionismo simbólico: el símbolo y el individuo.

Además, Blumer (1969) resume el interaccionismo simbólico en tres tesis que él llama tres premisas simples. La primera es que las personas actúan en relación a las cosas a partir del significado que las cosas tienen para ellos, que en este caso sería el significado de TVN como medio de comunicación, que permite que los Rapa Nui puedan mantenerse informados sobre lo que acontece a nivel nacional o internacional, y a la vez entretenerse y educarse con el resto de su programación.

La segunda premisa dice que el contenido de las cosas se define a partir de la interacción social que el individuo tiene con sus conciudadanos. Y , finalmente, la tercera premisa implica que el contenido es trabajado y modificado a través de un proceso de traducción y evaluación que el individuo usa cuando trabaja las cosas con las que se encuentra. Estas tres premisas resumen un sistema complejo de ideas acerca de cómo es el mundo de las personas y cómo éstas en él reaccionan.

En consecuencia, las comunicaciones son el centro y la base de la interacción simbólica, ya que si no se produce comunicación, no habría interacción entre el individuo y lo que le rodea.

b. Identidad y Cultura en la interacción

En las entrevistas realizadas en enero del 2013, podemos ver la división de ellas en tres categorías, cuya primera categoría corresponde a la Identidad y Cultura Rapa Nui.

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias” (Varas 1999).

Con esta descripción, entendemos que para el caso de la etnia Rapa Nui, la identidad cultural, es la conservación de tradiciones en torno al idioma, el sistema de vida y las raíces adoptadas de generación en generación, cuya tradición cultural se enmarca en una serie de símbolos conservados por los Rapa Nui, para mantener a través del tiempo a esta cultura viva y fiel ante sus hábitos y costumbres culturales polinésicas.

Según esto, la cultura Rapa Nui se desenvuelve en un escenario donde el interaccionismo simbólico se da en cada una de sus acciones, siendo la conversación y la tradición oral de la cultura el medio de comunicación fundamental antes de la llegada de TVN, cuyo objetivo era transmitir las tradiciones, cantos, bailes y cultura en general de Rapa Nui, siendo en muy pocas oportunidades, un tema de conversación lo que ocurría fuera de la isla ya sea a nivel a nacional como internacional. Tal como señaló Beatriz Rapu (17 de julio del 2013, Santiago. Chile)

“Antiguamente, de lo único que se hablaba en la isla era de temas que se relacionaban a nuestra cultura. Tú hablabas con tu vecino de cómo mejorar tus cultivos de frutas y verduras, nuestros padres

nos hablaban de todo lo relacionado a la cultura y nos enseñaban a cantar o las historias de la isla para aprender el idioma, etc. Y en muy pocas ocasiones, llegaba alguna noticia desde afuera como, por ejemplo, que había habido un terremoto en Chile y esas cosas. Pero aun así no eran noticia para nosotros, porque estábamos tan alejados que vivíamos nuestra propia realidad y a nuestro propio ritmo”.

Desde este punto de vista, lo que se busca a través de esta investigación es intentar averiguar si efectivamente el tipo de interacción simbólica, anteriormente descrita, tuvo algún tipo de cambios durante la llegada de TVN.

Cabe destacar que la variabilidad de respuesta de los individuos se desarrolla en torno a un proceso de intermediación, ya que tal como indica Blumer (1982:141-160)

“No todas las personas reaccionan de igual manera ante el contenido de los medios de comunicación. La sensibilidad y la respuesta difiere no sólo entre las personas que forman una determinada audiencia, sino también, lo que es aún más importante, entre esas mismas personas con el paso del tiempo”

Es importante aclarar, que es imprescindible el estudio de la sensibilidad de una población hacia los medios de comunicación, ya que esta sensibilidad es cambiante y es fruto de una serie de experiencias previas que estructuran los intereses, opiniones y sentimientos de las personas. Con este planteamiento, podemos decir que el uso del interaccionismo simbólico en torno a los efectos y reacciones de la población étnica Rapa Nui, se debe estudiar a partir de la sensibilidad de los integrantes que formaron parte de este cambio cultural en torno a la llegada de la televisión.

Además, es importante destacar el rol que cumple el interaccionismo simbólico en la identidad cultural, en cuanto a los cambios que éste puede tener, ya que para Taylor (1996):

“Descubrir la identidad, significa construirla, pero no en el aislamiento sino en la reciprocidad con los otros, en una especie de dialogo mediador que incluye tanto la interioridad como la exterioridad. En este sentido el carácter simbólico adquiere relevancia ya que el plano interpretativo conduce a la construcción de la propia identidad, influida no sólo por lo que el sujeto percibe, sino también por la constante construcción y reconstrucción, se concibe como un proceso no terminado, en permanente modificación”.

Además, la identidad histórica, Olivé (2003) la denomina “identidad social”, considerando que su construcción no depende solamente de las relaciones de sus integrantes sino de todo un entorno que requiere interpretación y validación.

El pasado muestra que las culturas han sido influidas por diversas circunstancias y que todas ellas han conformado de alguna manera lo que ahora es un conjunto de creencias, valores y costumbres adaptadas a la nueva realidad. La memoria histórica es indispensable para construir la identidad tanto individual como colectiva.

Sin embargo, no se considera que la historia sea solamente un recuento de hechos en el tiempo, ya que el valor real de los acontecimientos históricos para la identidad, es la interpretación que de ellos hace la cultura y la importancia que representa para el individuo que hereda todo ese bagaje acumulado. Entonces los sucesos históricos interpretados bajo ciertos parámetros adquieren una relación simbólica para la propia identidad histórica construida a partir de los valores primordiales.

Por su lado, Castells (2001) aborda el tema de la identidad como un proceso de construcción de sentido, el sentido es la identificación simbólica con algo valioso para el individuo, más que aceptar una identidad como tal, es crear o construir el proceso identitario a partir de lo esencial y valedero.

Sobre los cambios producidos a nivel cultural en Rapa Nui, es importante destacar que Ritzer (1988) afirma que los significados aprendidos, permiten a la gente ejecutar acciones humanas distintivas e interactuar con sus semejantes, pero también es capaz de modificar los signos y símbolos vigentes con el fin de responder a cambios evolutivos o a nuevas circunstancias antes no existentes, como puede ser el caso de la tecnología que modifica las costumbres actuales, al grado de aceptar que el desarrollo tecnológico proporciona otra forma de observar la realidad, o la interpretación de la misma.

En esta línea entonces, podemos entender que el interaccionismo simbólico y la identidad cultural están fuertemente vinculadas con el tema de investigación, ya que a través de la interacción con los pares y con el medio es como se va desarrollando el concepto de identidad cultural, que en este caso haría referencia directa con los impactos de la llegada de la televisión, como medio tecnológico, y el impacto del mensaje, que se refiere al contenido que TVN transmite y que afecta de forma directa o indirecta en la constante transformación de la identidad cultural.

c. Televisión e interacción

La relación existente entre el medio de comunicación masivo como la televisión y su vinculación con la teoría del interaccionismo simbólico, surge con el estudio de los efectos de los medios de comunicación en la sociedad.

Aquí se da inicio a todo un análisis en torno a los mensaje decodificados que son de interés del individuo y que, posteriormente, son compartidos con otros

individuos produciéndose así un interaccionismo simbólico, es decir, en torno a los símbolos compartidos. Según Mead (1982), “el individuo es un producto de la interacción entre el individuo y la sociedad. Los significados son manipulados y modificados a través del proceso de interpretación utilizado por la persona al relacionarse con las cosas que encuentra en el mundo que le rodea”.

Esto se traduce a la decodificación que realizan los individuos a la hora de recibir mensajes, cuya decodificación va estrechamente vinculada a la relación entre la información que entrega el medio y el individuo, siendo este último el que escoge cuales mensajes tomará y cuales desechará.

Lo anterior se produce ya que, Blumer (1982:2) señala que “al ser actor es un elemento activo capaz de alterar, modificar y construir realidades y lo logra gracias al manejo de sus significados: Los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona”.

Para complementar la teoría del interaccionismo simbólico en torno a la televisión, también se puede considerar a Guillermo Orozco, que desarrolló estudios e investigaciones en torno a reconocerse como audiencia, correspondiente a tener una idea clara de lo que se entiende por: a) mediación, b) fuentes de mediación, c) tele-e-videncia, d) proceso de la tele-e-videncia, e) visualidad electrónica de la televisión, f) comunidades de apropiación y de interpretación y g) estrategias televisivas. Además, Orozco (1998) indica que:

“Es necesario hablar de la influencia de los medios y no de los efectos de los medios, ya que los mensajes producen efectos unidireccionales en la audiencia sin que ésta sea capaz de analizarlos a partir de su contexto sociocultural. En cambio el concepto de influencia admite que la misma audiencia puede rechazar, complementar y hasta reforzar la emisión de los mensajes”.

Es importante destacar la propuesta de Orozco (1998), sobre la clasificación de la televidencia en un primer y segundo orden, ya que esto aclara mucho más el desarrollo del interaccionismo simbólico en torno a la televisión.

“Siendo la televidencia de primer orden donde se establece una relación abierta, inmediata y prístina con la televisión, donde los sujetos al interactuar con los referentes televisivos pueden apropiárselos, resistirlos con o sin la concurrencia de otros sujetos”.

Dicho de otra manera la audiencia entabla una relación íntima, privada, con sus programas favoritos, que se puede dar en un ambiente familiar o en soledad donde no hayan interrupciones.

Y en segundo lugar tenemos la televidencia de segundo orden que es la que se realiza después de haber tenido contacto con alguna programación televisiva.

Para este análisis podemos decir entonces que el interaccionismo simbólico en torno a la televisión, se vinculan por la interpretación de las audiencias de los mensajes entregados por la televisión, convirtiéndose en teleaudiencias que decodifican los mensajes en torno a sus intereses.

2.2 Estudios Culturales

Los Estudios Culturales británicos (cultural studies) se iniciaron después de la segunda Guerra Mundial. Los profundos cambios que se comenzaron a desarrollar llamaron la atención de varios autores como R. Williams, R.Hoggart y E.P.Thompson), entre otros. Según Biernatzki y White (1987:3):

“La innovación más significativa de esta corriente era que consideraban la comunicación de masas como un texto indicativo de

los valores culturales emergentes y de los significados en un periodo histórico determinado. Consideraban que tanto la literatura como los medios de comunicación eran textos representativos que ponían de manifiesto la estructura más profunda de la cultura y la sociedad”.

a. Estudios culturales en la comunicación

Los estudios culturales tienen una fuerte relación con la comunicación ya que, dentro de las diferentes investigaciones hechas por autores, se califica sobre todo a la influencia de los medios masivos de comunicación en los comportamientos cotidianos de los sujetos. Este campo busca comprender la comunicación a partir de los usos que hace la sociedad o los públicos de los medios masivos de comunicación.

Hay una fuerte incidencia, de los medios, en las identidades culturales de los ciudadanos y los medios masivos se convierten en un lugar de disputa para la construcción de una supuesta "cultura popular".

Para los estudios culturales, como lo proclama Jesús Martín Barbero (1979) al tratar de reformular los estudios de comunicación en América Latina, la comunicación no es sólo cuestión de aparatos sino cuestión de sujetos y actores sociales. Además, se necesita una producción creativa y cultural.

Para los medios masivos de comunicación, la comunicación no es de la forma "emisor-receptor", sino que se enfrentan a un público que toma todos esos mensajes difundidos a partir de sus propios valores y sentidos sociales.

Según lo anterior, la modificación de las relaciones entre productores y consumidores de cultura, pues no sólo implica la continua interrelación entre ambos, sino que los consumidores tienen el potencial de generar sus propias

producciones culturales y afectar con ello la producción y los sistemas de distribución (Jenkins, 2008).

La modificación de la industria de los medios de comunicación a partir de lo anterior que alteran sustancialmente su organización, sus sistemas de producción y de distribución, el vínculo con otras industrias, la articulación de tecnologías tradicionales con las nuevas y sus soportes textuales, visuales y simbólicos, la integración de diversos sistemas que actúan como nichos ecológicos sociales, tecnológicos y simbólicos, que llevan a pensarlos como intermedios, hipermedios, a través de un proceso acelerado y expansivo de convergencia de diverso tipo (Buckingham, 2008; Igarza, 2008).

Es importante reconocer que los estudios culturales juegan un importante rol dentro de la comunicación, ya que lo que se busca estudiar son las expresiones y reacciones de la sociedad en torno a los mensajes que se entregan a través de la televisión.

Vinculándolo directamente con el tema de esta investigación, los estudios culturales lo que buscan es conocer cuáles son las impresiones y expresiones que la población étnica adulta tendría tras recibir esa gran cantidad de información y de mensajes que reciben día a día a través de TV.

b. Identidad y cultura

Para comprender la relación entre los estudios culturales y la identidad, se pueden rescatar los dos modelos de producción de las identidades de Hall (1990) que supone “que cualquier identidad tiene cierto contenido intrínseco y esencial definido por un origen común, una estructura común de experiencia o ambas cosas. La lucha contra las construcciones existentes de una identidad específica adopta la forma de la recusación de las imágenes negativas por medio de otras

positivas, y del intento de descubrir el contenido «auténtico» y «original» de la identidad”.

Lo planteado hace referencia a la lucha en torno de las representaciones identitarias como una identidad constituida, independiente y distintiva en lugar de otra. “El segundo modelo subraya la imposibilidad de esas identidades plenamente constituidas, independientes y distintivas. Niega la existencia de identidades auténticas y originarias basadas en un origen o experiencia universalmente compartidos” Hall (1990).

Como dice Hall (1991, pág. 21): “La identidad es una representación estructurada que sólo alcanza su carácter positivo a través del estrecho ojo de lo negativo. Antes de poder construirse, debe atravesar el ojo de la aguja del otro”.

Por otra parte, la lógica establecida entre la identidad y la modernidad permite acercarnos un poco más a la realidad actual de Rapa Nui, donde efectivamente la modernidad afecta de manera directa e indirecta a la identidad de esta cultura. Grossberg (1993), dice que “lo moderno convierte las identidades en construcciones sociales. En este punto no tenemos más remedio que partir de las cuestiones de la diferencia, y explorar la naturaleza de esta y su relación con la identidad. Si la diferencia es irrevocable, la modernidad, entonces, es ineludible”.

Este planteamiento permite apoyar el estudio en torno al impacto de la llegada de Televisión Nacional de Chile en la comunidad adulta étnica de Rapa Nui.

c. Televisión y estudios culturales

La propuesta que se discute en torno a la televisión y los estudios culturales sobre sus efectos en la audiencias es bastante cuestionado por otros autores que desarrollan la teoría y la investigación de los Estudios Culturales. Por ejemplo, Schlesinger (1987) analiza que en vez de iniciar el estudio con objetos dados para investigar los efectos de las tecnologías, se debe abordar el problema con la identidad y preguntarnos por la importancia que podrían tener en su constitución las comunicaciones de diversa índole.

Siguiendo una línea similar, Donald (1988) afirma “que deberíamos concentrar nuestros análisis en los aparatos de los discursos, de las tecnologías y de las instituciones que son productores de las culturas (...) la “nación” es un efecto de esas tecnologías culturales y no su punto de origen”.

Ante esto, la discusión que se genera en torno a la televisión y los estudios culturales van muy de la mano con el proceso de reformulación de los estudios culturales, ya que los contenidos generados para la sociedad también se generaban de acuerdo al segmento social que lo revisaría.

Por otra parte, la televisión fomentaba estas diferencias al acceso de la información ya que en sus inicios este aparato electrónico no era accesible para todo el público, por lo que volvía a ser un privilegio de algunos.

Hoy en día la realidad es bastante diferente ya que el promedio de televisores por hogar en nuestro país es de 2 televisores aproximadamente. Para el caso puntual de Rapa Nui, cada familia cuenta con al menos un televisor. Ante esto la postura sobre los mensajes que se entregan a través de la televisión, después el punto de vista de los estudios culturales, estos deberían generar algún tipo de reacción al cual, en esta investigación, tiene una vinculación directa con los cambios culturales que se pueden haber producido durante la llegada de TVN.

2.3 Usos y Gratificaciones

Los teóricos que han desarrollado esta propuesta, Paul K. Lazarsfeld, Eliu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch (1985: 127-171), centran su preocupación en lo que las audiencias hacen con los medios, a sabiendas de que la sociedad ya no podía ser vista como un conglomerado, pues cada individuo opta por determinados mensajes según sus necesidades. Por ello crearon algunos principios que denominaron usos y gratificaciones, donde establecen que:

- “Los individuos eligen los estímulos a los que quieren responder, dependiendo de los valores, su contexto social y sus intereses”.
- “Los estímulos como tales no propician un proceso cognitivo, este se inicia cuando el receptor lo aterriza en su contexto particular”.
- “Los medios luchan entre sí y al mismo tiempo con otras fuentes para retener la atención del público que busca saciar sus necesidades”.

Respecto a las necesidades Katz, Blumler y Gurevitch (1960) definen 4 áreas de necesidad:

- “Personales: relacionadas con la personalidad y las relaciones interpersonales”.
- “Escape: las que buscan consumir diversión y entretenimiento”.
- “Cognitivas: búsqueda de información”.
- “Afectivas: experiencias emocionales y placenteras”.

Para comprender la relación de esta teoría con el tema de esta investigación ahondaremos un poco más sobre los usos y gratificaciones en torno a TVN en Rapa Nui.

a. Comunicación y sus usos

Para la comunicación, los usos y gratificaciones se deben entender como una necesidad de generar y recibir comunicación a partir de los intereses y diferencias que cada persona desea transmitir. En este aspecto, la comunicación genera un uso y una gratificación en torno a una cultura, cuyos aspectos desde la forma de vivir hasta la manera en que se educa a los más pequeños, se desarrolla sobre la base cultural Rapa Nui, que es el referente más potente de esta comunidad.

Asimismo, Rosengrenos (1951) nos dice que “el uso de medios se origina en necesidades humanas básicas, que son combinaciones diferenciales de valores, con variables individuales y ambientales, y terminan en intentos de búsqueda de gratificación en los medios y otras fuentes.

Ante esta postulación, ya se puede tener una claridad en torno a la investigación, ya que para Glaser (1965) “dado que los consumidores utilizan los medios con una variedad de necesidades y de predisposiciones [...] toda identificación precisa de los efectos producidos por la televisión [...] debe identificar los usos de la televisión que consiguen los diversos tipos de espectadores”.

Esta situación se podría producir en la realidad Rapa Nui, ya que uno de los temas que se buscan responder es si efectivamente TVN genera contenido de interés para los integrantes de la etnia, y si fuera así, cuál es la reacción de estos posteriormente.

b. Usos e Identidad cultural

La relación existente entre la identidad cultural o la cultura en general con la teoría de los usos y gratificaciones es aún más profunda de lo que parece. Esto tiene que ver primero, con que los usos y las gratificaciones nacieron de los

estudios culturales y lo segundo es que la percepción de medios de las audiencias se involucra directamente con varios aspectos culturales que se profundizarán a continuación.

Según Lazarsfeld y Merton (1977), “los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva, deben quedar en suspenso mientras se exploran, en sus propios términos las orientaciones del público”.

Además, como se adelantaba anteriormente, los usos y gratificaciones con la cultura popular comparten un interés común por la comprensión de la vinculación del público a los medios masivos. Todo esto en el marco de la constante alusión de los teóricos a la cultura popular ya que Lazarsfeld y Merton (1977), señalan que:

- a. Suponen que el carácter de la atracción de la audiencia puede ser identificado con una lectura cercana y sensible cómo el contenido;
- b. Dan por supuesto, que la producción de los medios genera una poderosa demanda de las mismas cualidades que luego satisface.
- c. Una visión esencialmente crítica de la dependencia.

Acercándonos un poco más a la temática propuesta en esta investigación, es importante destacar que en el caso de TVN, su rol juega un papel importante dentro de la cultura Rapa Nui, no sólo por su influencia en la misma, sino porque también como medio, desarrolla características específicas de las audiencias.

Así se plantea por los escritores de cultura popular quienes han visto asimismo a los medios como ofertas de “sustitutos de tamaño superior al real para los contactos interpersonales de comunicación (Jarrell, 1960). “Oportunidades de deleitarse sin amenaza personal con las aflicciones ajenas” (Wade, 1973), y la satisfacción de ejercer regularmente la propia conciencia

social, en respuesta a una gama de problemas sólo tenuemente desconcertantes (Urwin, 1973).

Luego de lo anterior, es interesante ver de qué manera los usos y gratificaciones dan sentido a la acción ejercida por las audiencias en torno a los medios, intentando plantear desde el punto de vista del receptor y su vinculación con los medios de comunicación.

c. La televisión como medio

En cuanto a la llegada de TVN a Rapa Nui, es necesario analizar la situación desde otro punto de vista. Para esto se debe profundizar en los usos y las gratificaciones en este medio de comunicación masivo, como lo es la televisión, para así comprender de qué forma se consume este medio en este territorio insular y por su puesto sostener algunas ideas sobre el uso de este medio. Sobre esto, McQuail, Blumler y Brown (1972) establecen que, “se concibe al público como activo, es decir, una parte importante del uso de medios masivos se supone dirigido a unos objetivos”.

Este supuesto puede ser contrastado con la tesis de Bogart (1965) relativa a que “la mayor parte de las experiencias con medios masivos representan un pasatiempo y no una actividad con un propósito, lo que a menudo (refleja) circunstancias azarosas dentro de la gama de posibilidad, y no la expresión de una motivación o necesidad psicológicas”.

Desde luego, no puede negarse que la exposición ante los medios tiene a menudo un origen casual; el problema es si los esquemas del uso de los medios están moldeados además por expectativas más o menos definidas de lo que ciertos tipos de contenido tienen que ofrecer al integrante del público.

Este fragmento expuesto permite ampliar la visión en torno al impacto de la televisión, ya que se abre a la posibilidad de que efectivamente el cambio se

generó pero no de manera pasiva, ya que en mucho de los casos este cambio cultural se puede haber producido por el consumo del medio de forma voluntaria.

Por otra parte, se plantea que las audiencias pueden ser frecuentadas de forma casual y que su uso no se vincula a una gratificación de su consumo, pues muchas veces se acude al medio sin necesidad de que éste cubra las expectativas o intereses de la audiencia. Tal como lo plantea Lundberg y Hulten (1968), “es el receptor quien determina primordialmente que un proceso de comunicaciones ocurra o no”.

Además, estos mismos autores señalaron que, “los medios de masas ocuparon un lugar dominante en la conciencia de los encuestados, sólo con respecto a la búsqueda de la información y al puro entretenimiento o diversión. Todo otro tipo de objetivos suscitó la mención de una cantidad de caminos alternativos [...] tales como el cambio de ambiente físico, el trabajo, los hobbies, los contactos sociales personales, etc.”

Los estudios han demostrado que las gratificaciones del público pueden derivarse de tres fuentes distintas, donde el contenido de medios, la exposición ante ellos *per se* y el contexto social que tipifica la situación de exposición ante los medios diferentes.

Tanto para Waples, Berelson, Bradshaw y Salter (1949) “la necesidad de relajarse o de pasar el tiempo puede ser satisfecha por el acto de ver televisión, que sentir que se gasta el propio tiempo de manera adecuada puede ser asociada al acto de la lectura (...) El deseo de pasar el tiempo junto a la familia o los amigos puede verse cumplido mirando televisión en el hogar con la familia o yendo al cine con los amigos”.

Es importante considerar que el consumo de la televisión no se genera por sí solo, sino que se da por una necesidad, ya sea de compañía, entretención, información o educación, todo esto en un contexto audiovisual y atractivo que permite que el usuario pueda acceder a este medio en todo momento.

Capítulo III: Metodología

3.1 Enfoque metodológico

La investigación realizada es de carácter cualitativo, puesto que el objetivo consiste en identificar los cambios socioculturales de la comunidad étnica adulta actual de Rapa Nui a través del impacto y las expresiones del consumo mediático que se ha generado en torno a la llegada de Televisión Nacional de Chile al territorio insular con su señal en directo desde 1996.

Lo anterior se refleja en la definición que Beltrán (1989) realiza sobre la metodología cualitativa, donde señala que “se centra tanto en los estudios de cultura como comunicación, considerando a ambos como fuente de significado (...) Además, se centra en la aparición de sus objetos analíticos, en un objeto específico”.

Este estudio no se centrará en un estudio cuantitativo, ya que con la muestra se analizaron las respuestas de 16 entrevistas en profundidad realizadas al azar con personas pertenecientes a la etnia Rapa Nui, correspondientes a la población adulta del total existente en Rapa Nui.

Por otra parte, es importante recordar que a pesar de utilizar información relacionada al porcentaje de la población, estos datos no serán usados en análisis estadísticos o de encuestas cerradas, ya que se ha considerado que este número de entrevistados es el suficiente como para poder generar un estudio y una conclusión consecuente con el pensamiento de gran parte de la población étnica adulta de Rapa Nui.

3.2 Diseño de la investigación

La investigación será de tipo exploratoria, ya que el problema que se abordará no ha sido teorizada aún. Si bien existen textos que hablan sobre la influencia de los medios de comunicación en la sociedad y los cambios que producen sobre ella, aún no existen en Chile estudios o investigaciones relacionados a las impresiones y expresiones de entrevistados de una etnia que identifiquen los cambios socioculturales que se han desarrollado en nuestras etnias en torno a la televisión.

Por otra parte, el análisis se realizará gracias a la observación del fenómeno tal como se da en su contexto natural, pues el diseño no experimental es “la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de una investigación donde no hacemos variar intencionadamente las variables independientes” (Fernández 2006: 84).

En la clasificación del diseño no experimental de Hernández (2006), la investigación se centrará en el diseño transeccional exploratorio, cuyo propósito es comenzar a conocer la situación y postura sobre el impacto de la existencia de TVN entre los adultos de la etnia Rapa Nui, realizando una exploración inicial en este tema que aún no ha sido estudiado o investigado.

Junto con la recolección de información histórica, las entrevistas permitirán determinar cuál es la postura de la etnia Rapa Nui en torno a estos cambios que han vivido tras la llegada de Televisión Nacional de Chile y la contradicción de los mismos respecto a la valoración e importancia que le otorgan a este canal como el canal más completo e informativo de la escasa parrilla de canales nacionales que tienen con señal en directo. Todo lo anterior, permitirá establecer el fenómeno que ha generado la llegada de este medio en el territorio más aislado del planeta.

Además, esta investigación se analizará a través del método inductivo, ya que se tomarán entrevistados particulares y al azar, dentro de parámetros

establecidos a la hora de escoger la muestra que se relaciona a una sección de la población total de la etnia residente en Rapa Nui, correspondiente a la población adulta, reflejada en un rango de edad entre los 25 y 65 años de edad.

Las entrevistas, constaron de 15 preguntas en total: cuya división se realizó en tres categorías con 5 preguntas cada una de ellas: Cultura Rapa Nui, Televisión y Comunicación, intentando interrelacionar los conceptos para, posteriormente, desarrollar la investigación y el análisis.

Tal como se mencionó anteriormente, los entrevistados (16 personas) que fueron escogidos al azar, serán considerados como una muestra representativa de la población adulta, analizando estos 16 casos, divididos en grupos de a 4 de acuerdo a su rango de edad, a través de una matriz metodológica como instrumento de medición, para analizar cada una de las respuestas a la entrevista y comparar los enfoques de las respuestas, intentando percibir diferencias y similitudes entre las respuestas a cada pregunta.

Además, la investigación será de carácter descriptivo, ya que se utilizarán las respuestas de los entrevistados para desarrollar el análisis y las conclusiones de la temática de esta investigación, por lo que las agrupaciones de las respuestas de las entrevistas serán la base principal para obtener los resultados esperados en la hipótesis planteada.

3.3 Definición de la muestra

3.3.1 Tipo y tamaño de la muestra:

La muestra es de tipo no probabilística o dirigida, es decir, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, “sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, conveniencia, etc); son seleccionados con mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población” (Scharager 2001).

Para realizar la investigación, se entrevistó a 16 personas entre 25 y 65 años, de forma voluntaria y al azar, con una sola característica colectiva entre todas ellas y es que el grupo entrevistado pertenece a la población adulta de la etnia Rapa Nui.

Por otra parte, el tamaño de la muestra constará de 16 entrevistas en profundidad realizadas a adultos pertenecientes a la etnia Rapa Nui, divididas en 4 entrevistas por rango, entre las edades de 25 y 65 años, dividiéndolos entre 25 a 35 años, 35 a 45 años, 45 a 55 años y 55 a 65 años respectivamente. Cada uno de los entrevistados respondió un total de 15 preguntas divididas en 3 categorías con 5 preguntas cada una.

Las preguntas son de tipo abierto donde el entrevistado deberá responder el mismo la pregunta formulada. Esto le otorga mayor libertad al entrevistado y al mismo tiempo posibilitan adquirir respuestas más profundas así como también preguntar sobre el porqué y cómo de las respuestas realizadas. Por otro lado, permite adquirir respuestas que no habían sido tenidas en cuenta a la hora de hacer los formularios y pueden crear así relaciones nuevas con otras variables y respuestas.

Según Olabuenaga (1996), “la entrevista nace de una ignorancia consciente por parte del entrevistador, quien, lejos de suponer que conoce, a través de su comportamiento exterior, se compromete a preguntárselo a los interesados, de tal modo que éstos puedan expresarlo en sus propios términos y con la suficiente profundidad para captar toda la riqueza de su significado”.

3.3.2 Características de la muestra:

A continuación, se presenta una tabla en la cual se muestra la división realizada por rangos de edad dentro de la población adulta actual de isla de pascua. Se ha escogido el rango entre 25 a 65 años, ya que es este segmento de la población el que tiene más conciencia en torno a la llegada de TVN.

Muestra óptima:

Edad del entrevistado	Nombre
Rango de 25 a 35 años	Simón Riroroko, Ivonne Tuki, Vai Tiare Hucke, Estefani Araki
Rango de 35 a 45 años	Cristián Pakarati, Pedro Tepano, Ruti Pakomio, Cristián Paoa
Rango de 45 a 55 años	Alicia Teao, Enrique Pakarati, Mike Rapu, Siri Tucki
Rango de 55 a 65 años	Ernestina Nahoe, M°Engracia Tuki, Fátima Tuki, Mihaera Nahoe

Esto se debe a que los adultos entrevistados que actualmente forman parte del análisis etario entre los 25 a los 35 años de edad, fueron las primeras generaciones consientes de la existencia de esta tecnología en Isla de Pascua, y han crecido con este canal de televisión, por ende tienen un pensamiento mucho más fundamentado en torno al impacto de la llegada de Televisión Nacional de Chile en la isla.

Posteriormente, los grupos siguientes que corresponden a un rango de edad entre los 35 a los 45, y de los 45 a los 55 años, son las generaciones que recibieron esta novedad de la globalización en una edad en la cual ya podían generar opinión en torno a ella y, sobre todo, vivieron en carne propia los cambios culturales e identitarios generados por la llegada de TVN en torno a la vida del Rapa Nui.

El grupo de adultos entre 55 a 65 años de edad, son los que vivieron el cambio de una forma mucho más potente, ya que tras toda una vida llevada en torno a la cultura Rapa Nui, en lo que el diario vivir respecta, cambió con la llegada de la televisión en aspectos positivos y negativos. Para esta generación, se ha considerado como edad tope los 65 años, ya que los adultos que pasan esa edad en su gran mayoría no hablan muy bien el español y son en un 67% analfabetos, por lo tanto no servirían para entregar información relevante en torno a esta investigación.

El total de personas entrevistadas es de 16 personas, dividiéndose en 4 personas por cada rango etario, permitiendo tener un poco más de amplitud visual en torno a las respuestas de las entrevistas.

Las 16 personas no fueron consideradas como una muestra representativa del porcentaje actual de residentes en Rapa Nui. Sin embargo, es relevante informar que el Rapa Nui en sí es de carácter muy tímido y por ende no es muy amistoso con este tipo de investigaciones. Además, se debe considerar que se han escogido a estos candidatos, porque se está buscando coherencia entre la pregunta planteada en la investigación y las respuestas obtenidas en el análisis, para posteriormente concluir acorde al tema en discusión.

Además, se debe considerar que al ser preguntas en profundidad, la extensión de entrevistados no puede ser mucha ya que, para este caso, este número de entrevistados ha sido ideal para el proceso de trabajo, transcripción, análisis y conclusión de la investigación dada.

Por otra parte, se debe considerar el tiempo del entrevistado, ya que al ser una entrevista en profundidad requiere de tiempo, tema muy importante porque a todos los entrevistados se les realizó un preámbulo en torno a la entrevista, una introducción, explicación y planteamiento de preguntas y posteriormente la entrevista en sí.

A continuación, se detalla en una tabla de datos, los rangos de edad en que estará basada la investigación y los nombres de cada uno de los entrevistados.

Detalle de los entrevistados:

a. Rango de 25 a 35 años			b. Rango de 35 a 45 años		
Foto	Nombre	Ocupación	Foto	Nombre	Ocupación
	Simón Riroroko	Trabajador		Cristián Pakarati	Historiador
	Ivonne Tuki	Profesional		Pedro Tepano	Concejal
	Vai Tiare Hucke	Profesional		Ruth Pakomio	Comerciante
	Estefani Araki	Profesional		Cristián Paoa	Profesor

c. Rango de 45 a 55 años			d. Rango de 55 a 65 años		
Foto	Nombre	Ocupación	Foto	Nombre	Ocupación
	Alicia Teao	Profesora		Ernestina Nahoe	Comerciante
	Enrique Pakarati	Político (Ex gobernador)		Mihaera Nahoe	Artesano
	Mike Rapu	Comerciante Turístico		María Engracia Tucki	Artesano
	Siri Tuki	Dueña de casa		Fátima Tuki	Dueña de casa

Se debe aclarar que las características que se detallan en cada entrevistado, se consideraron para esta investigación, ya que el nivel de educación y de información en la que están insertos los Rapa Nui (pues pensemos que estamos hablando de personas que viven en una zona totalmente aislada), influye totalmente en su respuesta, pues dependiendo del estilo de vida que han tenido, es como han respondido a la entrevista, haciéndose notoria la diferencia de respuestas entre uno y otro rango de edad.

3.3.3 Método de recolección y producción de los datos

La técnica de recolección que se utilizará para analizar este caso será entrevista/audio y transcripción/texto, donde la entrevista/audio consta de contactar a la persona, reunirse con ella y entrevistarla grabando toda la conversación para, posteriormente, proceder a escuchar y transcribir la entrevista que finalmente, permitirá analizar los textos obtenidos de las entrevistas, siendo esta última etapa la más importante.

El material transcrito a texto de Casetti y Di Chio (1999: 249-259) indica que “desplaza su atención hacia los elementos concretos del texto y hacia los modos en que dicho texto se construye y, por otro lado, extiende su atención hacia el modo de interpretar su significado en un sentido global, de valorizar los temas de los que se habla y las formas de enunciación de su propio discurso”.

Posteriormente, se han tomado las entrevistas transcritas y se han ingresado en una matriz para realizar la primera depuración de información, que permitirá acercar la investigación al objetivo principal, responder la pregunta planteada en esta investigación.

a. Preguntas de las entrevistas

A continuación se desglosarán las preguntas correspondientes a las entrevistas realizadas en Enero del 2013 a los 16 entrevistados. La entrevista se formuló con 15 preguntas, dividiéndola en 3 categorías importantes.

En la primera categoría tendremos la Cultura Rapa Nui donde se realizarán una serie de preguntas relacionadas a las costumbres de los integrantes de la etnia en torno a la manera de comunicarse con los demás. Las preguntas son las siguientes:

1. A partir de la cultura Rapa Nui ¿De qué manera se produce la comunicación entre los Rapa Nui?
2. ¿Cómo se transmite la comunicación en comunidad de forma masiva? Reuniones, asambleas, etc.
3. ¿Cómo transmite su opinión el Rapa Nui?
4. ¿Qué aspectos comunicativos mejorarías en la comunidad?
5. ¿Considera que los medios de comunicación locales (diario, tv, radio, etc) transmiten y comunican, cumpliendo su rol como medio de comunicación?

Para la segunda categoría tenemos la Televisión, que consta de preguntas relacionadas al canal TVN y su participación dentro del día a día de la comunidad Rapa Nui.

1. ¿Es TVN fundamental en la programación de los canales en Rapa Nui?. Si es así, ¿por qué?
2. ¿Son los horarios, programas, rostros acorde a su interés? ¿Por qué?
3. Sobre el tratamiento de la información ¿Es TVN un canal que represente a la comunidad Rapa Nui?
4. ¿Se siente o no identificado con lo que transmite TVN sobre Rapa Nui? Reportajes, documentales, programas, etc.
5. ¿Qué le agregaría o le quitaría a TVN para que represente a la comunidad Rapa Nui?

Finalmente, tenemos la tercera categoría que es Comunicación, que hace referencia netamente a la manera en que se comunican los Rapa Nui y los medios existentes para realizar esta comunicación.

1. ¿Qué les hace falta a los Rapa Nui para crear y mantener una buena comunicación?
2. ¿Se transmite de buena forma la información que el Rapa Nui necesita a través de los diferentes medios?

3. ¿Es la televisión un buen canal informativo, comunicativo y de entretenimiento para el Rapa Nui?
4. Le agregaría algo a los canales de televisión para que represente la opinión Rapa Nui?
5. ¿Está el Rapa Nui evolucionando junto con la globalización en su manera de comunicarse?

Las entrevistas fueron realizadas durante enero del 2013, en los hogares o lugares de trabajo de los participantes, permitiéndoles desenvolverse y entregar información útil para esta investigación.

Además, estas entrevistas fueron grabadas digitalmente y tienen una duración aproximada de 15 a 20 minutos cada una de ellas. Las narraciones, fueron transcritas una a una para, posteriormente, ser analizada bajo una serie de parámetros, utilizando una matriz de análisis de datos para trabajar con las respuestas en conjunto, obteniendo los resultados que se podrán apreciar más adelante. Esta matriz se puede encontrar en el Anexo 1 de esta investigación

3.4 Instrumento de Análisis

Como esta investigación contempla un análisis de profundidad en torno a las entrevistas realizadas, se considera como instrumento fundamental la utilización de una matriz de análisis.

Esta otorgará un orden en las entrevistas y sus respuestas, en conjunto con la selección de categorías escogidas en esta investigación que profundizan en los conceptos de identidad y cultura Rapa Nui, televisión y comunicación.

Como afirman Strauss y Corbin (2002) la matriz, “es un mecanismo de codificación que ayuda a tener en cuenta varios puntos analíticos”. Además, su importancia radica en que mediante su uso es posible construir un relato lógico e

integrado capaz de determinar la naturaleza de las relaciones entre los diversos acontecimientos y fenómenos.

3.4.1 Diseño de la matriz

Tal como se ha mencionado anteriormente, la creación de esta matriz de análisis responde a la necesidad de generar un orden y una agrupación de las respuestas de los entrevistados, ordenados según los grupos de rangos etarios en los cuales se dividió la entrevista para comprender mejor lo ocurrido en la población étnica adulta Rapa Nui.

Por esta razón, se considera pertinente definir la matriz, exponiendo en detalle cada una de sus categorías de análisis.

Es así como el diseño de nuestra matriz de análisis, donde se determinarán los parámetros en base a los cuales se descompondrán las entrevistas, tendrá como eje principal los conceptos asociados a esta investigación: Identidad y cultural Rapa Nui, televisión y comunicación.

La elección de dicho eje central relacionado a los conceptos establecidos, recae principalmente en que las entrevistas se basaron en estos conceptos, ya que se vinculan totalmente con el título de esta investigación, al igual que con su pregunta de profundización.

De esta manera se logrará conseguir un resultado más coherente, ya que el análisis se enfocará en cada categoría por rango etario, siendo este último el ítem más importante de la agrupación de las entrevistas, logrando un acercamiento hacia el objetivo de este estudio.

3.4.2 Matriz de análisis

Según lo planteado anteriormente, la matriz mediante la cual se analizarán las entrevistas en torno al rango etario y la categoría de la entrevista relacionada a los conceptos claves es la siguiente:

Características de los entrevistados	Características de la entrevista		
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	Categoría analizada
Entre 25 y 35 años	Pregunta 1	Entrevistado 1:	Cultura e identidad Rapa Nui
		Entrevistado 2:	
		Entrevistado 3:	
		Entrevistado 4:	
	Pregunta 2	Entrevistado 1:	
		Entrevistado 2:	
		Entrevistado 3:	
		Entrevistado 4:	
	Pregunta 3	Entrevistado 1:	
		Entrevistado 2:	
		Entrevistado 3:	
		Entrevistado 4:	
	Pregunta 4	Entrevistado 1:	
		Entrevistado 2:	
		Entrevistado 3:	
		Entrevistado 4:	
	Pregunta 5	Entrevistado 1:	
		Entrevistado 2:	
		Entrevistado 3:	
		Entrevistado 4:	

Este mismo modelo de matriz se utilizó para desfragmentar las muestras por rangos etarios y por categorías, quedando una base de datos ordenada que permitiera obtener resultados coherentes entre las muestras y las preguntas divididas en categorías de identidad cultural, televisión y comunicación.

La matriz se desarrolló una vez obtenidos todos los datos necesarios, ya que de esta manera se logró organizar cada casilla en sus respectivas categorías y subcategorías.

Cabe mencionar que debido a la gran cantidad de preguntas realizadas en las entrevistas y, por otra parte, las categorías de edad divididos 4 grupos, se han utilizados colores específicos en cada matriz para poder identificar los resultados que se encuentran en los Anexos 2, 3 y 4.

Capítulo IV: Análisis e Interpretación de resultados

4.1 Análisis de datos

En este capítulo, se expondrá el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos en la matriz de análisis, con el fin de mostrar y describir cada una de las categorías analizadas en torno a los conceptos establecidos en esta investigación.

Para construir un orden dentro de las entrevistas en profundidad realizadas, es necesario trasladar los datos recogidos para el estudio en categorías, definidas éstas según Holsti (1968) como las “casillas o cajones” en las cuales son clasificadas las unidades de análisis.

Cabe destacar que la matriz completa, que incluye las tres matrices divididas por las tres categorías analizadas, presenta 780 casillas, divididas en 3 filas y 4 columnas que se pueden apreciar en mayor detalle en los Anexos 2, 3 y 4 digitalizados.

De esta manera, la matriz establece una división en dos categorías principales: Características de los entrevistados y características de la entrevista.

Dentro de las características de los entrevistados aparece la categoría de rango etario, cualidad muy importante para el análisis de los datos. Por otra parte, tenemos las características de las entrevistas, dividida en tres partes: pregunta de la categoría, respuestas de las entrevistas o citas importantes a destacar y finalmente la categoría de la entrevista, correspondiente a lo anteriormente planteado en torno a los conceptos establecidos en la investigación.

Esto permitirá agrupar las respuestas más relevantes obtenidas en las entrevistas para finalmente analizar los resultados.

Además, tenemos una división en tres subcategorías para ordenar la información: “pregunta de la categoría”, “respuestas de las entrevistas o citas importantes a destacar” y finalmente la “categoría de la entrevista”.

En la casilla de “Pregunta de la categoría”, se expone la pregunta de la cual se extrajo la respuesta de la entrevista. Para el segundo ítem correspondiente a “respuestas de las entrevistas o citas importantes a destacar”, se destacan las citas rescatadas de las entrevistas que tienen un contenido interesante y relevante a la hora de generar una reflexión en torno a los resultados del estudio. Finalmente, la categoría de la entrevista, corresponde a la categoría por la cual se dividió la entrevista, que permite concentrar la matriz en cada categoría, permitiendo que de esta manera se logre un análisis minucioso y detallado.

Para ejemplificar lo expuesto anteriormente, en el siguiente recuadro se expone la composición de la matriz base para analizar cada una de las respuestas obtenidas de las entrevistas. En esta matriz observamos la división de la matriz dividida en dos partes. Primero tenemos las características de las dos categorías por las que se dividieron las matrices, cuyos nombres corresponden a “características de los entrevistados” y, posteriormente, están las “características de las entrevistas”.

Grupo 1: Rango etario entre 25 y 35 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de los entrevistados	Características de la entrevista		
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	Categoría analizada
Entre 25 y 35 años	Pregunta 1	<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "En general la comunicación entre los Rapa Nui es perfecta, porque acá con nuestra cultura nos entendemos entre nosotros, ya sea en el idioma o en cuanto a la cultura en sí". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Creo que por la particularidad del territorio, aún en Rapa Nui es posible que la comunicación sea esencialmente oral, ya que existen terrenos cercanos que pertenecen a la misma familia y se frecuenta las visitas por cualquier motivo que las impulse, así como también pasa con las personas que se radican a las afueras del pueblo". • "Acá todos conversan con todos por tradición oral y los aparatos tecnológicos también cumplen una importante función en nuestra cultura". • "Yo encuentro es que el pascuense no se adapta al medio sino que adapta al medio a la cultura misma y eso es muy positivo porque nuestra cultura no muta por tener cambios con todo esto de la globalización y esas cosas, nuestra cultura permanece más firme que nunca a pesar de existir otros medios de comunicación". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Mira acá en la isla, principalmente, la gente se comunica a través de su idioma, 100% a través de su idioma nativo". • "Yo creo que tienen que ver con un cuento de identificación cultural, a los Rapa Nui nos gusta sentirnos Rapa Nui y mientras más podamos mostrar nuestra cultura mejor". • "Ojalá que las nuevas generaciones puedan seguir esta tradición porque ha costado mucho en nuestra generación mantener el idioma, sobre todo ahora que todos nos vamos al <i>contia</i> estudiar, uno allá no habla mucho el Rapa Nui". <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No hay comunicación. O sea si estamos hablando de una comunicación que parte de la cultura Rapa Nui... la cultura Rapa Nui primero que todo es machista y de ahí parte la no comunicación". • "Como te dije, en mi familia si se conversa, si se almuerza porque eso también es comunicación, comer o sentarse a tomar once, para mí eso es una base de la comunicación. Tener cercanía con tu familia, con tu círculo. Y yo creo que esa es la base fundamental, tu familia y de ahí parte el tema de la comunicación". 	Cultura e identidad Rapa Nui

Categorías de los entrevistados y de las entrevistas

Grupo 2: Rango etario entre 35 y 45 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de los entrevistados		Características de la entrevista	
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	Categoría analizada
Entre 35 y 45 años	Pregunta 1	Entrevistado 1: <ul style="list-style-type: none"> • "La comunicación actual entre la gente Rapa Nui se ha ido acercando cada vez más a los modos típicos de la cultura occidental contemporánea, lo cual es uno más de los efectos de la aculturación que se ha ido dando desde la llegada de los primeros colonos extranjeros a la Isla a mediados del siglo XIX". • "En cuanto al contenido de los mensajes en los actos de comunicación, hay una combinación que incluye: Relatos de las últimas novedades de las personas que interactúan, chismes sobre otras personas de la comunidad, temas de interés general como noticias sobre la Isla y el Mundo". 	Cultura e identidad Rapa Nui
		Entrevistado 2: <ul style="list-style-type: none"> • "Muchas veces uno como joven está muy en desacuerdo con los adultos porque no tienen una mirada hacia arriba, ellos quieren siempre mantenerse o no considerar las opciones que se les entrega y eso está mal porque la isla tiene que seguir evolucionando, y eso es lo que yo quiero lograr ahora como concejal, que la gente adulta escuche a los jóvenes". 	
		Entrevistado 3: <ul style="list-style-type: none"> • "Bueno ha cambiado muchísimo. Normalmente, yo cuando era chica me acuerdo que la familia éramos todos; las abuelas, tíos, primos, hermanos de mi madre con todos sus hijos y era normal almorzar todos juntos o estar casi todo el día juntos porque había que ir a plantar, después se almorzaba, después seguíamos trabajando plantando". 	

En las "características de los entrevistados", tenemos la sub categoría que se compone del rango de edad que se está analizando y que se utilizó como guía para poder dividir las entrevistas en pequeños segmentos que permitiesen tener un análisis mucho más detallado en torno a los resultados de las entrevistas.

La siguiente categoría a la cual se nombró "características de la entrevista", contiene en su interior tres subcategorías que permiten ordenar el contenido obtenido en las entrevistas. En primer lugar, está el número de la pregunta realizada. Luego, siguen las oraciones o fragmentos rescatados de las entrevistas que describen de mejor manera las respuestas a las preguntas, cuya casilla tiene el nombre de "respuesta de la entrevista "citas importantes"". Finalmente, está la "categoría analizada", donde aparece el nombre de la categoría que se está analizando para poder identificar si esta categoría corresponde a: cultura e identidad Rapa Nui, televisión o comunicación.

Grupo 4: Rango etario entre 55 y 65 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de los entrevistados		Características de la entrevista	
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	Categoría analizada
Entre 45 y 55 años	Pregunta 2	Entrevistado 1: <ul style="list-style-type: none"> • "Si sale un aviso en la radio que tiene que juntarse a una reunión, por ejemplo, uno va a los lugares que piden. También aquí se da mucho de informarse a través del boca a boca" 	Cultura e identidad Rapa Nui
		Entrevistado 2: <ul style="list-style-type: none"> • "Bueno por la televisión o por la radio siempre uno se entera que es lo que va a pasar, ahora lo otro que se produce acá en la isla es el correo del <i>moai</i> que se le llama al boca a boca" 	
		Entrevistado 3: <ul style="list-style-type: none"> • "Se hace a través de los medios. Pero generalmente no llega a todas la comunidad. Llegaría por ejemplo a un 45%, porque no todo el pueblo escucha radio, no a todo el pueblo le llega información". 	
		Entrevistado 4: <ul style="list-style-type: none"> • "El boca a boca también ha sido la forma de comunicarse de manera masiva". 	

La revisión y procesamiento de la información destacada y rescatada de las entrevistas, que fue obtenida tras ser considerada relevante para este estudio, se planteará por categoría de concepto y por rango etario, quedando un análisis con tres categorías conceptuales y el análisis de 4 respuestas simultáneamente para complementar la conceptualización que existe en Rapa Nui, sobre el impacto de TVN en la población adulta, permitiendo así resultados claros y precisos que expliquen cada una de las agrupaciones por edades, que otorgarán un desarrollo enfocado en las opiniones relevantes en esta investigación.

Rangos de edad

Grupo 4: Rango etario entre 55 y 65 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de los entrevistados		Características de la entrevista	
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	
Entre 45 y 55 años	Pregunta 2	Entrevistado 1:	• "Si sale un aviso en la radio que tiene que juntarse a una reunión, por ejem También aquí se da mucho de informarse a través del boca a boca"
		Entrevistado 2:	• "Bueno por la televisión o por la radio siempre uno se entera que es lo que va produce acá en la isla es el correo del moai que se le llama al boca a boca"
		Entrevistado 3:	• "Se hace a través de los medios. Pero generalmente no llega a todas la comu 45%, porque no todo el pueblo escucha radio, no a todo el pueblo le llega inf"
		Entrevistado 4:	• "El boca a boca también ha sido la forma de comunicarse de manera masiv"

Los rangos de edad cumplen una función muy importante y relevante dentro de cada matriz, ya que sirve de guía para analizar cada una de las respuestas, de manera que la interpretación de los resultados se realice de manera ordenada y clasificada.

Esta investigación se basa en el análisis exploratorio de la población adulta étnica de Rapa Nui, sin embargo en todo momento se ha dejado claro que el análisis se realizó por rangos de edad para poder obtener resultados más detallados y óptimos.

A modo de ejemplo, el recuadro nos indica que el rango de edad de los entrevistados analizados en esta matriz tienen entre 45 y 55 años de edad, por lo

que podemos identificar inmediatamente que se trata de adultos con una mayor experiencia y vivencia con respecto a la llegada de TVN en Rapa Nui.

Por otra parte, esta división de los entrevistados por rangos de edad, permite establecer las diferentes miradas que tienen los segmentos de la población adulta, por lo que los resultados permitirán averiguar si existe una opinión compartida en torno a los conceptos desarrollados o si se dan discrepancias por las diferencias de edad en cada una de sus respuestas.

Pregunta de la categoría



Matriz de análisis de Entrevistas

Categoría 1: Identidad y Cultura Rapa Nui

PREGUNTAS DESARROLLADAS:

1. A partir de la cultura Rapa Nui ¿De qué manera se produce la comunicación entre los Rapa Nui?
2. ¿Cómo se transmite la comunicación en comunidad de forma masiva? Reuniones, asambleas, etc.
3. ¿Cómo transmite su opinión el Rapa Nui?
4. ¿Qué aspectos comunicativos mejorarías en la comunidad?
5. ¿Considera que los medios de comunicación locales (diario, tv, radio, etc) transmiten y comunican, cumpliendo su rol como medio de comunicación?

La subcategoría de “características de la entrevista”, la cual se ha nombrado “pregunta de la categoría”, corresponde a identificar la pregunta que se está analizando, y por supuesto sirve también para trabajar las citas importantes de las respuestas a cada pregunta, determinando la respuesta que corresponde a esta pregunta.

A modo de no entorpecer la fluidez de la matriz, solo se identifica la pregunta por su número: pregunta 1, pregunta 2, pregunta 3, pregunta 4 y pregunta 5. Esto se pudo realizar, gracias a la página de introducción de la

categoría analizada, ubicada en los respectivos Anexos 2, 3 y 4, donde se detallan las preguntas y sus respectivos números.

Grupo 1: Rango etario entre 25 y 35 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de la entrevista	
Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"
Pregunta 2	Entrevistado 1: <ul style="list-style-type: none"> • "La gran mayoría de la información la recibimos a través de los medios de nosotros que son la radio y la tele. O sea, toda la gente escucha la radio que es lo que nos está informando constantemente de las cosas que pasas en el momento".
	Entrevistado 2: <ul style="list-style-type: none"> • "Cuando se trata de comunicación masiva en la gran mayoría de los casos el Rapa Nui, asiste a asambleas o reuniones para obtener mayor información con respecto a los temas que involucren principalmente a la isla en general y poder así dar su opinión". • "Somos poco tolerantes los Rapa Nui, nos gusta mucho ser los primeros en todo".
	Entrevistado 3: <ul style="list-style-type: none"> • "Para lograr transmitir la comunicación de forma masiva en la comunidad, se efectúa a través de los llamados por radio que es de gran influencia porque entrega identidad a los Rapanui al mostrar problemáticas y propuestas a la comunidad y también por los informativos de la televisión local y el "boca en boca" que se genera dentro de la población por los temas actuales".
	Entrevistado 4: <ul style="list-style-type: none"> • "Comunicación es todo. Y creo que aún no se ha logrado que todos hablemos igual, como que todos están tratando de beneficiarse a cada uno. Por eso no podemos hablar todos iguales. No vamos para el mismo lado. No hablamos de la misma forma y ahí va frenando este tema de poder comunicarnos bien, de saber lo que queremos, de saber para dónde va la micro. Yo creo que por ahí va la cosa".

En este recuadro tenemos que, por ejemplo, se está analizando la pregunta 2 de la categoría 1: identidad y cultura Rapa Nui, que según la introducción de la matriz corresponde a la siguiente pregunta: ¿Cómo se transmite la comunicación en la comunidad de forma masiva?

Análisis de las respuestas o citas importantes

Grupo 3: Rango etario entre 45 y 55 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de la entrevista	
Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	
Entrevistado 1:	<ul style="list-style-type: none"> • "Por lo general, de forma masiva la comunidad se comunica a través de los cabildos que se realizan cada cierto tiempo. Bueno estas reuniones que se hacen por parte de la municipalidad, que en su gran mayoría, también son anunciados por la radio y la televisión comunitarias".
Entrevistado 2:	<ul style="list-style-type: none"> • "Bueno, un medio importante aquí es la radio y la televisión y que ojalá sigan los programas tal como se está haciendo, algo que lo dirige el municipio, de poder transmitir programas locales".
Entrevistado 3:	<ul style="list-style-type: none"> • "Por el boca a boca, porque hoy existe la radio o la televisión local pero muchas veces no siempre llega eso a los medios porque va dependiendo del interés, del Alcalde, del Director, del medio y de cómo se transmite. Pero muchas veces, igual se presta el medio a los organizadores para poder transmitir lo que se quiere hacer o hacer saber o enseñar".
Entrevistado 4:	<ul style="list-style-type: none"> • "Mira por lo general nos enteramos de todo lo que pasa en la isla a través de la radio local, la radio Manukena y en la televisión por medio del canal de aquí de la isla "Mata o te Rapa Nui". Todo lo que ocurre, todas las citaciones o los llamados que realiza la municipalidad nos enteramos a través de esos dos medios".

Las respuestas o citas importantes, se obtuvieron de la matriz madre, que fue la primera matriz realizada, que se encuentra en el Anexo 1, con las transcripciones de las respuestas de cada pregunta. Las respuestas fueron transcritas completamente, por lo que se debió recurrir a un filtro de respuestas,

ya que al ser una entrevista en profundidad, muchas veces los entrevistados opinaban o hacían comentarios que se alejaban de la respuesta que se buscaba conseguir.

Además, a través de este filtro realizado, es mucho más fácil obtener resultados específicos, cuyo análisis en conjunto permitió que se lograra conseguir el objetivo de este objeto de estudio.

Por otra parte, es importante señalar que a pesar de haber presentado anteriormente a cada entrevistado, las respuestas se analizaron como entrevistado 1, entrevistado 2, entrevistado 3 y entrevistado 4, ya que no se requería saber quién había generado la respuesta obtenida, ya que el análisis se realizó por el conjunto de respuestas y no por respuestas por separado.

Características de la entrevista	
Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"
Pregunta 1	Entrevistado 1: <ul style="list-style-type: none"> • "La comunicación actual entre la gente Rapa Nui se ha ido acercando cada vez más a los modos típicos de la cultura occidental contemporánea, lo cual es uno más de los efectos de la aculturación que se ha ido dando desde la llegada de los primeros colonos extranjeros a la Isla a mediados del siglo XIX". • "En cuanto al contenido de los mensajes en los actos de comunicación, hay una combinación que incluye: Relatos de las últimas novedades de las personas que interactúan, chismes sobre otras personas de la comunidad, temas de interés general como noticias sobre la Isla y el Mundo".
	Entrevistado 2: <ul style="list-style-type: none"> • "Muchas veces uno como joven está muy en desacuerdo con los adultos porque no tienen una mirada hacia arriba, ellos quieren siempre mantenerse o no considerar las opciones que se les entrega y eso está mal porque la isla tiene que seguir evolucionando, y eso es lo que yo quiero lograr ahora como concejal, que la gente adulta escuche a los jóvenes".
	Entrevistado 3: <ul style="list-style-type: none"> • "Bueno ha cambiado muchísimo. Normalmente, yo cuando era chica me acuerdo que la familia éramos todos; las abuelas, tíos, primos, hermanos de mi madre con todos sus hijos y era normal almorzar todos juntos o estar casi todo el día juntos porque había que ir a plantar, después se almorzaba, después seguíamos trabajando plantando piñas, uvas, camote, taro, entonces todo el día estábamos como juntos y era trabajar y comer. Hoy en día son pocas las familias Rapa Nui que mantienen ese clan comunitario. Se juntan pero muy poco. Hoy en día la gente trabaja en diferentes cosas, algunos ya tienen su profesión, entonces se ha especializado la gente en diferentes cosas y las familias ya no son tan unidad ni comunitarias".
	Entrevistado 4: <ul style="list-style-type: none"> • "Mira hoy en día prima la comunicación oral en la comunidad, pero así de forma concreta, directa y sin muchos rodeos. Porque como tu bien sabes, hoy con el avance tecnológico, como es lógico, la población tiene mayor acceso al uso de celulares y teléfonos, por sobre el internet que acá es muy lento y no se le puede dar la utilidad que le podríamos dar, lo cual está disminuyendo la comunicación personalizada y el frente a frente".

El orden respetado de cada una de las respuestas, se basa en el orden en el que se transcribieron las entrevistas, considerando como único elemento de orden de la matriz madre del Anexo 1, el rango de edad al que pertenecía cada entrevistado.

Lo anterior, permitió que los resultados de la investigación sólo se basarán en el rango de edad estipulado en el diseño de la investigación, dejando de lado cualquier otro tipo de característica de los entrevistados.

Finalmente, es importante señalar que actualmente, las fuentes entrevistadas, son fuentes vivas que aún siguen siendo parte de la población adulta residente activa de Rapa Nui.

Categoría analizada

Grupo 4: Rango etario entre 55 y 65 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de los entrevistados	Características de la entrevista		
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	Categoría analizada
Entre 45 y 55 años	Pregunta 4	Entrevistado 1: • "Aquí el problema, aquí en la isla, yo creo que no se van a cambiar los carácter. Si tú escucharas ahí conversando en la feria, donde se juntan más es la feria. Yo escucho, uno dice una cosa y otro dice otra cosa, y tú le dices algo y te dicen "No" y al final se termina peleando. Todavía no aprenden a comunicarse como gente, a entender lo que uno está diciendo: "Esto está bien así, esto está bien así". Sino que escuchan ellos y opinan una cosa, otra cosa y al final queda la crema en el momento".	Cultura e identidad Rapa Nui
		Entrevistado 2: • "Yo creo que hace falta dar más espacios a la comunidad. Por ejemplo, el programa del alcalde es muy bueno porque la gente opina y forma parte de esa desición. Y en la televisión también se debería hacer".	
		Entrevistado 3: • "Ay, necesitamos hacerle un lavado de cerebro al pueblo Rapa Nui. Yo creo que eso, porque falta muchísimo, educación cívica, educación ciudadana y falta mucho, mucho, mucho. Sobre todo al pueblo Rapa Nui que necesita aprender para poder comunicarse. El Rapa Nui no tiene esa delicadeza de llegar y decirle algo a alguien, porque todas las cosas y todo tiene su minuto, siempre y cuando tu vayas a aportar, si es algo para el pueblo, bien y perfecto, pero nooo esta raza es... yo no sé hasta qué punto vamos a llegar ó vamos a llegar a la instancia en que, hoy en día, está viviendo Tahiti ó no sé. Lo último que escuche anoche que iba a haber una revolución en la isla para el cambio. Imagínate!! Y yo lo escuche pero heavy el asunto".	
		Entrevistado 4: • "Falta que los Rapa Nui se junten para tomar decisiones".	

Finalmente, tenemos el cierre de la matriz que se da por la "categoría analizada" que corresponde al concepto que se buscó desarrollar para lograr responder el planteamiento de este estudio.

En este ejemplo, la categoría analizada corresponde a la categoría 1: cultura e identidad Rapa Nui, lo que nos indica inmediatamente qué sección de la matriz se está analizando. Además, cada matriz tiene como título el grupo que se está analizando (grupo 1 = 25 a 35 años, grupo 2 = 35 a 45 años, grupo 3 = 45 a 55 años, grupo 4 = 55 a 65 años), el rango etario al que corresponde y luego la categoría analizada. Todo distinguido a través de colores que detalla la relación existente entre el título de la matriz y las respuestas de los entrevistados, haciendo aún más fácil su revisión.

Para evidenciar aún más el análisis realizado con cada una de las matrices, a continuación se mostrarán más ejemplos extraídos de los anexos para facilitar la comprensión del análisis e interpretación desarrollada en esta investigación.



Matriz de análisis de Entrevistas

Categoría 1: Identidad y Cultura Rapa Nui

PREGUNTAS DESARROLLADAS:

1. A partir de la cultura Rapa Nui ¿De qué manera se produce la comunicación entre los Rapa Nui?
2. ¿Cómo se transmite la comunicación en comunidad de forma masiva? Reuniones, asambleas, etc.
3. ¿Cómo transmite su opinión el Rapa Nui?
4. ¿Qué aspectos comunicativos mejorarías en la comunidad?
5. ¿Considera que los medios de comunicación locales (diario, tv, radio, etc) transmiten y comunican, cumpliendo su rol como medio de comunicación?

Grupo 1: Rango etario entre 25 y 35 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de la entrevista			Categoría analizada
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	
Entre 25 y 35 años	Pregunta 1	<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "En general la comunicación entre los Rapa Nui es perfecta, porque acá con nuestra cultura nos entendemos entre nosotros". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Creo que por la particularidad del territorio, aún en Rapa Nui es posible que la comunicación sea esencialmente oral, ya que existen terrenos cercanos que pertenecen a la misma familia y se frecuenta las visitas por cualquier motivo que las impulse, así como también pasa con las personas que se radican a las afueras del pueblo". • "Acá todos conversan con todos por tradición oral y los aparatos tecnológicos también cumplen una importante función en nuestra cultura". • "Yo encuentro es que el pascuense no se adapta al medio sino que adapta al medio a la cultura misma y eso es muy positivo porque nuestra cultura no muta por tener cambios con todo esto de la globalización y esas cosas, nuestra cultura permanece más firme que nunca a pesar de existir otros medios de comunicación". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Mira acá en la isla, principalmente, la gente se comunica a través de su idioma, 100% a través de su idioma nativo". • "Yo creo que tienen que ver con un cuento de identificación cultural, a los Rapa Nui nos gusta sentirnos Rapa Nui y mientras más podamos mostrar nuestra cultura mejor". • "Ojalá que las nuevas generaciones puedan seguir esta tradición porque ha costado harto en nuestra generación mantener el idioma, sobre todo ahora que todos nos vamos al <i>contí</i> a estudiar, uno allá no habla mucho el Rapa Nui". <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No hay comunicación. Osea si estamos hablando de una comunicación que parte de la cultura Rapa Nui...la cultura Rapa Nui primero que todo es machista y de ahí parte la no comunicación". • "Como te dije delante, en mi familia si se conversa, si se almuerza porque eso también es comunicación, comer o sentarse a tomar once, para mí eso es una base de la comunicación. Tener cercanía con tu familia, con tu círculo. Y yo creo que esa es la base fundamental, tu familia y de ahí parte el tema de la comunicación". 	Cultura e identidad Rapa Nui

Grupo 1: Rango etario entre 25 y 35 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de la entrevistista			Categoría analizada
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevistista "Citas importantes"	
Rango de Edad		<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "La gran mayoría de la información la recibimos a través de los medios de nosotros que son la radio y la tele. Osea toda la gente escucha la radio que es lo que nos está informando constantemente de las cosas que pasas en el momento". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Cuando se trata de comunicación masiva en la gran mayoría de los casos el Rapa Nui asiste a asambleas o reuniones para obtener mayor información con respecto a los temas que involucren principalmente a la isla en general y poder así dar su opinión". • "Somos pocos tolerantes los Rapa Nui, nos gusta mucho ser los primeros en todo". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Para lograr transmitir la comunicación de forma masiva en la comunidad, se efectúa a través de los llamados por radio que es de gran influencia porque entrega identidad a los Rapanui al mostrar problemáticas y propuestas a la comunidad y también por los informativos de la televisión local y el "boca en boca" que se genera dentro de la población por los temas actuales". <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Comunicación es todo. Y creo que aún no se ha logrado que todos hablemos igual, como que todos están tratando de beneficiarse a cada uno. Por eso no podemos hablar todos iguales. No vamos para el mismo lado. No hablamos de la misma forma y ahí va frenando este tema de poder comunicarnos bien, de saber lo que queremos, de saber para dónde va la micro. Yo creo que por ahí va la cosa". 	Cultura e identidad Rapa Nui
Entre 25 y 35 años	Pregunta 2		

Grupo 1: Rango etario entre 25 y 35 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de la entrevista		
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta 3	
Entre 25 y 35 años		
		<p style="text-align: center;">Respuesta de la entrevista "Citas importantes"</p> <p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Aquí los Rapa Nui son bien directos, no andan con cosas raras, nosotros tenemos un problema y lo hablamos con la persona que corresponde, todo es a la cara, nada es de otra forma, como en el <i>contú</i> que tienes que reclamar por cartas o mail, aquí se va directo al grano". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Últimamente los Rapa Nui se han ido interiorizando con el programa radial y poco a poco va aumentando la confianza de querer opinar, así que ahora casi todos llaman todos los días a la radio y opinan sobre diferentes cosas, creo que eso que se da es muy bueno porque así por último cada uno tiene su espacio de opinar y nadie pelea, y bueno la gente que escucha en sus casas opina entre su familia también". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "El Rapa Nui se caracteriza por ser una persona directa por lo que cualquier medio de comunicación sirve para expresar su opinión, ahora esta puede ser a través de los programas radiales, por marchas en las calles, panfletos informativos, posteo en medios de comunicación masiva como lo son los email o Facebook o una simple conversación entre familia o en la calle para generar alguna reacción de opinión". <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Mira ahora, se me ha estado dando esta oportunidad de trabajar en un lugar que es público, como la municipalidad y además se me está dando esta oportunidad de poder realizar las actividades del municipio en cuanto al tema cultural. Y este medio me permite decir todo lo que yo pienso a mi manera, obviamente con esta línea que quiere el alcalde, osea yo no voy a hacer cosas que él no apruebe".
		Cultura e identidad Rapa Nui

Grupo 1: Rango etario entre 25 y 35 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"		
Entre 25 y 35 años	Pregunta 4	Entrevistado 1:	<ul style="list-style-type: none"> • "Mira, nosotros acá necesitamos que la televisión funcione más seguidos, osea, que hagan contenidos para que nosotros veamos nuestro propio canal y no tengamos que ver "lo que hay" que son los otros canales que ni si quiera nos representan del todo. Porque es otra cultura, la cultura Rapa Nui es muy diferente y necesita aprender cosas, no ver polémicas o farándula, eso no nos sirve. Y la tele deben mejorarla porque las cosas entran por los ojos también y no solo por la radio". 	
		Entrevistado 2:	<ul style="list-style-type: none"> • "La radio las hace todas con la comunicación pero con la tele estamos en pañales todavía, le falta mucho y lo peor es que es un recurso mucho mejor que la radio porque tu vez las imágenes y opinas también, se pueden dar otras instancias de conversación, osea no sé debería mejorar rotundamente la tele". 	
		Entrevistado 3:	<ul style="list-style-type: none"> • "Creo que es necesario que la información que se muestran en los medios, sobre todo en la televisión debe ser un poco más fidedigna porque muchas veces muestran cosas que no son o por medio de otras fuentes y resultan que los verdaderos afectados al final ni siquiera saben que salieron en la tele". 	
		Entrevistado 4:	<ul style="list-style-type: none"> • "Yo creo que también hay una falencia en los métodos de comunicación. Osea espero que ahora se mejore, pero ponte tú hay espacios donde se puede crear dialogo o medios donde tú puedas proyectar esta información, pero no son bien ocupadas, como la radio, las calles, las instituciones ¿cachay?. En realidad la gente se deja llevar por las cosas y por el dialogo coloquial, así como de la calle, es como: oh si la tapati va a ser de los <i>hopu manu</i> (hombres pájaro), y después tú le pones tu toque también poh, que la tapati va a ser de los <i>hopu manu</i> y una candidata y así va creciendo. Entonces, en realidad la comunicación que domina acá ¿Cuál es? La callejera, del boca a boca o el correo del moai". 	
				Cultura e identidad Rapa Nui

Grupo 1: Rango etario entre 25 y 35 años
Categoría Identidad y Cultura Rapa Nui

Características de la entrevista			Categoría analizada
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	
Entre 25 y 35 años	Pregunta 5	<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Si, de todas maneras. Los medios de nosotros nos han ayudado a informarnos de cosas de nosotros mismos y a comprobar si efectivamente sucedieron, porque tú sabes que acá en la isla todo funciona por el boca a boca o por el correo del moai como le llamamos, en cambio en la radio es super rápido como nos enteramos de las cosas que están pasando en el momento" • "Para el caso de la tele no es tanto porque se muestran cosas que ya pasaron, pero igual nos provoca verlos porque queremos ver las imágenes, que como te dije también son súper importante, porque hay gente que no habla español y ellos por ultimo pueden saber las cosas a través de las imágenes. Así se puede ampliar nuestros medios". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Somos afortunados de tener varios medios de comunicación todos cumplen bien su función, pero lamentablemente la falta de recursos no nos permite que tengan una excelente difusión, sin embargo con lo poco que poseen hacen maravillas, día a día se van mejorando y mostrando a la comunidad que esos medios también pueden competir con los nacionales, pero como te dije anteriormente, estamos en pañales en cuanto a medios de comunicación". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Creo que cumplen con su rol de comunicar, pero considero que son sesgadas en cuanto a que el foco informativo se reduce a solamente informar sobre la isla, como lo que te decía, se debería hacer un noticiero donde las noticias centrales sean sobre la isla y se finalice con unas 4 noticias importantes del continente para que se considere un noticiero concreto y para darle esa importancia y ese peso que necesita nuestro noticiero para ser exitoso. Deberían hacer como lo mismo que TVN con su red Valparaíso pero acá que hagan una red Chile y muestren cosas de allá". <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No definitivamente no. Yo creo que les falta introducirse en la comunidad ¿cachay?, saber qué es lo que piensa, qué es lo que hace, qué es lo que hizo y qué es lo que va hacer". 	Cultura e identidad Rapa Nui



Matriz de análisis de Entrevistas

Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

PREGUNTAS DESARROLLADAS:

1. ¿Es TVN fundamental en la programación de los canales en Rapa Nui?. Si es así, ¿por qué?
2. ¿Son los horarios, programas, rostros acorde a su interés? ¿Por qué?
3. Sobre el tratamiento de la información ¿Es TVN un canal que represente a la comunidad Rapa Nui?
4. ¿Se siente o no identificado con lo que transmite TVN sobre Rapa Nui? Reportajes, documentales, programas, etc.
5. ¿Qué le agregaría o le quitaría a TVN para que represente a la comunidad Rapa Nui?

Grupo 2: Rango etario entre 35 y 45 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de los entrevistados			Características de la entrevista	
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	Categoría analizada	
Entre 35 y 45 años	Pregunta 1	<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> "TVN tiene cierta importancia en la televisión local básicamente porque no hay casi nada más en la televisión de la Isla. Si hubiera televisión satelital, probablemente muy poca gente vería TVN aparte del noticiero central (al que la gente que ve televisión en la Isla se ha acostumbrado)". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> "Yo creo que no es que sea fundamental el canal TVN, sino que es el medio de comunicación más importante del país y es un trabajo muy profesional, no se puede competir con eso, y lo bueno es que de ahí se pueden sacar todas la cosas positivas que sirvan para nuestro medio de comunicación de TV local, así que definitivamente TVN es nuestro canal el que nos representa a nosotros los Rapa Nui y a todos los chilenos". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> "Bueno es que es el único que hay, con la red y Chilevisión que funciona de repente. Bueno es que TVN fue el único canal que ingresó primero y mantiene una programación que no cambia mucho. Está llevando las costumbres a que sea igual a una persona que vive en un departamento sola y que tiene que estar toda la mañana encerrada mirando la tele como compañía, la acompaña la tele. Nos enteramos más de las vidas de las personas de allá. "Hoy la familia no se comunica en Rapa Nui y no conversa, no se comunica y está mirando la tele, alguno dice: cállate que estoy mirando la tele!, entonces no es lo que la cultura Rapa Nui tiene dentro de su gen y de su historia, el ensimismarse en un cajón para mirar imágenes, no es lo que está dentro de nuestros genes. Y es por eso que la gente también aquí no mira mucha tele, mira lo justo y necesario". <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> "Decir que es fundamental, no estoy de acuerdo, ya que como TVN transmite noticias más de Santiago, lo único que refiere a la Isla es TV tiempo y noticias de algunas visitas de estado a la comuna". "Por otro lado, el hecho que TVN se transmita de forma diferida, no cumple con dar la información (noticias, extras) de manera inmediata. Chile Visión que llega de forma directa, por lo general pasa con problemas técnicos (se corta la transmisión al mínimo efecto de lluvia) y lo más grave es que la programación que dan interfiere y cambia conductas en las poblaciones más jóvenes, ya que asimilan lo que ven y producen cambios en el comportamiento social de niños y jóvenes (ejemplo, el uso excesivo de garabatos en teleseries repercute negativamente en la forma de expresión de estos grupos)". 	Televisión Nacional de Chile	

Grupo 2: Rango etario entre 35 y 45 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de la entrevistada			Categoría analizada
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	
Entre 35 y 45 años	Pregunta 2	<p>Entrevistado 1:</p> <p>• El 90% de los programas de TVN son casi netamente basura. No es un caso tan extremo como otros canales peores, pero realmente no vale la pena tener televisor. En mi caso, el televisor lo tengo casi solamente para ver películas grabadas. Casi ninguno de los programas propios del canal es rescatable... algunos tienen potencial, quizás "Estado Nacional", algunos programas periodísticos a veces muestran cosas de interés y de vez en cuando "La Cultura Entretenida. Por ende la respuesta es no. Me parece que programas y rostros no son de mi interés en absoluto. Me parece que la programación es casi únicamente entretenimiento barato, básico y que en realidad aburre".</p> <p>Entrevistado 2:</p> <p>• "No, personalmente creo que no son de mi interés o sea que yo te diga mira me gusta esto y esto y no me gusta esto y esto otro, no, no es así, pero lo que si asocio es mi interés por poder comunicarme y empoderarme de conocimiento, eso es lo más importante, mientras uno pueda aprender y informarse con lo que recibe todo bien, porque después uno se acostumbra a los medios de comunicación sea como sea y ya no te importa mucho el contenido, sino que cumplan su función y nada más".</p> <p>Entrevistado 3:</p> <p>• "No para nada, si nadie nos preguntó y además que no dan ningún tipo de programa que sean acorde a nuestra vida, a nuestro estilo, a nuestra idiosincrasia. Así que no te puedo decir si son acorde o no. Para mi no, para mi la televisión antiguamente tenía un horario entre las 6 de la tarde y las 12 de la noche, para mi ese era un horario perfecto porque es cuando uno descansa".</p> <p>Entrevistado 4:</p> <p>• Personalmente considero que no son de mi interés el hecho que un canal estatal extreme y alargue sus programas más de lo adecuado (Buenos Días a Todos, teleseries, las notas en las noticias que se dan vuelta en lo mismo y las noticias son de ayer y antes de ayer) y existe muy poca programación cultural, social, educativa, infantil y deportiva, que son instancias donde las familias pueden compartir sus tiempos para ver y comentar lo que están viendo.</p>	Televisión Nacional de Chile

Grupo 2: Rango etario entre 35 y 45 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de los entrevistados			Características de la entrevista	
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	Categoría analizada	
Entre 35 y 45 años	Pregunta 3	<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bueno, TVN claramente no representa a la comunidad rapanui, sino que a los intereses de sus inversionistas, auspiciadores y directorio. Por lo mismo, no creo que ninguna comunidad se sienta realmente representada por algún reportaje de dicho canal que aborde sus temas de interés". • "Por lo general TVN entrevista gente de la Isla. Sin embargo su metodología periodística es clara. Preguntar opiniones a mucha gente y luego durante la edición seleccionarías para que calcen con la "línea editorial", con una o dos opiniones disidentes "pintorescas" para dar la impresión de "pluralidad", pero dejando en claro que son una excepción y que los que piensan así son algunos pocos excéntricos". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No nos representa como comunidad RAPA NUI, pero si nos representa como país (CHILE), pero es obvio que igual por los reportajes , noticias , documentales y todo lo que muestran en torno a la isla nos interesa, ahora de la manera en que se muestra es diferente la cosa, pero el hecho de que la isla salga en TVN si es importante para todos los Rapa Nui, ahora sobre el contenido es importante que siempre y cuando estos medios de comunicación muestren la realidad de nuestra isla tanto en lo positivo como en lo negativo, porque a la gente le molesta más que el tema a hablarse, que no digan la verdad, pero bueno ese es el rol de los medios, porque los medios están obligados a ser objetivos y mostrar la realidad y no mentir y mucho menos a manipular la información de primera fuente. Pero tú sabes que por aquí y por allá igual se maquilan las cosas". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No por. Estamos acostumbrados a ver historias sobre la isla en la televisión y lo miramos como una cosa ajena porque no es verdad. Hay muchas cosas. Ellos doran la pildora, cuentan una historia, es bonito y uno ve y dice: qué bonita la isla, que bonita la historia y todo, pero no cuentan la verdad. Es como que te cuentan lo bonito no más y no nos representa para nada, porque rara vez sale en la tele la isla, muy rara vez sale un programa". • "En cambio en TVN, normalmente, muestran documentales de viaje, o de pesca, o que vinieron y lo pasaron bien. Siempre han mostrado a la isla como un lugar exótico, donde se pasa bien, donde las mujeres son todas bailarinas y nos movemos para todos lados, que no es la realidad". 	Televisión Nacional de Chile	
		<p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Para nada, dan noticias de la isla cuando algún ministro viaja para realizar una acción o cuando ocurren hechos que van en contra del estado, del Medio Ambiente, etc. Pero cuando hay noticias de vulneración de los derechos humanos, de la población étnica o del no cumplimiento de la Ley 169 OIT, no se transmite". 		

Grupo 2: Rango etario entre 35 y 45 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de la entrevista			Categoría analizada
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	
Rango de Edad		<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No saben mucho del contexto histórico, caen en errores y lugares comunes, y sus entrevistados por lo general no son los óptimos en la mayoría de los temas que pretenden abarcar. En esto he visto un deterioro considerable, comparando documentales de los años 80 o 90 que he tenido oportunidad de ver, comparados con los reportajes y documentales "light" de ahora. Es curioso, considerando que hay mucha más información fácilmente obtenible". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No del todo, porque siempre depende de dónde sacan la información, pero no puedo negar que uno se siente identificado de todas maneras el hecho que uno sea nombrado por el canal de nuestro propio país sea para mal o para bien, tú al tiro dices: Mira la islat, y te emociona saber que tu tierra sale en televisión, entonces claro que si, uno se siente identificado con lo que aparece en la tv". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Es que ahora en este tiempo es donde están mostrando más la isla. Y la isla la muestran más que nada como un lugar para visitar o hacen solamente documentales, no es como que todos los días salga en TVN: ya en isla de Pascua sucedió esto o hagan noticias diarias, como lo hacen en Santiago, de acá. No hay esas cosas. Así que no nos identificamos para nada, al contrario, cuando lo vemos ahí es como ver un país que es extranjero, porque ellos nos muestran como extranjeros y nos tratan como extranjeros. Así que somos así algo raro en la televisión y todos vienen y quieren conocer a los "pascuencitos" como nos dicen, pero es Rapa Nui." <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "De forma personal creo que dicho canal hace y ha hecho esfuerzos para informar sobre la isla, pero siempre desde una mirada externa... informan de lo que creen que es impactante y no de lo que cree la población local que es importante, y por sobre todo, se transmite la información con un matiz casi folclórico". 	Televisión Nacional de Chile
Entre 35 y 45 años	Pregunta 4		

Grupo 2: Rango etario entre 35 y 45 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"		
Entre 35 y 45 años	Pregunta 5	Entrevistado 1:	• "Creo que se desprende de lo anterior que TVN necesita tener una mucho mejor asesoría histórica para elaborar sus reportajes y documentales. Un buen reportaje sobre la isla, primero, no se puede hacer en base a una visita de 3 días a la isla. Segundo, hay que buscar a los entrevistados más idóneos de las áreas en que se pretende profundizar. Tercero, hay que elaborar un buen conjunto de preguntas... Y ASOCIARSE con gente local, capacitar periodistas en la isla misma".	Televisión Nacional de Chile
		Entrevistado 2:	• "Que se asesoren bien con la información en todo ámbito de cosas de la isla y que transmitan distintas áreas culturales deportivas y artes , etc. , así nos podamos llevar de la mano tanto como comunidad RAPA NUI que con nuestro propio País , para así tener los frutos de comunicación que se merece la comunidad y generar una retroalimentación de información entre el continente y la isla.	
		Entrevistado 3:	• "Se podría tener una oficina de TVN donde tenga un representante, que se estén mandando noticias acerca de lo que sucede acá en Rapa Nui, en idioma castellano para que cuando salgan las noticias diarias, nosotros digamos ah, va a salir una noticia de la isla y nos sentimos identificados con el canal de que seguro que va a salir algo de la isla".	
		Entrevistado 4:	" Un elemento que provoca desatención en la programación es la excesiva y abusivo tiempo dedicado a la propaganda, que para la isla no tiene sentido, por lo cual, en los momentos de comerciales, el televidente cambia de canal o simplemente apaga el televisor".	

Grupo 3: Rango etario entre 45 y 55 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevistista	"Citas importantes"	
Entre 45 y 55 años	Pregunta 1	<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Me gusta más que los otros porque tiene dentro de su programación cosas más culturales y es menos farandulero, porque los otros canales son terribles, muestran puros cahuines y el morbo de la mujer desnuda. Aquí en la isla sobretodo hacen falta programas para los niños, ellos son lo más importante porque tú ves que cada año la isla está más moderna y eso afecta a los niños, ahora ya no quieren salir a jugar afuera o ir a la playa, ellos están prefiriendo jugar playstation o simplemente ver la televisión y eso nos preocupa mucho a nosotras como profesoras." 	Televisión Nacional de Chile	
		<p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • " Yo creo que todos los canales hacen un aporte. Ahora, cuál más y cuál menos, yo creo que no podría definirlo bien. Pero sí puedo hablar y decir con propiedad que TVN tiene muy buenos programas. Programas culturales que tiene, los programas del día domingo como "Chile país conectado" lo encuentro muy bueno, e incluso los programas turísticos, porque uno y la isla quedamos "out" de lo que sucede en el mundo, pero cuando uno prende el televisor uno se entera de lo que está ocurriendo." <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • " Mira, para mi punto de vista TVN y ninguno de los canales que hay en la isla cumplen el rol importante para esta etnia ni para este pueblo, porque es un canal nacional donde se transmiten porquerías de programas, donde uno ve que están preocupados del cahuin." <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Haber, yo creo que lo fundamental en este caso no es TVN, no es el canal TVN, porque la gran mayoría de los Rapa Nui ven este canal sólo por las noticias. Así que aquí lo fundamental para los rapa Nui son las noticias, el noticiero 24 horas es el que viene a marcar terreno de la isla, ya que mantiene informada a la gente de lo que pasa en el mundo y de lo que pasa en el conti también pue. Pero así como importante para nosotros el canal no es importante, es más que nada porque nos trae noticias del <i>coriti</i> que al final de alguna manera nos afecta directa o indirectamente." • "Nos pasó eso con el tema de las protestas, que muchos de nosotros nos enteramos que nuestros hijos estaban sin clases porque los estudiantes estaban protestando y eso si nos importa porque igual nos afecta que los niños no tengan clases o como ya ha pasado otras veces que se tienen que quedar el verano allá para poder terminar las clases porque estuvieron en paro ¿te filias?, por eso es importante TVN, sólo por las noticias". 		

Grupo 3: Rango etario entre 45 y 55 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de la entrevista		Categoría analizada
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	
Rango de Edad		Respuesta de la entrevista "Citas importantes"
Entre 45 y 55 años	Pregunta 2	Entrevistado 1: <ul style="list-style-type: none"> • "Me gustan los días domingos por el corte cultural que tiene ese día, en varias ocasiones han mostrado a la isla y eso me gusta y me emociona un montón. El noticiero central también me gusta mucho, no sólo porque informan sino que también los rostros que se presentan me dan confianza y me hacen sentir algo de cercanía al continente a través de ellos, osea son como nuestra ventana al continente, es súper fácil, si no te cae bien el conductor, simplemente no ves el programa, así de simple."
		Entrevistado 2: <ul style="list-style-type: none"> • "Los programas que se dan, se dan a nivel nacional y no están con los ojos puestos en la isla. Y tampoco puede ser porque somos parte de un país, de cuánto, más de 7 millones de habitantes, así que deben preparar algo para todos, no sólo para el Rapa Nui."
		Entrevistado 3: <ul style="list-style-type: none"> • "Yo creo que lo único que se puede rescatar de los programas de TVN son las noticias, estos programas de viajes, como documentales y como informe especial que son programas buenos porque ayudan un poco, o los programas sobre la vida y la naturaleza. Yo creo que ese tipo de programa aporta a la necesidad de la isla, pero otros programas no."
		Entrevistado 4: <ul style="list-style-type: none"> • "Yo creo que en cuanto a horarios, programas, y rostros estoy totalmente conforme porque cumple el rol de educar, entretener e informar sin propasar los límites de censura. Si al final la gente que está trabajando en el canal está siendo mandado por otras personas y si están en esos puestos de trabajo es porque son los mejores para entregar un buen servicio a la gente."
		Televisión Nacional de Chile

Grupo 3: Rango etario entre 45 y 55 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"		
Entre 45 y 55 años	Pregunta 3	Entrevistado 1:		Televisión Nacional de Chile
		<ul style="list-style-type: none"> • En algunos programas si, sobre todo cuando habla acerca de lo frágil que está resultando ser nuestro ecosistema y que está a punto de colapsar aun cuando se está integrando la cultura del reciclaje, pero no sacamos nada si nuestro mar recicla toda la mugre de los otros continentes. Pero eso creo que tiene su parte buena y su parte mala, porque el problema es que se supone que esto debería generar conciencia sobre todo en el gobierno chileno, pero ellos no hacen nada, nunca yo he escuchado que venga una comisión a evaluar la basura y la salud de la gente, porque aunque tú no lo creas, la gente se está muriendo porque tenemos todos los virus, radioactividad de cuando fue el terremoto en China y así un montón de cosas". 		
		Entrevistado 2:		
		<ul style="list-style-type: none"> • "Yo creo que es un canal bien pluralista y se fija en todo lo que ocurre a lo largo de todo el país y le da un tratamiento especial para toda parte del país. En este sentido, yo rescato que TVN hace ese gran esfuerzo". 		
		Entrevistado 3:		
		<ul style="list-style-type: none"> • "No. TVN es un canal que representa al país. Yo creo que el canal local el Mata o te Rapa Nui, se trata de mostrar un poco el sentir de la gente pero falta, puede ser que del 100% a nosotros nos represente en un puro 5%". 		
		Entrevistado 4:		
		<ul style="list-style-type: none"> • "Generalmente los canales nacionales no nos representan, porque siempre que muestran noticias de la isla, por lo general son noticias sobre los diferentes conflictos que han ocurrido en la isla o hablan sobre farándula, si vino tal actor, que se quedó en tal hotel, pero nada más". 		

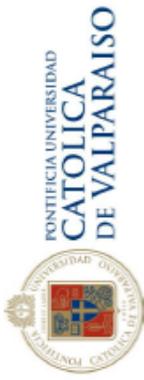
Grupo 3: Rango etario entre 45 y 55 años
Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"		
Entre 45 y 55 años	Pregunta 4	<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Hace falta que los medios hagan un estudio de opiniones antes de mostrar algo, porque acá en la isla siempre va a existir gente que está de acuerdo y gente que no. Es complicado, pero se puede lograr escuchando al pueblo". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Si, de todas maneras porque yo siento que en el continente nos tratan bien, nos tratan con mucho cariño. Como que a la isla, en general, a los habitantes de la isla le tienen especial cariño. No nos miran como aparte, al contrario nos acogen con mucho cariño". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • " Creo que el programa en sí, está bien, la denuncia que está haciéndose de lo malo que produce nuestro actuar frente a nuestros propios medios, y que no tenemos cuidado". • Hay muchas cosas que lo cambian a su estilo, uno tiene que entender igual que casi todos los programas viven de un auspicio entonces el programa jamás va a decir lo bonito de las cosas, porque siempre van a buscar la tercera o cuarta pata al gato para poder mostrar cosas que les interesa a la gente y que haya rating. Pero no todos los programas representan lo que uno siente. Igual han salido en las noticias cuando hubo tomas acá: "Hay una protesta de los Rapa Nui que no queremos que llegue a los turistas", entonces ahí hay un uso de la información de forma maliciosa porque si se hubiese dicho mejor que lo que no quieren los Rapa Nui es que no lleguen más continentales de mala clase pero no que no quieren que lleguen turistas, sean de donde sean, de Chile, Europa o Estados Unidos, pero el tema que hay y que aqueja a todos los Rapa Nui es que venga esa gente de población, que por lo demás es responsabilidad del mismo Rapa Nui porque somos nosotros los que arrendamos las casas". <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Hasta el momento solo con programas como frutos del país, tierra adentro y la ruta de Chile. Pero obviamente uno se siente identificado, más que nada por ver a nuestra gente o familiares que van a aparecer en una televisión global y que los va a ver en todas partes del mundo, porque eso después se sube a internet y se puede ver también". • "Así que claro nos sentimos identificados, pero con ciertos límites porque a veces nos gustaría ver más de lo que muestran y que digan la verdad sobre nosotros. Porque, imagínate, uno se dedica y les da tiempo y les enseña y después ellos van y muestran algo que nada que ver en la televisión, eso lo tienen que cambiar porque después va a llegar el momento en el que la gente Rapa Nui se aburra de ayudarlos y ya nadie va a poder venir a grabar a la isla". 		Televisión Nacional de Chile

Grupo 3: Rango etario entre 45 y 55 años

Categoría 2: Televisión Nacional de Chile

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"		
Entre 45 y 55 años	Pregunta 5	<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "En los días domingos, y en las mismas noticias principales incluir sucesos que ocurren en Rapa Nui, de relevancia, que nos haga sentir tomados en cuenta, solo cuando viene una visita de relevancia en el mundo, sólo ahí, nos toman en cuenta". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Yo creo que TVN, el hecho de ser un canal nacional, debiera hacer el esfuerzo de poder financiar programas relacionados con los pueblos originarios del país, porque somos un país multicultural y debiera tratar de hacerse, tal como le decía, hacerse programas de monitos traducidos al Mapudungún, Aimara y Rapa Nui, hacer el esfuerzo y financiar ese tipo de programas, porque desde acá no tenemos cómo o tal vez otro tipo de programas, editado a los pueblos originarios y no que se nos mire sólo por lo que está ocurriendo en las zona de la Araucanía, por ejemplo, que se le mira sólo por los problemas, sino que también ver desde otra perspectiva cuales son los intereses de los pueblos originarios respecto de la zona central". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Lo único que se ha podido lograr es que una profesora demandó a TVN por ley de que no transmitiera programas a las 8 de la tarde para menores de 18 años, eso es porque con el tema del cambio del horario, lo que mostraban en el continente a las 10.30 lo mostraban acá a las 8.30 y eso lo modificaron por un tema legal, y lo cambiaron a una programación diferida". <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Creo que falta más programas culturales, porque siempre vemos lo mismo, las teleseries, las noticias y farándula, no nos muestran otras cosas, y aquí en la isla hace falta que la gente vea cosas buenas de educación o cultura, porque al final se llenan de basura la cabeza y no tienen opinión cuando pasan cosas que son importantes para nosotros. Aquí en la isla está pasando lo mismo que en el <i>contí</i>, la gente está prefiriendo ver cosas de farándula a ver cosas más educativas y que nos enseñen, tú sabes que acá la entretenición es poca así que la televisión es lo que más vemos, aparte de escuchar la radio". 	Televisión Nacional de Chile	



Matriz de análisis de Entrevistas

Categoría 3: Comunicación Rapa Nui

PREGUNTAS DESARROLLADAS:

1. ¿Qué les hace falta a los Rapa Nui para crear y mantener una buena comunicación?
2. ¿Se transmite de buena forma la información que el Rapa Nui necesita a través de los diferentes medios?
3. ¿Es la televisión un buen canal informativo, comunicativo y de entretenimiento para el Rapa Nui?
4. Le agregaría algo a los canales de televisión para que represente la opinión Rapa Nui?
5. ¿Está el Rapa Nui evolucionando junto con la globalización en su manera de comunicarse?

Grupo 4: Rango etario entre 55 y 65 años

Categoría 3: Comunicación Rapa Nui

Características de la entrevista			Categoría analizada
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"	
Rango de Edad		<p>Entrevistado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • " Pucha, no puedo decir educarlos porque cuando vamos a educar a todos los Rapa Nui, tu sabes muy bien como es <i>pueh</i> hija. Entre familias uno conversa, opina eso, <i>pa' allá ,pa' acá</i>. Pero ponte al frente del pueblo, osea donde se juntan ahí en los sucuchos, yo creo que falta unidad. Porque como te digo, siempre se termina en peleas. Lo que pasa es que a veces ellos no entienden bien las cosas <i>pueh</i>, <i>ah</i>. Porque dicen, reunión con el alcalde, después salen afuera y ya están hablando otra cabeza de pescado. Por esta razón, yo creo que no van a cambiar". <p>Entrevistado 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • " Necesitamos más unión entre nosotros mismos, porque en este minuto hay mucha desunión por la parte de racismo, el antichileno y esas son consecuencias dolorosas, porque Chile hace todo por nosotros. Está bien, hay chilenos y hay chilenos, pero quien es culpable, la misma tolerancia. Entonces los Rapa Nui nunca van a estar de acuerdo o conformes". <p>Entrevistado 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Yo creo que otra radio más haría bien a la isla. Sí, porque la Manukena no basta para la isla. Es una sola radio y hay que darle muchos minutos a la gente para escucharlos a todos. Así que yo creo que otra radio sería bueno" <p>Entrevistado 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Aquí lo que más hace falta es la unión, la unión en la familia, con los amigos, con la gente del trabajo, eso es lo primero que tenemos que mejorar, después de eso viene el resto". 	Comunicación Rapa Nui
Entre 55 y 65 años	Pregunta 1		

Grupo 4: Rango etario entre 55 y 65 años
Categoría 3: Comunicación Rapa Nui

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"		
Entre 55 y 65 años	Pregunta 2	Entrevistado 1:	• "Cuando hablan por la radio, yo escucho al alcalde y hay personas que llaman y hacen preguntas, por ejemplo en el caso del hospital, preguntan porque cuando uno entra no hay aire y que hay un olor más o menos o pesado que en media hora uno se ahoga. Todo eso son cosas que uno encuentra que no están bien. Entonces el alcalde va y habla con el director, etc. Esas cosas así yo creo que están funcionando bien".	Comunicación Rapa Nui
		Entrevistado 2:	• "No nos llega toda la información por la radio o la televisión porque acá en la isla le falta mucho para que se conviertan en algo masivo, aquí la gente aún no le toma el peso a los medios de comunicación"	
		Entrevistado 3:	• "Hace falta que nos avisen con anticipación sobre las cosas que pasan o que van a pasar en la isla. Por ejemplo, cuando van a cortar la luz no avisan antes de que se corte, nos avisan después cuando ya se cortó. Es necesario que nos actualicen sobre la información".	
		Entrevistado 4:	• "Creo que se transmite de buena manera, pero muchas veces hay cosas importantes que las sabemos por otros lados. Eso no debería pasar, porque uno debería enterarse de las cosas que dice a través de la radio o la tele y no a través del correo del moai que a veces lo único que trae son calhúnes que no son ni ciertos".	

Grupo 4: Rango etario entre 55 y 65 años

Categoría 3: Comunicación Rapa Nui

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"		
Entre 55 y 65 años	Pregunta 3	Entrevistado 1: <ul style="list-style-type: none"> • "Yo creo que sí. Si porque, por ejemplo, uno no ve muy bien las cosas de la Tapati pueh hija, entonces uno cuando lo ve en la tele y te muestran, se repite, pero uno ve todas las cosas. Lo mismo las carreras de caballos que uno pueden ver, así que es muy importante los medios" 	Comunicación Rapa Nui	
		Entrevistado 2: <ul style="list-style-type: none"> • "Yo veo la televisión por la noticias que a nosotros no nos incumbe porque paso en Chile y en el mundo y no hay nada relacionado con la isla y a esa hora en la radio no hay nadie que esté programando noticias, sino que ponen un cd que tiene 24 horas de música parece, entonces en el fondo, te informan pero no sobre algo que sea directamente de nuestro interés" 		
		Entrevistado 3: <ul style="list-style-type: none"> • "TVN es un buen canal, a mí me gusta TVN, los otros canales no" 		
		Entrevistado 4: <ul style="list-style-type: none"> • "Yo creo que la televisión es mucho mejor en que la radio porque es más atractivo verlo, uno ve y escucha al mismo tiempo. Pero la radio es mucho mejor, porque yo al menos escucho más radio. Como yo trabajo todo el día, la radio me deja hacer lo que estoy haciendo y escuchar lo que pasa si pasó algo importante. Pero no se pueden comparar, así que yo te diría que sí, todos los medios son importantes de alguna forma" 		

Grupo 4: Rango etario entre 55 y 65 años
Categoría 3: Comunicación Rapa Nui

Características de la entrevista		
Características de los entrevistados	Pregunta de la categoría	Categoría analizada
Rango de Edad		
Entre 55 y 65 años	Pregunta 4	<p>Respuesta de la entrevista "Citas importantes"</p> <p>Entrevistado 1: • "Bueno que va a contar uno de nosotros porque puro ven no más poh. Porque si están de las otras etnias, porque ellos tienen un problema por ejemplo los mapuches, todo eso".</p> <p>Entrevistado 2: • "Fijate que me daría lo mismo, porque ya a esta altura me da lo mismo ya. Ya como que uno se agota, porque los medios de comunicación no juegan un rol por la sociedad Rapa Nui y por eso uno se agota y dice: bueno ya tiro la esponja. Quizás años atrás podría haber opinado diferente, pero estos momentos no porque me da lo mismo".</p> <p>Entrevistado 3: • "Hace falta que consideren la opinión de los Rapa Nui cuando hablan de acá, porque los continentales no tienen idea de lo que pasa acá"</p> <p>Entrevistado 4: • "Sería lindo que hubiesen representantes de las etnias aclarando las situaciones que pasan en cada una de sus comunidades, pero como eso no va a pasar por ahora, sería bueno que por ultimo llamen y se informen bien desde los mismos Rapa Nui de lo que está pasando y no que adivinen la información, para después agrandarlo más por la televisión".</p>
		Comunicación Rapa Nui

Grupo 4: Rango etario entre 55 y 65 años
Categoría 3: Comunicación Rapa Nui

Características de los entrevistados		Características de la entrevista		Categoría analizada
Rango de Edad	Pregunta de la categoría	Respuesta de la entrevista "Citas importantes"		
Entre 55 y 65 años	Pregunta 5	Entrevistado 1: <ul style="list-style-type: none"> • "Porque también muestran cosas, pero a lo lejos porque ellos vienen, graban al Rapa Nui y todo eso. Pero así como las noticias de la isla no salen <i>pueñ</i>. Porque aquí falta una persona que les transmita para allá". 	Comunicación Rapa Nui	
		Entrevistado 2: <ul style="list-style-type: none"> • "No me gustaría que un Rapa Nui fuera el representante de la opinión de todos nosotros, porque somos muchos para que uno sólo diga que es lo que queremos". 		
		Entrevistado 3: <ul style="list-style-type: none"> • "Las teleseries hay que sacarlas. Son una pérdida de tiempo, son un gasto de tiempo, porque no tienen ningún significado para que las personas entiendan. A mí las teleseries me tienen enferma. A mí no me gustan las teleseries porque uno no entiende". 		
		Entrevistado 4: <ul style="list-style-type: none"> • "A los medios de comunicación les falta una persona que se encargue de escuchar a la gente. En la radio muchas veces cierran las puertas para que nosotros los Rapa Nui demos nuestra opinión. Aquí tampoco tenemos un diario, sólo está el diario "de los moais" no más, pero eso no sirve de mucho, porque no se sabe si es de verdad o de mentira. En la tele igual salen noticias de la isla, pero falta mucho todavía, el problema es que en la tele dicen una cosa y afuera se dice otra cosa sobre el mismo tema". 		

4.2 Resultados de la Investigación

En este capítulo, se expondrán los resultados obtenidos tras el desarrollo y el análisis de las 16 entrevistas realizadas, que permitirán comenzar a explorar todos aquellos resultados finales encontrados y que no habían sido planteados o estudiados al inicio de este estudio.

Al inicio de esta investigación, el planteamiento principal era el de conocer las percepciones y expresiones mediáticas de la comunidad adulta étnica de Rapa Nui en torno a la llegada de TVN desde 1996 con su señal en directo.

Los motivos principales por los cuales se escogió este tema de análisis, tienen que ver, por una parte, porque la autora de esta investigación forma parte de la etnia Rapa Nui, y en segundo lugar, porque desde un principio se planteó que la llegada de TVN había generado algún tipo de cambio en la cultura Rapa Nui, afectando todo lo que involucra el estilo de vida que llevan los Rapa Nui, que sin lugar a dudas ha ido evolucionando con el pasar de los años.

Si bien en un inicio, se plantea que desde la llegada de los primeros colonos a Rapa Nui dio pie para que se comenzará a sufrir una serie de cambios, en esta investigación se quiere lograr descubrir si efectivamente la llegada de la televisión en conjunto con el canal nacional TVN, fueron uno de estos elementos que generaron cambios en la cultura o no.

Una vez listas las matrices y al momento en que se comenzó a desarrollar el análisis de los resultados, se lograron obtener interesantes resultados que comenzaron a expresar cuáles son las verdaderas impresiones y expresiones mediáticas del segmento de población adulta de la etnia Rapa Nui, tras la llegada de TVN.

4.2.1 Cultura e identidad desde la mirada Rapa Nui

La interpretación realizada en este análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas, permitirá acercarnos hacia una definición del primer concepto planteado para esta investigación que hace referencia a la “identidad y cultura Rapa Nui”, que tras la evaluación de las entrevistas, se logró obtener una definición desde el punto de vista de cada rango etario evaluado, permitiendo agrupar y describir las diferentes visiones en torno al concepto planteado, para comenzar a comprender el objeto de estudio.

En el Anexo 2, se puede observar la primera matriz de análisis de la entrevista, desarrollada en torno a la categoría propuesta, “Identidad y cultura Rapa Nui”, donde se busca ser testigo de la definición de este concepto por parte de los entrevistados, separados por rangos etarios, con la intención principal de comenzar a obtener una interpretación de los resultados de esta investigación, de modo de contextualizar y lograr el objetivo de este estudio.

Herencia Ancestral: La Lengua materna y el temperamento

Es pertinente que antes de iniciar el análisis en profundidad de los datos obtenidos de la matriz desarrollada, se recuerde que este rango de edad entre y 25 y 35 años, corresponde al más joven dentro del grupo considerado como adultos de la etnia Rapa Nui. Estas personas han sido escogidas al azar y cada una de las entrevistas realizadas han sido de forma voluntaria.

Este rango etario fue escogido como el inicial de este estudio, ya que hace 17 años atrás, estas personas tenían entre 8 y 18 años de edad, por lo que iniciaron tanto su infancia como su adolescencia en torno a este nuevo medio de comunicación. Todos estos entrevistados, han crecido con TVN dentro de su programación diaria, por lo que han observado y crecido con estos cambios culturales provocados por la televisión.

Los entrevistados, pertenecen una generación que identifica claramente los aspectos de identidad y cultura de la etnia, en torno a la comunicación y los medios, señalando cuáles son las fortalezas y las debilidades de la etnia en términos culturales a la hora de comunicar y utilizar los medios de comunicación.

Lo anterior, permite tener una visualización en torno a la percepción de este grupo etario de Rapa Nui, con respecto a cómo la identidad y la cultura se interrelacionan en torno a la comunicación y los medios de comunicación, iniciando un primer acercamiento hacia una definición de Identidad y Cultura desde la perspectiva de los entrevistados.

En la primera pregunta de la entrevista, se solicitó a este grupo de entrevistados que entregara su opinión sobre la forma en que los Rapa Nui se comunican. Al ser una pregunta bastante amplia, se les indicaba a los entrevistados que se refirieran al ejercicio de emisor > mensaje> receptor entre un Rapa Nui y otro, para otorgarle una guía a la hora de responder.

En torno a lo anterior, tres entrevistados coincidieron que primeramente los Rapa Nui se comunican a través de su lengua materna, es decir, el idioma Rapa Nui. Aquí ya observamos la primera característica de identidad y cultura instalada en este segmento de la población Rapa Nui, cuya expresión de comunicación es el idioma materno. Esto muestra la necesidad del Rapa Nui de destacar su idioma indígena por sobre el idioma español, lo cual nos demuestra que el concepto de identidad y cultura permanece más fuerte que nunca a través de su idioma.

Tal como lo señala la entrevistada n°3: “Yo creo que tienen que ver con un cuento de identificación cultural, a los Rapa Nui nos gusta sentirnos Rapa Nui y mientras más podamos mostrar nuestra cultura mejor”.

Lo anterior, apoya que esta noción de comunicación relacionada directamente con el idioma nativo de los Rapa Nui, se desarrolla en un marco de identidad cultural y la manera en que viven la comunicación los integrantes de

esta etnia, siendo una de las características básicas el manejo del idioma Rapa Nui, para sentirse parte de esta cultura.

Posteriormente, se pregunta cómo se transmite la información en comunidad de forma masiva. En esta pregunta, se busca averiguar si la comunidad utiliza algún medio de comunicación para transmitir información, de manera de comprobar la necesidad de contar con un medio que les permita comunicarse con toda la población Rapa Nui para informar diferentes tipos de actividades masivas. Esto influye directamente con la identidad y la cultura, ya que en el caso de existir algún modo específico de transmisión de la información a nivel masivo, coincide con otro aspecto cultural característico de la etnia.

Sin embargo, al observar las respuestas entregadas por este grupo etario entre 25 y 35 años, se rescatan dos aspectos llamativos de la transmisión de la información en forma masiva. Lo primero, es que a nivel macro, la transmisión de la información se realiza, efectivamente, a través de un medio de comunicación que es la radio comunitaria de la isla llamada "Radio Manukena". A través de este medio de comunicación, los entrevistados indican que reciben información de forma masiva, por ende existe una cultura en torno a la radio, pues al ser considerada como un medio de comunicación que entrega información importante, es porque seguramente esta comunidad escucha la radio y la considera importante.

Por otro lado, tenemos el aspecto más micro, que hace referencia al carácter poco tolerante del Rapa Nui, que no permite establecer diálogos en eventos masivos. Este aspecto, se relaciona a una identificación cultural que en algunos aspectos podría ser muy poco beneficiosa ya que existen muchas decisiones que se toman en comunidad en Rapa Nui, tales como aspectos culturales, sociales y económicos.

Siguiendo con el análisis de las preguntas, la pregunta 2 hace referencia a la manera en que se comunica el Rapa Nui de manera masiva. Las respuestas a

esta pregunta, coinciden primeramente, en que los Rapa Nui entregan sus opiniones y se comunican de manera masiva a través de reuniones y asambleas, donde participa activamente casi toda la comunidad étnica.

En relación a la respuesta anteriormente planteada, se puede deducir inmediatamente que la importancia que le otorgan los Rapa Nui a estas reuniones es bastante alta, ya que hasta el día de hoy, las decisiones importantes aún son consultadas a la comunidad, quienes participan activamente de estas asambleas, tal cual se ha hecho desde los inicios de la historia.

Como segundo aspecto fundamental de la comunicación masiva, consideran que los medios locales como la radio y la televisión cumplen un rol fundamental, ya que transmiten la información a toda la comunidad, manteniéndola actualizada con todo lo que ocurre.

Para la tercera pregunta, las respuestas coinciden nuevamente en varios aspectos, ya que hace referencia a cómo transmite su opinión el Rapa Nui. En este caso, todos los entrevistados, no demoran mucho en decir que el Rapa Nui es muy directo y no anda con rodeos. Con esta coincidencia en ambas respuestas de los entrevistados, se puede reconocer otra característica cultural y de identidad Rapa Nui, vinculada a la comunicación directa a la hora de emitir su opinión.

Relacionando el carácter poco tolerante anteriormente destacado y el hecho de ser directos a la hora de emitir su opinión, se reconoce que ambas características de la etnia, dan explicación a la reacción poco tolerante antes destacada, ya que si a la hora de emitir algún tipo de opinión el Rapa Nui dice lo que piensa sin filtro alguno, por lógica esta opinión genera algún tipo de molestia en otros Rapa Nui y por ende se genera un poco tolerancia a la hora de exponer lo que piensa.

Para la pregunta 4, cuyo tema es qué aspectos comunicativos mejoraría en la comunidad Rapa Nui, la respuesta que se repite es la televisión local. Esto es destacable, ya que relacionado a las dos respuestas anteriores que hablan de la

poca tolerancia y el carácter directo de los Rapa Nui, ninguno de los dos temas fueron considerados a la hora de mejorar la comunicación. Lo anterior, se produce porque como se dice anteriormente, los Rapa Nui ya asumen esas características de personalidad de la comunidad como propias de la cultura, por lo que no forman parte de un listado de cosas que tengan que cambiar.

La respuesta unánime es que el medio de televisión local, debe generar cambios en su modo de comunicar y es aquí donde se comienza a percibir la cultura televisiva de la etnia, ya que queda muy claro que para saber que la televisión local de ellos no es muy buena, deben realizar una comparación con otros canales de televisión, que para este caso puede ser TVN, Chilevisión o La red.

Y es que la crítica apunta directamente hacia el tratamiento de la información y la muestra de contenido que identifique a la etnia Rapa Nui. Aquí efectivamente, se aprecia que este grupo etario tiene una opinión en torno a la televisión continental y lo manifiestan opinando sobre las mejoras que debería tener el canal local que los identifica, para posteriormente consumirlo en vez de los medios continentales.

Por último, la pregunta 5 hace referencia a los medios de comunicación locales y su cumplimiento a la hora de informar a la comunidad. En general, la opinión es unánime, se agradece por una parte contar con estos medios que les permite mantenerse informados sobre el acontecer diario, sin embargo se reconoce la carencia de profesionalismo, y por supuesto el periodismo “amateur” que se genera en Rapa Nui debido a la falta de profesionales en el área que puedan manejar los medios de la manera óptima.

Actualmente, los medios funcionan gracias a un equipo de trabajadores aficionados al periodismo, quienes ponen lo mejor de sí para poder informar a la comunidad sobre los diferentes acontecimientos que se generan en la isla. Pero esto no es suficiente para la comunidad entrevistada, ya que se considera que a pesar de ser medios importantes, tales como la radio o la televisión local, no son

tan efectivas como “el correo del moai”, nombre atribuido al sistema del comentario entre la comunidad.

La cultura establecida y los medios de comunicación

Las respuestas obtenidas de este rango etario de 35 a 45 años, son bastantes variadas, al igual que los enfoques que le otorgan al significado de la palabra comunicación. Sin embargo existen coincidencias rescatables del análisis que se expondrán a continuación.

En relación a la pregunta 1 sobre la comunicación entre los Rapa Nui, se reconoce que el idioma en el que se comunican actualmente es el español. Uno de los entrevistados, se refiere a este idioma como un aspecto de la aculturación existente en la isla, ya que el solo hecho de comunicarse en un idioma que no es propio de la cultura, es inmediatamente un aspecto negativo para la comunidad.

Además, se hace referencia a la comunicación grupal, recordando momentos donde la comunicación era lo más importante a nivel familiar, ya que hace aproximadamente 20 o 30 años atrás, las familias se reunían exclusivamente a conversar y a compartir, generándose una comunicación concreta y respetada entre los Rapa Nui.

Por otra parte, un entrevistado hace referencia a la no comunicación que se produce entre diferentes generaciones, explicando los constantes desacuerdos que se generan entre los más jóvenes y los más viejos de la comunidad, donde los últimos optan por no considerar la opinión de los jóvenes. Esto tiene que ver con una característica de la cultura y la identidad Rapa Nui, ya que se relaciona a la imagen de experiencia y respeto que inspiran los más adultos, y que por ende siempre tienen la razón. Este fenómeno se sigue dando en la comunidad Rapa Nui, a pesar de los grandes cambios culturales que se han generado, pues la existencia de un Consejo de Anciano para tomar decisiones importantes en la isla,

llevan a que la “última palabra” siempre sea considerada como la palabra del más adulto.

En la pregunta 2, se manifiesta que la manera en que los Rapa Nui transmiten sus opiniones es a través del llamado “correo de los moais” o el “boca a boca”. El desarrollo del comentario entre los integrantes Rapa Nui, es considerado como un medio de comunicación eficiente, debido a su reducida y concentrada población.

También, es considerado como una herramienta de comunicación masiva, la existencia de la radio comunitaria Manukena, que permite que la comunidad se mantenga informada, pero a la vez que manifieste su opinión en un horario de 12 a 14 horas los días viernes, donde el alcalde se dedica a escuchar las opiniones de los Rapa Nui que llaman a la radio para opinar sobre ciertos temas relevantes e importantes para la comunidad. Este espacio es altamente valorado por la comunidad ya que lo encuentran un medio eficiente para manifestar sus opiniones a esta autoridad.

Sobre lo anterior, la pregunta 3 hace referencia a la manera en que el Rapa Nui manifiesta sus inquietudes y opiniones, y los entrevistados nuevamente insisten en la radio que definitivamente es considerado como el medio local más importante para Rapa Nui.

En la pregunta 4, se hace referencia a cuáles son los aspectos comunicativos que mejorarían en la comunidad, y es aquí donde se manifiestan dos inquietudes puntuales: la primera es en torno a los medios locales que son la radio y la televisión. Sin embargo, prefieren referirse puntualmente a la televisión, ya que al ser un medio que no transmite 24/7, las personas no logran transformarlo en su medio local preferido. Esto a diferencia de la radio local que sí transmite 24/7 y que genera instancias de debate, información de noticias y otros datos a los cuales la comunidad puede acceder ya sea en sus trabajos u hogares.

El segundo punto al cual se refieren, es a la poca tolerancia existente entre los Rapa Nui, ya que perjudica enormemente a la comunidad a la hora de ponerse

de acuerdo en algo o de tomar decisiones importantes. Esto como se analizó con el rango etario de 25 a 35 años, también es uno de los elementos claves que se nombran dentro de los aspectos que se deberían mejorar en la isla, por ende es un factor cultural importante a la hora de comunicar.

Finalmente, en la pregunta 5 se vuelve a repetir la opinión en torno a las mejoras que se le debería realizar a la televisión local para que esta funcione de manera óptima, ya que a la comunidad le interesa mucho la televisión, no solo porque pueden escuchar sino porque también pueden ver las imágenes de lo que se está informando.

La importancia de los medios para la cultura

Las respuestas de estos entrevistados entre 45 y 55 años, son mucho más unánimes que las anteriores y son muy directas a la hora de responder las preguntas. Para la pregunta 1, que se refiere a la cómo se comunica el Rapa Nui, son muy enfáticos en responder que primero se comunican de forma oral y a través de su lengua materna. Esto es muy interesante, ya que efectivamente en los adultos de este rango etario en adelante, se comunican en la lengua materna y la conservan muy bien.

Siguiendo con el análisis la pregunta 2 sobre cómo se transmite la comunicación de forma masiva, la respuesta unánime es a través de los medios locales. Es importante destacar, la gran relevancia que tienen estos medios para las zonas aisladas y los sectores más rurales de nuestro país, ya que la necesidad de mantenerse informado sobre los acontecimientos que se desarrollan en estos sectores, es mucho más relevante que el acontecer nacional, tema que es tocado en los medios tradicionales.

En el caso de Rapa Nui, estos medios juegan un rol fundamental como transmisores de la información ya que muchas veces el comentario se transforma

en un mensaje que no era el inicial y por ende la gente prefiere la reconfirmación de ese comentario a través de los medios locales.

En la pregunta 3, vinculada a cómo el Rapa Nui entrega su opinión, nuevamente se repiten dos aspectos anteriormente nombrados: en primer lugar el Rapa Nui transmite su opinión a través del programa radial del alcalde que es muy importante para la comunidad porque les permite tener una instancia en que son escuchados por la autoridad de la isla. Y por otra tenemos el carácter poco tolerante existente entre los isleños que nos permite respetar la diversidad de opiniones a la hora de tomar decisiones, lo que definitivamente es una característica de la cultura.

En torno a la pregunta 4, sobre los aspectos comunicativos que mejorarían en la comunidad, este grupo de entrevistados nos responde lo mismo que el grupo etario anterior. Principalmente, las mejoras se realizarían en dos aspectos. El primero que es el aspecto de medios, donde se mejoraría la televisión para poder hacer un uso óptimo de ella. Y por otra parte, se mejoraría la manera de comunicarse entre los Rapa Nui para así poder tomar mejores decisiones en torno al bien común de la comunidad.

Para finalizar el análisis de las preguntas correspondiente a la categoría de “Cultura e identidad Rapa Nui” en este grupo etario de 45 a 55 años, se desarrolló el análisis en torno a la última pregunta que consulta sobre el rol de los medios locales y su cumplimiento como informadores de la sociedad, los entrevistados hacen críticas constructivas a la televisión, exponiendo la carencia de profesionales a cargo del programa. Sin embargo, rescatan el hecho de tener medios locales y que a pesar de contar con pocos recursos para su gestión, estos logran cumplir su rol como medios de comunicación.

Una cultura directa y espontánea

Finalmente, se analizaron las respuestas obtenidas por este último grupo etario correspondientes a la edad de 55 a 65 años. Cabe señalar, que este grupo de entrevistados fue más directo a la hora de responder sus preguntas, por lo que el análisis fue fácil de desarrollar.

Para el desarrollo de la pregunta 1, que se refiere a cómo se produce la comunicación entre los Rapa Nui, la respuesta fue uniforme. Se hace referencia a la comunicación que se desarrolla antes, en familia, donde se compartía y se comunicaba con todos los integrantes, facilitando una comunicación armoniosa y equilibrada entre los Rapa Nui. Luego, se compara con la comunicación actual, que no se genera como antes, las familias ya no se reúnen, no conversan, no hay instancias de diálogo entre los Rapa Nui y se ha generado una independencia total entre los familiares de un mismo clan.

En torno a la pregunta 2, que pregunta sobre el desarrollo de la comunicación masiva en la comunidad, este grupo al igual que los grupos anteriores apuntan al “correo del moai” y por otra parte a la radio local, como medios oficiales a la hora de comunicar y transmitir sus informaciones.

La pregunta 3, se refiere a cómo transmite su opinión el Rapa Nui y los entrevistados responden rápidamente que se genera de forma directa. Las opiniones o los “reclamos” como ellos se refieren, los hacen en el momento, sin esperar instancias de diálogo, reclaman sus derechos u opinan sobre temas relevantes para la comunidad.

Por otra parte, nuevamente se repite el aspecto poco tolerante del Rapa Nui a la hora de comunicarse en la pregunta 4. Se refieren a los aspectos a mejorar en la comunidad para que se generen diálogos a la hora de tomar decisiones. También agregan la falta de espacios para generar diálogos en la comunidad, tema que es un poco contradictorio, ya que al tener el antecedente relacionado a la personalidad del Rapa Nui, que es de carácter fuerte y poco

tolerante en momentos de dialogo comunitario, los espacios para conversar o tomar decisiones no se dan por este mismo factor.

En la pregunta 5 y la final de la categoría analizada, los entrevistados reconocen que hay muchos aspectos que mejorar en los medios locales, sobre todo en la televisión que tiene muchas falencias y carencias, tales como: pocas horas al aire, mayores espacios de debate, más información no sólo en torno a noticias sino que entorno a otros aspectos propios de la cultura como el deporte o la agricultura y el turismo.

4.2.2 TVN y su influencia en la cultura Rapa Nui

Posterior al primer análisis, en esta segunda categoría el estudio se centrará en saber qué es lo que opinan los entrevistados sobre TVN para comenzar a replantear una descripción de este canal desde el punto de vista de la comunidad de adultos de la etnia Rapa Nui que fueron entrevistados. Las respuestas nuevamente fueron agrupadas, obteniendo una descripción general desde el punto de vista de cada rango etario evaluado, permitiendo agrupar y describir las diferentes visiones en torno al concepto planteado, para comenzar a comprender el objeto de estudio.

En el Anexo 3, se puede observar la segunda matriz de análisis de la entrevista, desarrollada en torno a la categoría propuesta, “Televisión Nacional de Chile”.

“TVN es la pauta a seguir”

La pregunta 1 de esta categoría, desarrollada en el rango etario de 25 a 35 años, se realiza con la intención de conocer la opinión de los entrevistados en torno a la importancia que estos reconocen que le entregan a este medio como lo

es TVN. Principalmente, aquí se busca obtener la base de esta investigación, cuyo análisis de los resultados los veremos a continuación.

Este grupo etario en particular, reconoce que TVN es un canal importante para la comunidad Rapa Nui, por diversos aspectos. Primero se señala que TVN ha sido la pauta a seguir para el canal local de la isla, transformándose en un ejemplo a seguir a la hora de generar los reportajes y los formatos de los programas que estos muestran en sus transmisiones.

En segundo lugar, se hace referencia a que TVN durante muchos años formó parte de la única opción televisiva de la comunidad, y que a pesar de que desde hace 6 años que Rapa Nui cuenta con otros dos canales, aparte de su canal local, la gente cree que TVN es el canal más completo y por ende el más visto por la comunidad. Siguiendo esta línea, el tercer entrevistado dice que es algo “automático” que la gente ponga TVN en vez de otros canales, debido a la costumbre de ver este formato y de no adaptarse a otros formatos que ofrece La Red o Chilevisión.

Además, se justifica esta opinión, porque lo que busca el Rapa Nui a la hora de ver televisión es información, educación y cultura, no como los dos canales anteriormente nombrados quienes incluyen dentro de sus parrillas programáticas la farándula, que es un fenómeno muy poco desarrollado en Rapa Nui, pues lo encuentran lejano y poco atractivo.

La pregunta 2, se refiere puntualmente a la aprobación o desaprobación de los programas, horarios y rostros que conducen el canal. En este aspecto, los entrevistados señalan que el canal no se enfoca en los intereses particulares de los Rapa Nui, sino que se enfoca en los intereses del país, por lo que no se sienten muy identificados con estos aspectos.

En la pregunta 3, los que se busca principalmente es saber si el consumo de este medio se debe a alguna identificación con el canal, por lo que la pregunta

está planteada en torno a la identidad cultural con TVN. A pesar de existir espacios en los que se han dedicado programas o reportajes a la isla, este grupo reconoce no sentirse identificado en lo absoluto con el canal, debido a las distancias geográficas, realidades distintas, etc.

Para la pregunta 4, se generó una sub pregunta de la pregunta número 3, ya que se suponía un poco cual sería la respuesta de la pregunta 3. Con la pregunta 4, se intenta recordar al entrevistado que se han dedicado instancias a la cultura Rapa Nui, a diferencia de otros canales, por lo que se quiere saber si con los documentales, reportajes y programas se sienten más identificados con este canal.

En respuesta a la pregunta 4, la respuesta unánime expuesta es que definitivamente a pesar de dedicarle espacios a Rapa Nui en este canal, la comunidad no se siente representada debido a que la gran mayoría de la información que aparecen en estos documentales, reportajes o programas son generados por intereses comunes y en muchos aspectos no dicen la verdad y son editados a conveniencia del canal, por ser un canal estatal.

Para finalizar este rango, la pregunta 5 plantea que le agregarían o le quitarían a TVN para que represente más a la comunidad y en general la respuesta es dar más espacios a los temas netamente de la isla para que el resto del país se entere de lo que acontece en Rapa Nui.

Este canal “es lo que hay”

El segundo grupo que representa al rango de edad entre 35 y 45 años, respondió ante la pregunta relacionada con TVN como medio fundamental, fue muy clara en este grupo etario, y para eso utilizaré un fragmento de una entrevista que lo incluye todo: “TVN tiene cierta importancia en la televisión local básicamente porque no hay casi nada más en la televisión de la isla. Si hubiera

televisión satelital, probablemente muy poca gente vería TVN aparte del noticiero central, que la gente ve porque está acostumbrado. Además, es lo único que hay, porque a La Red y Chilevisión se les cae la señal todo el tiempo”. Este fragmento expresa claramente lo que nos dice este grupo sobre esta pregunta, TVN es la única opción y por eso lo siguen viendo, pero no porque sea fundamental o importante dentro de la programación actual.

Sobre la pregunta 2 y los elementos de interés de los Rapa Nui, la respuesta nuevamente es unánime en torno a un NO. Los entrevistados no se sienten representados por estos elementos ya que lo que ellos quisieran ver, señalando que son programas más culturales, no lo reciben a través de este canal.

Posteriormente, en la pregunta 3, se consulta sobre la representatividad de la cultura Rapa Nui en TVN y nuevamente los entrevistados responden que no, debido a que al ser un canal nacional se debe dedicar a todo el país y no solamente a una zona del país.

La realización de la pregunta 4, sobre los documentales y reportajes que se muestran de Rapa Nui y la identidad a la hora de verlos, los entrevistados dicen no sentirse identificados en lo absoluto. Además, se refieren a la poca información investigada previamente a la hora de realizarlos, ya que constantemente se muestra información conocida, en vez de apuntar a otros rasgos culturales que se podrían destacar.

Sobre agregarle o quitarle elementos a TVN para que represente a los Rapa Nui, a diferencia del grupo etario anterior, este grupo de entrevistados exige una mayor profundización en los temas que se van a mostrar en televisión, así como también la búsqueda de fuentes concretas que permitan entregar información verdadera sobre esta cultura.

Rescatando los programas “domingueros”

En la pregunta 1, donde se pregunta si TVN es el canal fundamental para los Rapa Nui, este grupo de entrevistados entre 45 y 55 años, hace referencia que no es fundamental. Sin embargo, reconocen que es el mejor canal dentro de los canales que tienen, rescatando el noticiero y los programas culturales. Esto, en contraste con los otros canales donde muestran farándula que no es del gusto de los Rapa Nui.

Posteriormente, para la pregunta 2, donde se pregunta si los elementos de TVN son del interés del Rapa Nui, aquí se señalan tres cosas: primero que los programas culturales son rescatables porque eso permite educarse a través del televisor, lo segundo es que las noticias han logrado informar de aspectos relevantes para ellos y lo tercero es que el horario actualmente funciona como corresponde, ya que antes las transmisiones eran en directo y el desfase de dos horas hacía que los más pequeños vieran programas de adultos a las 9 de la noche. Es decir, se encuentran conformes con este punto.

Sobre la representatividad e identidad sobre la información que muestra TVN, indicada en la pregunta 3, se coincide en que al ser un canal nacional, los temas expuestos en este canal son de interés particular y no de interés de zonas específicas. Además agregan que para sus intereses particulares existe el canal local.

La pregunta 4, que pregunta sobre la identidad en torno a los documentales y reportajes que muestran en TVN, los entrevistados dicen que si se sienten identificados con los programas culturales, pero que les gustaría que fueran un poco más cuidadosos con la información que se entrega en ellos ya que muchas veces han cometido errores importantes a la hora de mostrar los productos finales.

Para finalizar, la pregunta 5 que habla sobre agregarle o quitarle algo al canal TVN para sentirse más representados son programas culturales en torno a

las etnias, donde se dé un espacio a este importante grupo social de nuestro país, y que permita desde el mismo programa educar a la gente sobre las diferentes culturas.

Rapa Nui en la TV

En este rango etario de 55 a 65 años, las respuestas vuelven a ser muy detalladas y directas. Para el caso de las respuestas a la pregunta 1, son muy directos en decir que no se sienten que el canal cumpla un rol fundamental en la programación debido a que no muestran programas de su interés.

Para la pregunta 2, en torno a los elementos de TVN, los entrevistados responden estar de acuerdo con el horario de las noticias, ya que es un horario prudente y que está acorde con el diario vivir de los Rapa Nui. Principalmente, le atribuyen importancia a las noticias en relación a TVN.

En relación al tratamiento y la representación de la información, planteados en la pregunta 3, se señala que no se sienten representados en lo absoluto, ya que el canal al ser estatal transmite información de todas partes de Chile y no sólo de Rapa Nui.

La pregunta 4, sobre la identificación de los documentales y reportajes de Rapa Nui, de manera unánime se dice que si se sienten identificados con estos programas, pero no sólo con los programas de la isla sino que en general con los programas culturales, ya que son el panorama de fin de semana para ellos.

Finalmente, la pregunta 5 que se refiere a agregarle o quitarle aspectos a TVN para que representen más a la comunidad Rapa Nui, los entrevistados piden un representante de la comunidad que pueda ser el vocero sobre las situaciones importantes que acontecen en la isla y que pueda transmitir la información oficial al medio para que este lo transmita a nivel nacional.

4.2.3 Rapa Nui y su necesidad de comunicar y ser comunicados

Finalmente, se analizarán los datos obtenidos de la última categoría de las entrevistas, donde todas las preguntas se relacionan a los medios de comunicación y su rol como comunicadores de la sociedad.

Esta última categoría es muy importante, ya que se refleja la conciencia de la relevancia de generar comunicación por una parte, y por otra la valoración se mantiene comunicados con el exterior debido al permanente aislamiento de los continentes.

“La comunicación es efectiva pero el contenido ha afectado a nuestra cultura”

Para poder iniciar las preguntas en esta última categoría, la pregunta 1 para el rango de edad entre 25 y 35 años, realiza una consulta básica en torno a la televisión, ¿es o no es un buen medio informativo, comunicativo y de entretenimiento?. Para esta pregunta, los entrevistados han realizado dos reflexiones a nivel general. La primera es que la transmisión de la comunicación es efectiva a través de este medio porque se considera que al comunicar a través de imágenes y de audio, el proceso de la información es más fácil porque se expone todo de esa manera, sobre todo en el aspecto de las noticias. Y por otra parte, en el aspecto de entretenimiento, responden que no apunta mucho a sus intereses.

La pregunta 2, tiene por objetivo averiguar si el Rapa Nui considera que se transmite de buena manera la información a través de la televisión, como derivado de la pregunta 1. Para esta pregunta, la respuesta general es que en el aspecto cultural Rapa Nui no se entrega información verdadera, es decir la transmisión es efectiva pero la información es cuestionable. Y a nivel macro no se cuestiona lo que se muestra a nivel nacional, ya que al ser un canal estatal no deberían existir márgenes de error.

Las respuestas a la pregunta 3, hace referencia a una pregunta anteriormente planteada, donde se consulta si le agregaría algún detalle a todos los canales que transmiten a Rapa Nui para que lo identifique y lo represente y la respuesta es que falta mejorar el aspecto de entretención, ya que no se configura de acuerdo a los intereses de entretención que tienen como cultura.

En la pregunta 4, se consulta si creen que la televisión ha generado un impacto a nivel comunicacional en Rapa Nui. Aquí la respuesta general es que sí, ya que los modismos y el lenguaje han afectado culturalmente a la etnia. Además, agregan que esta situación es irreversible y lamentablemente pone en peligro la cultura.

Finalmente, se hace una pregunta a nivel más macro en relación a la evolución de los Rapa Nui para comunicarse y nuevamente la respuesta es un sí, ya que el punto de existencia de este territorio ha llevado que la misma visita de extranjeros y la inevitable llegada de la globalización, han llevado que la isla evolucione a nivel tecnológico, pero a la vez evolucionan lento, ya que temas como el internet lento aún no se han resuelto para este territorio insular.

“Necesitamos más comunicación a nivel local”

Al igual que en el análisis anterior, pero esta vez en el grupo de 35 a 45 años, la pregunta 1 apunta a averiguar si es para los Rapa Nui, la televisión un buen canal informativo, comunicativo y de entretención. La respuesta es automáticamente un no, ya que a nivel local a la televisión le falta mucho por aprender todavía y a nivel nacional, los canales no se alinean con los intereses de los Rapa Nui.

En la pregunta 2, se plantea si se transmite de buena manera la información que el Rapa Nui necesita saber a través de la televisión, y nuevamente la respuesta es no, ya que los Rapa Nui al vivir en un territorio tan

pequeño se informan automáticamente de través de dos medios que son la radio local y por otro lado “el correo del moai”, que les permite mantenerse al día de manera inmediata, por ende la televisión no realiza una buena gestión a la hora de comunicar temas relevantes para la isla.

En la pregunta 3, sobre agregarle algo en especial a alguno de los canales que transmiten para la isla, algo que los represente, los entrevistados señalan que lo que harían es enfocar la atención en el canal local, entregarles más recursos para que le saquen más provecho y generar material y contenido de interés local y comunitario.

Para la pregunta 4, sobre el impacto de la televisión en el aspecto comunicacional Rapa Nui, se responde que en lo que más ha afectado ha sido en la forma de vivir, ya que antes las familias compartían en los hogares y actualmente todos se reúnen pero en torno a la televisión, perdiéndose la comunicación.

Finalmente, en la pregunta 5, se reconoce que la globalización ha ido evolucionando a la isla, y que al ser algo que sucederá irremediablemente se debe utilizar de la mejor manera posible para que se le saque provecho a esta herramienta y no que se mal utilice generando más impacto en la cultura Rapa Nui.

Rompiendo lazos familiares

Para este rango etario, 45 a 55 años, la pregunta 1 se responde en torno a que efectivamente es un medio informativo y comunicativo efectivo, y que a pesar de no coincidir en el aspecto de entretención, existe una claridad sobre generar una entretención para todo el país y no sólo para la isla, reconociendo que la entretención para los isleños son los programas de cultura y las películas.

En el caso de la pregunta 2, se reconoce que la información que se entrega cumple con su rol, sin embargo se critica el uso de un lenguaje complejo y en algunos aspectos las informaciones que no se informan, tales como lo ocurrido en un Canotaje Sudamericano en Argentina donde Rapa Nui sacó un primer lugar, y cuyos medios no transmitieron en ningún aspecto.

Sobre agregarle algún tema en específico para que represente a la comunidad Rapa Nui, planteada en la pregunta 3, este grupo etario dice que no, ya que el Rapa Nui debe adaptarse a lo que se transmite, ya que es información para todo el país y no deben dedicarse a transmitir información de una sola zona.

El impacto comunicacional en la etnia, a la cual se refiere la pregunta 4, se reconoce un impacto en torno al rompimiento de lazos en las familias, ya que con la llegada de la televisión las familias ya no comparten como antes, ya que los integrantes de las familias giran en torno a la televisión.

A modo de término de análisis de este grupo etario, la pregunta 5 que se refiere a la evolución de Rapa Nui en torno a la globalización, las opiniones se dividen entre los aspectos positivos y negativos de la globalización para la cultura Rapa Nui. Por una parte se hace referencia a lo positivo, señalando que esta herramienta permite una mayor conexión con el mundo y que lleva a conocer a la isla de forma rápida, lo cual ha sido uno de los factores de evolución del turismo y la cantidad de turistas que visitan actualmente la isla. El aspecto negativo, que se teme que las próximas generaciones sean autodependientes de los elementos de la globalización, dejando de lado la cultura y perdiendo las costumbres ancestrales.

“TVN es el mejor canal que tenemos”

Finalmente el análisis a la pregunta 1 de esta categoría, cuyo objetivo es consultar si es la televisión un medio informativo, comunicativo y de entretenimiento, la respuesta general de los entrevistados es un sí, ya que se considera que dentro

de los medios más completos TVN es un buen canal y cumple con las funciones antes nombradas.

En la pregunta 2, sobre si se transmite de buena forma la información que necesita saber el Rapa Nui, se rescata la labor de los medios locales tanto de la radio como de la televisión, ya que mantiene al día a la comunidad a través de sus transmisiones y permite que el Rapa Nui se sienta totalmente identificado con la información que le están entregando.

La pregunta 3, sobre agregarle algo específico a cualquiera de los canales que se transmiten en la isla, se habla específicamente sobre integrar más al Rapa Nui cuando transmitan algún documental, reportaje o programa de la isla, para que la información que se entregue sea 100% verídica y no inventada o sacada de medios no oficiales.

Referente al impacto comunicacional que posiblemente han generado estos medios a la isla, que aparece en la pregunta 4, la respuesta unánime es que sí, y que efectivamente ha generado un impacto, sobre todo en el uso del lenguaje, ya que el Rapa Nui habla muy poco la lengua materna y se le pegan los modismos que aparecen en la televisión. Por otra parte, se refieren a las teleseries y los contenidos basura que afectan de una u otra forma a las generaciones, ya que se acostumbran a recibir ese tipo de información y no otro que sea más rico a nivel cultural o educacional.

Finalmente, para la pregunta 5 también existen opiniones divididas en torno a la evolución de Rapa Nui en conjunto con la globalización, y es que en el aspecto positivo se rescata el internet que ha servido como medio de promoción a nivel turístico que ha llevado a más visitantes a la isla en los últimos años, y a nivel negativo que la isla aún le falta por evolucionar y que lo está haciendo a paso muy lento, lo cual se considera poco ajustado a una globalización igualitaria para todo el mundo.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Luego de realizar y desarrollar un exhaustivo análisis de interpretación de los resultados de las matrices obtenidas, a continuación se procederá a generar una respuesta a la pregunta inicialmente planteada al inicio de esta investigación:

¿Cómo ha sido percibida por la población adulta Rapa Nui la presencia de TVN en su cultura y la potencial influencia del canal estatal en los cambios experimentados por la etnia?

A modo de introducción para proceder a responder la pregunta planteada en esta investigación, es importante señalar que debido a las conclusiones obtenidas por el estudio, el desarrollo de las respuestas se ha dividido en dos partes que permitirán descubrir tanto las percepciones de la población adulta Rapa Nui sobre la llegada de TVN, así como también entender si efectivamente la llegada del canal estatal influyó en los cambios culturales experimentados por la etnia.

Percepciones

En primer lugar, se estudiaron las **percepciones** de los entrevistados adultos Rapa Nui, sobre la llegada de TVN al territorio insular, de los cuales se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- La cultura Rapa Nui ha percibido la importancia de los medios de comunicación en su territorio, ya que les ha permitido mantenerse informados sobre todos los aspectos a nivel nacional e internacional, manteniéndose al día de todo lo que ocurre en el continente, sin necesidad de moverse del territorio.

- Lo anterior, también ha llevado a que los Rapa Nui se organicen a nivel municipal para crear medios de comunicación local, tales como la radio y la televisión, que les ha permitido sentirse mucho más identificados con la información que se entrega, tomándole la importancia de los medios en la vida y desarrollo de las personas.
- Existe una conciencia en torno a la televisión y tienen claros los aspectos positivos y negativos que estos han influido en la cultura. Por lo que, a pesar de tener presente que en un inicio, la llegada de TVN si provocó cambios culturales, en torno a la familia y las actividades cotidianas, hoy se han transformado en un público activo, que escoge los contenidos que desea ver, los critica y reflexiona ante ellos.
- Los Rapa Nui reconocen que comunicar a través de imágenes y sonidos, tal como lo hace la televisión, la entrega del mensaje es mucho más efectiva y llega mucho más rápido que a través de otro medio. Por esta razón, rescatan que el noticiero de TVN cumple muy bien este rol de comunicador efectivo.
- Consideran necesaria la existencia de los medios de comunicación en Rapa Nui y le otorgan un grado de importancia a TVN por la conexión que genera entre la isla y el continente, por ende agradecen su existencia, ya que los mantiene conectados. Sin embargo, consideran que el medio local se debe adaptar a los aspectos culturales, para así conservar la identidad cultural en torno a la información que este entrega y por otra parte, conservar a TVN como su nexo al resto del mundo.
- TVN se convirtió en el referente a seguir a la hora de desarrollar el canal de televisión local, ya que al ser uno de los medios más estables dentro de la señal nacional que llega a Rapa Nui y el más antiguo en llegar al territorio, los Rapa Nui lo consideran un ejemplo a seguir a la hora de generar su propio canal local, que les permita comunicar y mantenerse informados, tal como lo hace TVN.

- Si bien no se sienten totalmente identificados con los contenidos que entrega el canal, si reconocen que TVN es un canal estatal y nacional que debe entregar información de todo el país, por lo que entienden que no necesariamente, Rapa Nui aparecerá como tema de la agenda del canal.
- Se valora la no existencia de contenidos de la prensa rosa o farándula dentro de los programas de TVN, ya que este tema ha provocado el desinterés de los Rapa Nui por ver los otros dos canales de televisión existentes, tales como La Red o Chilevisión. Esto, porque este tipo de contenido no es atractivo en ningún aspecto para la etnia en general.
- TVN ha instalado una cultura de información dentro de la etnia Rapa Nui, ya que en la actualidad consideran importante mantenerse al día con respecto a lo que ocurre en el país y en el resto del mundo. Esto se traduce a la ineludible necesidad de instalarse frente a la televisión a las 9 de la noche para ver las noticias del día.
- El canal estatal ha logrado satisfacer varias de las necesidades comunicacionales y de entretenimiento de la población adulta. Sus programas culturales, las películas y su noticiero, se han consolidado como los programas oficiales de la mayoría de los Rapa Nui a la hora de ver la televisión.
- TVN ha sido el único canal que ha mantenido una conexión con la etnia en general, gracias a sus producciones como la teleserie “Iorana”, que generó un lazo íntimo entre el canal y esta cultura. Si bien, hay muchos que se encuentran disconformes con los resultados de la teleserie, el solo hecho de ver todos los días en la pantalla a “su tierra natal”, los llenaba de orgullo y los hizo sentir que esa sería una oportunidad para mostrar las tierras de Rapa Nui a Chile y el resto del mundo, atrayendo a turistas y fomentando el turismo.

- Debido al tiempo que lleva en Rapa Nui realizando sus transmisiones, TVN se ha convertido en la opción más confiable a diferencia de los otros canales. Esto se debe a dos motivos en particular: el primero es que es el único canal que no tiene interrupciones en sus transmisiones. Y en segundo lugar, el formato de sus programas han sido la clave para que los Rapa Nui sigan viendo este canal a diferencia de los otros. Esto se involucra mucho con los conductores de los programas, los horarios y los contenidos, que se diferencian totalmente entre TVN y otros canales.
- A pesar de considerar que TVN se ajusta a las pautas exigibles por la comunidad adulta de Rapa Nui, los entrevistados coincidieron con que la edición de contenidos directamente relacionados a Rapa Nui es muy poco representativa, y opinan que la manipulación del contenido que se muestra de Rapa Nui nunca coincide con la realidad. Por esta razón, solicitan más seriedad veracidad a la hora de mostrar información de la isla.
- En relación a la información que les entrega TVN, los Rapa Nui dicen estar en desacuerdo, en la mayoría de los casos, sobre el contenido que entregan relacionados a noticias o programas basados en la isla. Sin embargo, reconocen que no cuestionan la información que entregan del resto del país, justificándolo por el hecho de ser un canal estatal.
- Al ser un canal estatal que representa a “todos los chilenos”, los Rapa Nui sugieren que se entregue un espacio para las comunidades étnicas y de esta manera integrar a todo el país. Esto permitiría entregar mayor democracia en este medio de comunicación y le otorgaría un reconocimiento a llamarse “el canal de todos los chilenos”.

Influencia en los cambios experimentados por la etnia

Por otra parte tenemos la influencia en los cambios experimentados por la etnia con la llegada de TVN, que apuntan a responder la segunda parte de la pregunta planteada en esta investigación. Los cambios experimentados por la etnia son los siguientes:

- La pérdida del idioma Rapa Nui por el idioma español es uno de los eventos que más ha marcado estos cambios. Si bien es cierto que este cambio en el idioma se ha generado a lo largo de la historia, la televisión y TVN, en sus inicios, generaron cambios a la hora de hablar, ya que al ser un canal que transmite todo en español, los Rapa Nui se vieron en la obligación de comenzar a aprender la pronunciación y lectura del español, para comprender la información que se les está otorgando. Sin embargo, los Rapa Nui se encuentran remediando esta situación a través de diferentes metodologías, entre ellas la transmisión de noticias en su canal local en el idioma Rapa Nui.
- Los modismos en torno a la vestimenta, tecnologías, educación y comunicación que se transmitían a través de TVN, tales como: modas en teleseries del momento, tecnologías publicitadas y estilos de vida diferentes, llevó a los Rapa Nui a comenzar a imitar cada uno de estos modismos. Sin embargo, el canal fue uno de estos elementos influenciadores, ya que aspectos como la llegada de los turistas extranjeros u otros objetos tecnológicos como el computador o el internet, también fomentaban estos modismos, más aun cuando se trata de un lugar tan aislado y lejano a esas modas impuestas por el mercado.
- Las teleseries que fueron transmitidas en directo durante el periodo en el que no existían otros canales de televisión, la cultura Rapa Nui se vio afectada por la gran atracción que sintieron las mujeres de Rapa Nui en torno a estas teleseries. Las experiencias en torno al amor, la pasión, la envidia, los celos, la alegría y la frustración, fueron notablemente uno de los efectos más

importantes dentro de la cultura. Las mujeres comenzaron a dejar de lado los quehaceres de la casa e incluso dejaron de acompañar a sus maridos en la agricultura por quedarse viendo las teleseries de la tarde.

- En cuanto al desarrollo de la entretención, los Rapa Nui se instalan frente a la televisión y programan TVN, sólo porque gran parte de sus contenidos son atractivos e interesantes para ellos. Sin embargo, esta situación los ha llevado a dejar de realizar actividades, por escoger como medio de entretención la televisión. Cabe señalar que esta situación se genera en momentos muy específicos, ya que los entrevistados dicen no haber dejado de lado sus rutinas diarias por ver la televisión.
- Un aspecto muy importante y valorable, es que hasta el año 2004, los Rapa Nui no tenían otra opción más que el canal TVN, por lo que a la hora de entretenerse de otra manera, este canal era lo único que existía, les gustara o no lo que se mostraba en ese momento. En la actualidad, cuentan con un poco más de variedad con la existencia de los otros canales, pero a pesar de ello, los otros canales aún no establecen una transmisión como corresponde, lo que ha llevado a que los Rapa Nui sigan viendo TVN no porque sea el canal favorito dentro de las programaciones que llegan a la isla, sino porque es el único canal que transmite sin ningún problema. Según lo anterior, se puede deducir que esta opción televisiva “es la que hay” y por ende, no les queda otra que ver este canal sí o sí.
- En un principio los Rapa Nui eran una comunidad pasiva que recibía la información de TVN sin ningún reclamo, debido al hecho de ser un medio totalmente novedoso y atractivo. Pero una vez desarrollado el sentido de crítica y de selección de los contenidos que querían ver y cuáles no, los Rapa Nui se volvieron una cultura totalmente activa, que los ha llevado a que hoy en día vean los programas de interés que entrega TVN, en vez de ver el canal todo el día como lo hacían durante los primeros 8 años en que TVN era el único canal en Rapa Nui.

- Hoy en día, TVN no es una potencial influencia en los cambios experimentados por la etnia, ya que los entrevistados reconocen que los cambios que se han generado en la isla no se deben solo a la llegada de TVN a la isla. TVN fue solo un ingrediente más para generar estos cambios que se han desarrollado gracias a muchos aspectos que se han ido introduciendo en la cultura desde el inicio de su colonización. Además, reconocieron que los aspectos de la globalización en general han llevado a que la isla experimente cambios en su cultura, pero que finalmente la esencia cultural y ancestral permanece a pesar de todos los cambios que se han realizado a lo largo del tiempo

A modo de cierre de las conclusiones obtenidas por los resultados de esta investigación, se puede decir que finalmente la llegada de TVN influyó en varios cambios experimentados por la etnia Rapa Nui durante los primeros años en los que el canal era la única opción de entretenimiento e información audiovisual que existía en el territorio insular.

La novedosa llegada y su existencia dentro de la realidad de los Rapa Nui, llevo a la comunidad a involucrarse por los encantos de la televisión y comenzar a cambiar sus rutinas diarias para no perderse las noticias, las teleseries, programas y otros tipos de entretenimientos.

Pero, esto no duró por mucho tiempo ya que tras la llegada de otros canales nacionales, y luego de recibir más medios de comunicación, tales como el computador, el celular e internet, la etnia Rapa Nui comenzó a darse cuenta que TVN no era el único medio de entretenimiento e información que tenían, sino que ahora contaban con un gran abanico de opciones.

Pero a pesar de tener todas estas opciones, los Rapa Nui siguen escogiendo a TVN como medio de información y entretenimiento por el simple hecho que es el único canal que no tiene interrupciones en sus transmisiones, por lo que

los Rapa Nui se aseguran de obtener la información que necesitan a través de este medio que es el único que hasta el momento les otorga esa seguridad.

Finalmente y gracias a la exhaustiva investigación desarrollada en este estudio, se puede proyectar que la televisión efectivamente produce cambios en una comunidad cuando llega por primera vez, ya que al ser un medio novedoso y desconocido genera un atractivo audiovisual hacia él que envuelve al telespectador.

En el caso de Rapa Nui, esta situación se desarrolló con más fuerza, ya que al ser TVN el único canal que existía con transmisiones en directo, la comunidad Rapa Nui se veía en la obligación de ver este canal, les gustase o no el contenido que este entregaba.

Sin embargo, una vez que las personas comienzan a abrirse campo hacia otros canales o medios de comunicación, se dan cuenta que pueden escoger entre todas las opciones de medios existentes para satisfacer sus necesidades de comunicación, información y entretenimiento, optando por el recurso que provoque mayor interés en cada uno de los Rapa Nui.

Para finalizar esta investigación, la siguiente entrevista realizada el 6 de febrero de 1975 por Enrique Lafourcade para la revista "Qué Pasa" a un Rapa Nui, permitirá reflexionar la postura que tenía este adulto de la etnia, ante la llegada de los primeros televisores a "Te pito o te henua" o "el ombligo del mundo", que tras la exposición de esta investigación ha dejado muy clara cuál es su postura ante la llegada de este medio de comunicación por parte del segmento de la población nativa Rapa Nui.

Extracto de entrevista: “A un Pakarati viejo”

Revista Qué Pasa nº198, 6 de febrero 1975.

Enrique Lafourcade

a. Entonces ¿usted no está conforme?

b. *No*

a. ¿Qué tiene contra la televisión?

b. *No es para nuestra isla..., nada más...*

a. Van a poder matar mejor el tiempo... Ya no se aburrirán tanto... Programas permanentes, telenovelas... Los “shows” con premios, con un animador que grita y ríe... Mire, he observado a la gente aquí y no saben qué hacer. En las tardes salen a caminar por el campo y van a ver el crepúsculo a las playas...

b. *¿Hay algo malo en mirar la caída del sol?*

a. Eso es para los viejos. La juventud necesita acción.

b. *Inmóviles frente al televisor.*

a. Necesita soñar con otros mundos, con la fiesta...

b. *Teníamos nuestras fiestas...*

a. Incorporarse al mundo, ¡en una palabra! ¿Qué sabe usted por ejemplo de “Simplemente María”? ¡Nada! ¿Y de “María Teresa”? ¿Y de “Esmeralda”? ¿Tiene alguna idea sobre quiénes eran “Los hermanos Coraje”? ¿Ha oído usted hablar de “Pinina”?

b. *Me temo que no.*

a. ¿Y usted cree estar en el mundo? ¿Usted?

b. *No. No creo, ni quiero estar en el mundo. Apenas, en nuestra isla.*

a. En todo hay un lado bueno... los isleños se tranquilizarán... eran como nerviosos... Todo lo transforman en danza y gritos.... Ahora, comienza la educación...

b. *Nuestros dioses se van a enojar...*

a. ¡Se acabaron esos dioses! ¡Ustedes son chilenos y católicos, en consecuencia!

b. *Nuestros dioses comenzarán a moverse...*

a. ¿A moverse?

b. *¡Ya se están moviendo! Y un día, se habrán ido... Llegaron del mar y volverán al mar..., y nos quedaremos solos... adorando un televisor.*

a. ¡Lo entiendo! Usted es un anciano y aún se aferra a esas raíces... Pero, al cabo de años, de miles de años, la isla, su Rapa Nui, es “redescubierta” y viene la cultura aquí, el teléfono, los aeropuertos, los jets, los “moteles” y los turistas, la electricidad, el automóvil y las calles con luces rojas y verdes... Haremos un paraíso de la isla... Habrá venta de objetos, cosas típicas, usted sabe... que se pueden traer de Hong-Kong, o japonesas, juguetes, plásticos, *souvenirs*, y prosperará la Isla... Tal vez alcance a ver eso usted..., grandes edificios de concreto bloqueando las playas, mucho comercio, bares, motocicletas, discoteques... y un “Festival de la Canción”... Aprenderán a cantar.

b. *Nacimos cantando.*

a. ¡Bueno! Digo, canciones modernas, ¡en inglés! Y con guitarra eléctrica.

b. *No quiero vivir para ver eso... Cuando los dioses se vayan, me iré yo también, soy el último Pakarati ¿De qué sirve un rey si no tiene dioses?.*

a. No creo que vayamos a echarlo de menos. Rebautizaremos todo. ¡Progreso!
¡Progreso! ¿No le dice nada la palabra? ¿No explica todo esta palabra?

b. *No dice nada. Explica todo.*

Bibliografía

Libros

BELTRÁN, Miguel (1989) "Cinco vías de acceso a la realidad social", en M. García Fernando, J. Ibáñez y F. Alvira (comps) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza, pp.17-4.

BERGER Peter; Luckmann Thomas, "La construcción social de la realidad". Amorrortu editores, 1968, pág. 216.

CANCLINI Néstor, "Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización", Grijalbo, 1995.

CAMPBELL, Ramón "Mito y Realidad de Rapa Nui: la cultura de Isla de Pascua". Editorial Andrés Bello, 1999.

CARABAÑA, Julio; Lamo Emilio "La teoría social del Interaccionismo Simbólico: análisis y valoración crítica" (1980).

CONTE Oliveros, Jesús; "Gramática Fundamental de la Lengua Rapa Nui"; Comisión para la Estructuración de la Lengua Rapa Nui; 1996.

CRISTINO Claudio; Vargas Patricia; Recasens Andrés; González Lilian; Edwards Edmundo: "Los alcances de la aculturación en Isla de Pascua". Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile 1984.

ENGLERT Sebastián, "La tierra de Hotu Matu'a". Rapa Nui press 1948.

GIL Ramón, "Etnias y medios de comunicación: una apreciación metodológica", 1984. Volumen 5, n° 19, pág 5-28. Colegio de Michoacán.

HERNÁNDEZ, R; Fernández, C; Baptista, P (2006). Metodología de la investigación. (4ª Ed.) España: McGraw Hill. Pág 84.

JANS Sebastián “ Los medios de comunicación y su rol en el cambio cultural en los últimos treinta años en Chile” (1995).

LARRAÍN Jorge, Identidad Chilena y el Bicentenario (Santiago: Ed. LOM, 2001), p.21-48.

LÓPEZ, Nelly e Irma Snadoval. “Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. Documento de trabajo, Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara”.

LOZANO, José Carlos “Teoría e investigación de la comunicación de masas”. 2007.

MARTÍNEZ, María Estela, Reseña de "Teorías de la Comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas" de Miquel Rodrigo Alsina. Comunicación y Sociedad, núm. 1, enero-junio, 2004, pp. 191-194, Universidad de Guadalajara, México.

MORLEY, David “Televisión, audiencias y estudios culturales”, Amorrortu editores España, 1996.

OLTRA Benjamin, Cultura y Tiempo, Aguacalera, Madrid, 1995, pág 24.

RUIZ Olabuenaga, J.I.: Metodología de la investigación cualitativa. Universidad de Deusto, Bilbao, 1996, pág 171.

SCHARAGER, J y Armijo, I.(2001) Metodología de la Investigación para las Ciencias Sociales. Versión 1.0 Santiago: Escuela de Psicología, SECICO Pontificia Universidad Católica de Chile. Programa computacional.

TERRY Eagleton, *La idea de Cultura*, Paidós, Barcelona, 2001, pág 58.

WOLF, Mauro “La investigación de la comunicación de masas”. Crítica y perspectivas. Buenos Aires. Paidós, 1994. Pp. 68 – 90.

WOLF Mauro, “Los efectos sociales de los media”, 1era edición, Barcelona, España. 1994.

Estudios e investigaciones

JACKS Nilda, “Estudios sobre la recepción televisiva y la identidad cultura”, Brasil 2007.

LAVANCHY, Javier (2003), “El pueblo Mapuche y la globalización: Apuntes para una propuesta de comprensión de la cuestión Mapuche en una era global”.

MAYORA, Veneza (2009), “Televisión e identidad cultural”. Revista Diálogos de la comunicación.

VALERA, Rubén Miguel (2004), “El impacto de la modernidad sobre la población juvenil actual de Isla de Pascua”, Santiago, CHILE.

VERGARA, Enrique (2006), “Medios de comunicación y globalización: ¿Destrucción o reconstrucción de identidades culturales?”.

Linkografía

Atlas sociodemográfico de la población indígena Rapa Nui (Última revisión 3 de marzo) <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/39350/AtlasIsPascua.pdf>

Televisión, audiencias y estudios culturales: Reconceptualización de las audiencias mediáticas. María Margarita Alonso. (Última revisión 21 de abril)

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/04_Alonso_M75.pdf

Estereotipos mediáticos de los indígenas. Análisis de las representaciones en programas de ficción y entretenimiento de televisoras en nuevo león. Felipe de Jesús Marañón (Última revisión 23 de abril)

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/20_MaranonMuniz_V80.pdf

Chile. Pueblos indígenas y Televisión digital: comunicación al servicio de los pueblos, no del mercado (Última revisión 11 de mayo)

<http://clacpi.org/observatorio/?p=285>

Ley Indígena Chilena, Título I: De los indígenas, sus culturas y sus comunidades, párrafo I, Artículo n°2. (Última revisión 26 de mayo)

http://www.subpesca.cl/institucional/602/articles-80133_recurso_1.pdf

Análisis sobre la teoría de los usos y gratificaciones. (Última revisión 6 junio):

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/correa_g_a/capitulo2.pdf

Los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía. José Ruiz Valerio (Última revisión 16 de junio)

<http://confines.mty.itesm.mx/articulos9/RuizJ.pdf>

Necesidades de información en comunidades indígenas: El caso de la comunidad Tepehua (Última revisión 17 de junio)

http://132.248.242.3/~publica/archivos/libros/necesidades_informacion_comunidades_indigenas.pdf

La comunicación indígena como dinamizadora de la comunicación para el cambio social. Por Jorge Agurto y Jahve Mescoco (Última revisión 17 de junio)

http://servindi.org/pdf/ALAIC_comunicaci%C3%B3nindigena2012.pdf