



**UNIVERSIDAD LAICA
VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO**

TEMA:

**“Incidencia del programa “Vamos Con Todo” del canal RTS, en la
formación social de los habitantes del Barrio Cuba”**

TUTOR:

PhD. Adriam Camacho, Lcdo.

AUTORAS:

Miriam Elena Bustos Bohórquez.

Liz Amelia Bustos Bohórquez.

GUAYAQUIL, 2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Las señoras Miriam Elena Bustos Bohórquez y Liz Amelia Bustos Bohórquez, declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada. De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y normatividad institucional vigente. Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de observar incidencia del programa “Vamos Con Todo” del canal RTS, en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba”

Autores:

Miriam Elena Bustos Bohórquez

C.I. 0913024998

Liz Amelia Bustos Bohórquez

C.I. 0916194772

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Director(a) de la Carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: **“Incidencia del programa “Vamos Con Todo” del canal RTS, en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de: **LICENCIADA EN PERIODISMO**, presentado por las egresadas: Miriam Elena Bustos Bohórquez y Liz Amelia Bustos Bohórquez

Adriam Camacho, PhD.

Tutor

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis - Miriam y Liz.docx (D22714477)
Submitted: 2016-10-26 07:54:00
Submitted By: adriamcamacho@gmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

FREIRE-TATIANA-ENSAYO.pdf (D15702769)
Tesis Edison Aleaga.docx (D22676162)
ESTEFANIA DEL PILAR LOPEZ VILLEGAS_2314878_assignsubmission_file_ensayo-derechos.docx (D19428661)
tesis Hernandez original.docx (D13734362)
ESTEREOTIPOS Y PREJUICIOS SOBRE LA TV ECUATORIANA-KAREM PEÑAFIEL PILCO-7501.docx (D21668252)
<http://es.slideshare.net/ElChuroComunicacion/ley-orgnica-de-comunicacin-ecuador-texto-aprobado-asamblea-140613>
<http://www.chulpicine.org/documentos/seminario/ProyectoLeyControlSocialProgramacionTelevisiva.pdf>
<http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/e-analisis5.pdf>
<http://www.panoramaaudiovisual.com/2014/05/26/el-consumo-medio-de-television-se-situa-ya-en-4-horas-y-12-minutos-al-dia/>
<http://www.webdianoia.com/glosario/display.php?action=view&id=141&from=action=search%7Cby=F>

Instances where selected sources appear:

15



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Ficha de registro de tesis

Título y subtítulo:

“Incidencia del programa “Vamos Con Todo” del canal RTS, en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba”

Autor/es:

Miriam Elena Bustos Bohórquez
Liz Amelia Bustos Bohórquez

Revisor/es:

Adriam Camacho, PhD.

Institución:

Universidad Laica Vicente Rocafuerte
de Guayaquil

Facultad:

Ciencias Sociales y Derecho

Carrera: Periodismo

Fecha de publicación:

Número de páginas: 61

Áreas temáticas:

Palabras clave: Prensa Rosa, RTS, Ley Orgánica de Comunicación, Constitución.

Resumen:

El presente trabajo busca mostrar la realidad que forma parte de la vida diaria, analizando el contenido y la manera de generar rating de este programa de farándula específicamente.

Un trabajo de importancia puesto que a través de encuestas, investigaciones, testimonios y reportajes, se realizó el análisis del contenido de dicho programa de farándula.

Con esta investigación queremos mostrar la realidad en la que la sociedad actual vive, sin fomentar la educación o valores que deben estar presentes en cualquier tipo de programa, con una falsa intención de informar trata de inducir a la audiencia al “morbo”, querer saber más allá de lo que se podría dar a conocer a través de la pantalla chica.

La población que en este tema se ha seleccionado es a un público que comprende amas de casa y jubilados, puesto que los jóvenes son seguidores de este tipo de programa pero en su gran mayoría a través de las redes sociales.

Luego de un proceso de análisis que más adelante se detallaremos, se puede comprobar que el programa se maneja básicamente en polémicas o suposiciones, logrando así mantener enganchado al televidente durante el tiempo promedio de casi 2 horas; permitiéndolo de esa forma juzgar u opinar sobre la vida personal de cada “famoso” por los actos o decisiones que para bien o mal puedan tomar.

El objetivo primordial del periodista es informar sin dar su opinión personal sobre el tema o involucrarse en ello. Se exponen tres casos puntuales que fueron lo más sonados durante el primer semestre del año 2016 del programa “Vamos con todo”.

El seguimiento que el medio realiza, con sus reporteros va más allá de dar a conocer a

una audiencia la noticia, busca generar conflicto ya que saca a relucir en ese momento lo bien o mal que ha actuado esa persona y todo su pasado, sin importar lo que se muestra a las personas que están detrás de la pantalla, o si afecta esto a la familia del conocido o famoso que en ese momento se encuentra en el “ojo del huracán”.

Con todo esto, el objetivo de mantener los niveles de audiencia se cumple, tomando en cuenta que el criterio discriminador de los televidentes del sector en donde se aplicó este estudio, es poco menos que mínimo, dadas las respuestas obtenidas en las encuestas.

Es así que el nicho de mercado de Vamos con Todo, tiene asidero en la ninguna voluntad del televidente para establecer criterios de calidad o por lo menos de elemental manejo de la información, misma que se expone en el tono más sensacionalista posible.

Número de registro (en base de datos):	Número de clasificación:
Dirección URL (tesis en la web):	
Adjunto URL (tesis en la web): Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Adjunto PDF: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Contacto con autores: Miriam Bustos Celular: +593 98 722 9534 Email: mirelenita@gmail.com	Liz Bustos Celular: +593 99 442 4234 Email: lizam@gmail.com
Contacto en la institución: Decano: Lic. Washington Rolando Villavicencio, Msc. Teléfono: 042-596500 ext. 249 Email: wvillavicencios@ulvr.edu.ec	Directora de la carrera: Lic. Amalia Gabino Nevárez, Msc. Teléfono: 042-596500 ext. 251 Email: agabinon@ulvr.edu.ec

Agradecimiento

Miriam Bustos

Cuando parece que todo está sentenciado en la vida de una persona, el querer y el poder se vuelven en la única herramienta para salir de esa etiqueta de conformismo que nos envuelve.

Las palabras no abarcan a cubrir todas las emociones que se conjugan cuando vemos de cerca la llegada a la meta y aquello permite mirar atrás para agradecer a quienes fueron parte de esa formación profesional, que ya cierra un capítulo en mi vida y da el inicio de otra.

Gracias a mi amado esposo, Edisson Aleaga, por estar presente en esta etapa formativa con las palabras de aliento exactas para seguir luchando cuando las fuerzas por el cansancio del día minaban mi ánimo.

A Liz Amelia Bustos que con su espontaneidad hizo de nuestra etapa universitaria el mejor momento compartido, ella dice que soy su ejemplo pero en la realidad mi hermana se convirtió en ese ejemplo a seguir.

Mi gratitud especial a los docentes: José Luis Férrez, Amalia Gabino, Luis León Brito, Jhony Alvarado, Luis Cortez, Efraín Luna, Kenneth Carrera y Hortensia Carranza por sus conocimientos y dedicación en la noble labor de enseñar; mi admiración para ustedes.

Y finalmente a quien en poco tiempo de conocido, se ganó mi respeto y consideración por la ayuda brindada para que este trabajo hoy se plasme en papel, mi aprecio e infinito agradecimiento al Msc. Adriam Camacho.

Nada de esto fuera posible si no levantara mis ojos al cielo para decir Gracias Dios y heme aquí.

Liz Bustos

En primer lugar dedico esta tesis a Dios quien supo guiarme en el transcurso de este arduo proceso, brindándome las fuerzas necesarias para poder superar todo obstáculo que se me presentaba en el camino y de esa forma poder culminar una gran etapa de mi vida profesional, que estoy segura que con ello es el inicio de una gran carrera.

A mi papá porque con su esfuerzo, ejemplo y consejos ha hecho de mí una mujer luchadora, honesta y aprender a culminar de forma exitosa todo lo que me propongo en la vida, a mi mami que con su apoyo de día a día no me permitía desmayar sino más bien me impulsaba en cada paso que daba por muy difícil que sea la situación, por lograr y hacer de mí una persona trabajadora, a mi hermana quien siempre me apoyo y ha sido mi ejemplo de perseverancia, responsabilidad e inteligencia.

A mi hermano y a mi abuelita quien siempre en sus oraciones me ha tenido presente. A ellos dedico este esfuerzo que con mucho empeño eh logrado terminar, porque sin ellos nada hubiera sido fácil.

Dedicatoria

Dedicar nuestro trabajo de tesis no pudo ser más singular, no por hecho que dos compañeras de aula se unieran para realizarlo sino por la gran coincidencia de ser hermanas.

Amados padres, Luis Bustos y Elena Bohórquez, ustedes que tanto nos han dado sin escatimar esfuerzos en lo económico y emocional; ahora es momento de retribuirles con este regalo, hecho por nuestras propias manos y que está envuelto con amor.

A ustedes dedicamos cada alegría de haber sido durante los cuatro años de carrera las mejores estudiantes de la Facultad de Periodismo (en aquel entonces) y hoy de ser profesionales.

Con amor, sus hijas Miriam y Liz... Dios los bendiga.

Resumen:

El presente trabajo busca mostrar la realidad que forma parte de la vida diaria, analizando el contenido y la manera de generar rating de este programa de farándula específicamente.

Un trabajo de importancia puesto que a través de encuestas, investigaciones, testimonios y reportajes, se realizó el análisis del contenido de dicho programa de farándula.

Con esta investigación queremos mostrar la realidad en la que la sociedad actual vive, sin fomentar la educación o valores que deben estar presentes en cualquier tipo de programa, con una falsa intención de informar trata de inducir a la audiencia al “morbo”, querer saber más allá de lo que se podría dar a conocer a través de la pantalla chica.

La población que en este tema se ha seleccionado es a un público que comprende amas de casa y jubilados, puesto que los jóvenes son seguidores de este tipo de programa pero en su gran mayoría a través de las redes sociales.

Luego de un proceso de análisis que más adelante se detallaremos, se puede comprobar que el programa se maneja básicamente en polémicas o suposiciones, logrando así mantener enganchado al televidente durante el tiempo promedio de casi 2 horas; permitiéndolo de esa forma juzgar u opinar sobre la vida personal de cada “famoso” por los actos o decisiones que para bien o mal puedan tomar.

El objetivo primordial del periodista es informar sin dar su opinión personal sobre el tema o involucrarse en ello. Se exponen tres casos puntuales que fueron lo más sonados durante el primer semestre del año 2016 del programa “Vamos con todo”.

El seguimiento que el medio realiza, con sus reporteros va más allá de dar a conocer a una audiencia la noticia, busca generar conflicto ya que saca a relucir en ese momento lo bien o mal que ha actuado esa persona y todo su pasado, sin importar lo que se muestra a las personas que están detrás de la pantalla, o si afecta esto a la familia del conocido o famoso que en ese momento se encuentra en el “ojo del huracán”.

Con todo esto, el objetivo de mantener los niveles de audiencia se cumple, tomando en cuenta que el criterio discriminador de los televidentes del sector en donde se aplicó este estudio, es poco menos que mínimo, dadas las respuestas obtenidas en las encuestas.

Es así que el nicho de mercado de Vamos con Todo, tiene asidero en la ninguna voluntad del televidente para establecer criterios de calidad o por lo menos de elemental manejo de la información, misma que se expone en el tono más sensacionalista posible.

Summary

This paper aims to show the reality that is part of daily life, analyzing the content and form of generating rating of this program specifically showbiz.

A work of great importance as through surveys, investigations, testimonies and reports, analyzing the content of the program was conducted showbiz.

With this research we want to show the reality in today's society live without promoted education or values that are inculcated through such programs that rather than wanting to report is that people have that "morbid fascination" for wanting to know beyond what you could make known through the small screen.

The population in this area has been selected not only reaches a certain age groups, but teens and adults.

After a process of analysis detailed below, you can see that the program basically handled through polemics or assumptions, thus maintaining hooked the viewer during the average time of almost 2 hours, allowing it thus to judge or comment about the personal life of each "famous" for the acts or decisions for good or evil can take.

The primary objective of the journalist is to inform without giving his personal opinion on the subject or get involved in this, an analysis of three specific cases is done and were the most notorious during the first half of 2016 the program going with everything.

The monitoring means performs, with its reporters goes beyond publicize a hearing the news, to generate conflict and that brings out at that time how well it has performed that person and all his past, no matter what it is shown to people who are behind the screen, or if this affects the family known or famous at that time is in the "eye of the hurricane."

With all this, the objective of maintaining audience levels are met, taking into account that the discriminator criterion viewers sector where this study was applied, is slightly less than the minimum, given the responses obtained in surveys.

Thus the Vamos con Todo niche market, has no will hold the viewer to establish quality criteria or at least basic management information, which is exposed in the most sensationalist tone possible.

Índice de cuadros, tablas y gráficos

Cuadro N° 1 Población del Barrio Cuba	332
Tabla No. 1 Profesionalismo de los conductores de VCT	344
Tabla No. 1 Profesionalismo de los conductores de VCT	345
Tabla No. 2 Situación sobre notas aclaratorias por parte de VCT	356
Tabla No. 3 Situación del programa en cuanto a popularidad.....	366
Tabla No. 4 Influencia del programa sobre las personas.....	377
Tabla No. 6 Posición acerca de que los programas de farándula se mantengan en el aire.	398
Tabla No. 7 Posición acerca del cambio del contenido del programa VCT.	409
Tabla No. 8 Posición acerca del contenido transmitido por del programa VCT.....	40
Tabla No. 9 Posición acerca del cambio del contenido transmitido por del programa VCT.....	41
Tabla No. 10 Posición acerca del profesionalismo de los conductores de VCT.....	42

Índice de Anexos

Anexo 01	51
Anexo 02	52
Anexo 03.....	53
Anexo 04.....	54
Anexo 05.....	55
Anexo 06.....	56
Anexo 07.....	57

Contenido	
Introducción	01
CAPÍTULO I	
1.-Tema	05
1.1 Planteamiento del problema	05
1.1.1 Formulación del problema	08
1.1.2 Sistematización del Problema	08
1.2 Objetivos de la Investigación:	09
1.2.1 Objetivo General	09
1.2.2 Objetivos Específicos	09
1.3 Justificación de la Investigación	09
1.4 Delimitación o Alcance de la Investigación	12
1.5 Ideas a Defender	13
CAPÍTULO II	
Fundamentación teórica	
2.1 Marco Teórico Referencial	14
2.1.1 La televisión rosa y su impacto visual	14
2.1.2 La televisión vista como un sustituto de la familia	18
2.1.3 Vamos con Todo y su influencia mediática	19
2.1.4 Vamos con Todo en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba.	21
2.2 Fundamentación legal	23
2.3 Marco conceptual	26
CAPÍTULO III	
Metodología de la investigación 28	
3.1 Tipos de investigación	28
3.1.1 Investigación descriptiva	28
3.1.2 Investigación exploratoria	29
3.2 Métodos de la investigación	<u>30</u>
3.3 Técnicas de investigación	31
3.4 Población y muestra	32
3.5 Instrumentos aplicados: Encuesta	34
3.5.1 Análisis de los resultados	44

Conclusiones y Recomendaciones.....	48
Bibliografía.....	50
Anexos.....	51

INTRODUCCIÓN

La televisión es vista como un medio de comunicación y entretenimiento desde sus inicios, ya que la misma penetra de forma positiva o negativa en los hogares de las personas. La misma llega a los ricos y pobres sin distinción de clases sociales, es considerado como uno de los medios más fuertes que existen por integrar imágenes y sonido.

En pleno auge de popularidad cuando empezaba a desplazar a la radio, a la tv empezó a conocerse como 'caja boba' y tele evangelistas como Yiye Ávila le llamaban 'cajón del diablo'.

Este medio de comunicación e información, por poseer las características antes mencionadas es que está considerado como un arma de doble filo entre sus espectadores, porque muchas veces la calidad y contenido de la programación atenta contra la integridad de la sociedad en general, considerando que en muchas ocasiones los niños y jóvenes se sientan solos sin la compañía de un adulto que les orienten en cuanto a los temas desarrollados en espacios televisivos.

Un trabajo investigativo del sitio web www.panoramamundial.com, la televisión es uno de los pasatiempos de mayor influencia en las personas, las cuales pasan frente a ese aparato, una media de 4,12 minutos al día, es decir, 28 horas y 84 segundos a la semana y 865 horas con 20 segundos al mes; en los menores la cifra aumenta a un promedio de 54 horas semanales, lo que trae un promedio de 7 a 8 horas diarias frente a la tv.

Este medio, si bien puede educar, entretener, informar y acompañar, también es capaz de convencer e influenciar de manera indeseable en las personas, sobre todo en los menores.

Todo el tiempo que pasan las personas frente al televisor, es tiempo que le están restando a actividades de suma importancia en su vida como puede ser el trabajo escolar, el juego, el conversar con los miembros de la familia, su desarrollo social y un hábito tan importante como la lectura.

En ocasiones algunas personas no saben diferenciar entre la realidad y la fantasía presentada en algunos programas de tv, ya que se pueden encontrar influenciados por los cortes promocionales y comerciales que inundan los espacios televisivos.

Existen temas comunes en programas televisivos como puede ser la violencia, la sexualidad, los maltratos raciales, el uso y abuso de drogas y alcohol, los cuales son asumidos por muchos televidentes como algo normal y aceptado por la sociedad, por lo que se encuentran expuestos a malos comportamientos y actitudes negativas, las cuales pueden influir de forma negativa en la vida de estas personas y de quienes le rodean.

No se pueden dejar fuera a los niños los cuales ven televisión como una imposición del medio, y no porque les guste, muchos mayores se la ofrecen en sus hogares y en ocasiones es la única compañía con que cuentan estos niños en sus casas por largos periodos de tiempo. En muchas ocasiones se crean estereotipos en su programación, modelos de convivencia, los cuales no son correspondidos con las normas sociales.

En el Ecuador por muchos años la población fue manipulada por algunos medios de comunicación que se creían intocables dentro del medio y los dueños de la verdad absoluta.

Estos medios se dedicaron a desinformar, mentir y manipular a la sociedad ecuatoriana, llegando a ser culpables de la caída de algunos presidentes del país. Muchos de estos medios de comunicación obedecen a intereses políticos y económicos de grupos de poder que tratan de someter a la población.

Estos medios se dedican a destruir moralmente al presidente de la República, manipulando así la información con noticias desinformadas e inciertas.

Vamos con todo, espacio diario de entretenimiento, se yergue (según sus propias conclusiones) como el programa con los más altos niveles de audiencia en esa línea de propuesta televisiva. Y sin duda, al ser en apariencia el 'show' más visto en la franja horaria que corresponde entre las 14:00 y las 16:00, es que el tema de la presente investigación es vinculante con la dinámica mediática que ahí se presenta.

Inevitablemente, el uso del recurso visual que consigue gestar el escándalo a partir de relacionar vida privada y rostros de televisión, es una fórmula que en 12 años que lleva este programa al aire, ha funcionado bastante bien.

Desde la perspectiva colectiva es indudable que Vamos con Todo sostiene su audiencia con la expectativa que genera cada reportaje mostrado en pantalla.

El juego de roles dentro del programa, cumple con la función de que cada integrante del panel televisivo (como nombran al grupo de presentadores) maneje una postura propia frente a cada temática, es decir, si el tema principal del día es la pelea entre dos periodistas deportivos, cualesquiera sean estos, cada anchor opinará a favor o en contra y defenderá o no a uno o a otro.

Por todo lo planteado anteriormente es que las autoras de la investigación trabajaron en determinar la incidencia del programa “Vamos con Todo” del canal RTS en los habitantes del Barrio Cuba de la ciudad de Guayaquil.

Capítulo I

1.-Tema

Incidencia del programa “Vamos Con Todo” del canal RTS, en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba.

1.1 Planteamiento del problema.

La televisión se ha convertido en un medio de difusión e influencia sociocultural alrededor del contexto familiar de la sociedad ecuatoriana. Dentro del contenido ofertado por los medios de comunicación televisivos, se pueden encontrar espacios de entretenimiento del tipo programas farándula, regidos por la denominada ‘prensa rosa’.

Cabe recalcar que el contenido periodístico que se espera encontrar en los mencionados espacios de tv es inexistente y que aunque usan recursos propios de la comunicación, estos se limitan a mostrar a modo de reportajes, un sinnúmero de entrevistas, acompañadas de locuciones en off y sin contenido que sustente la estructura de cada nota televisiva.

En el contexto latinoamericano, estos programas son recurrentes. Países como Perú, Colombia, Paraguay y Cuba mantienen en sus franjas horarias programas que hegemonizan el tributo tanto a la belleza como al escándalo, siendo estos los únicos recursos válidos para mantenerse en el gusto de los televidentes y perpetuarse, gracias a los altos índices de audiencia que dicen tener.

Producciones de tipo competencia como: “Calle 7”, “Esto es guerra” y “Combate”, por citar solo tres de este tipo de programas, se encumbran en la preferencia del público no solo como realitis, sino también como generadores de información que alimentan la pauta de otros espacios como “Hola a todos” y “Amor, amor, amor”, ambos producidos en Perú.

En las mediciones diarias realizadas por la empresa brasileña Ibope Media en canales ecuatorianos, la media de sintonía se mantiene y en los porcentajes de audiencia, RTS figura en el horario de 14:00 a 16:00 como el canal con el más alto promedio de espectadores. Hay que subrayar que en la mencionada franja horaria, este canal comparte los picos de aceptación con su competidor Teleamazonas. (Ver Anexo 01)

En el Ecuador, programas como “Vamos Con Todo” de RTS (sin contar con otros como: ‘Jarabe de Pico’ de Teleamazonas, ‘De Boca en Boca’ de TC Televisión y ‘Faranduleros’ de Canal Uno, ocupan y llenan la parrilla de programación en los canales de señal abierta de la televisión ecuatoriana, en horarios de audiencia en los que no solo llegan con su contenido a un público adulto, sino también a niños y adolescentes que tengan a su alcance un receptor.

Estos programas muestran escándalos, romances, peleas, insultos y toda situación que se genere alrededor de personas famosas y de interés para el televidente. Si a eso se suman las insinuaciones y opiniones sin sustento de quienes elaboran la nota para televisión, la combinación puede no solo resultar atrayente sino adictiva para quien quiera saciar su curiosidad acerca de un tema determinado.

La presente investigación se centra en un análisis minucioso del discurso y la narrativa que usan estos programas para impactar y captar audiencia con el fin de hacer pública la vida privada de la gente del medio, sin evaluar la calidad de los contenidos y menos reparar en la veracidad de la información que se da a conocer como un hecho noticioso.

Estudios recientes muestran que se maneja un mismo formato en la búsqueda del mejor rating o aceptación. Durante su desarrollo, el objetivo implícito o explícito será introducir al televidente en el esquema de la nota que se presenta y conseguir así mimetizarlo, hacerlo parte, involucrarlo y adherirlo a la historia, para de esa manera mantener los niveles de audiencia que le permitan al programa, mantenerse al aire.

Así, el espacio televisivo cumple con el cometido de jugar con las emociones y sentimientos del espectador, creando en ellos aceptación y crítica que sin ser especialistas, al ser inducidos desde un programa como este, creen tener la capacidad para juzgar el accionar de hombres y mujeres que deciden exponer su vida privada, permitiendo se transgreda el derecho a la intimidad, establecida dentro de las normas deontológicas que aparecen en el Artículo 10 de Ley Orgánica de Comunicación (LOC).

La línea de separación que existe entre la prensa rosa de televisión y la de espectáculos es nula porque en el esquema televisivo latinoamericano, el oficio del periodista de espectáculos (profesionales que no existen en nuestro medio) se ha reducido a un pseudo paparazzi en busca de escándalos o situaciones bochornosas.

1.1.1 Formulación del problema.

¿Cómo incide el programa “Vamos Con Todo” del canal RTS en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba?

1.1.2 Sistematización del Problema

En virtud de lo anteriormente expuesto es necesario plantearse las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Qué factores conducen a los canales de televisión a mantener en su parrilla de emisión este tipo de programa?
- ✓ ¿Qué características se asocian con estos espacios televisivos en cuanto a la narrativa y el discurso que manejan?
- ✓ ¿Qué ocasionan estos programas denominados “Prensa Rosa” en la sociedad ecuatoriana?
- ✓ ¿Por qué vender el contenido de farándula con los formatos hasta ahora utilizados?

1.2 Objetivos de la Investigación:

1.2.1 Objetivo General

Analizar la incidencia del programa “Vamos Con Todo” del canal RTS en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Definir qué factores influyen en los canales de televisión para mantener este tipo de formatos.
- Analizar el contenido de los programas de farándula que se transmiten en la actualidad en la televisión ecuatoriana.
- Demostrar la Incidencia mediática del programa “Vamos Con Todo” del canal RTS en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba.

1.2 Justificación de la Investigación

El estudio del presente proyecto analizará la incidencia del programa “Vamos Con Todo” del canal RTS, en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba, es decir, la influencia mediática que este espacio televisivo tiene en la forma de vida de las mencionadas personas, quienes han convertido a este producto visual en parte esencial de su vida y rutina diaria, al punto de dejar a un lado tareas y obligaciones para sentarse frente al televisor y consumir lo que ahí se les ofrece.

El programa ‘Vamos con Todo’ se transmite de lunes a viernes en señal abierta a la audiencia ecuatoriana, siendo su atractivo principal, la vida de aquellas personas que dentro del medio periodístico, artístico y político (en muchos casos hasta miembros de sus familias) se exponen al público o seguidores. Por lo que al programa se le destinan hasta 2 horas y media de transmisión diaria, acotando que si este no tratara todos los temas mediáticos que ahí se abordan, no representaría en el público nada más que otro programa nada relevante dentro de la decena de estos que se transmiten en la franja horaria.

La producción de estos programas se basan en casos como:

- “Ex participante de Calle 7 Toño Abril. Viola supuestamente a joven de 19 años”
- “Arturo Vizcarra más conocido como ‘Rayo’ involucrado en supuesta violación a una joven” (Ver Anexo 01)
- “Carlos José Matamoros y su vida amorosa” (Ver Anexo 02)
- “Tórrido romance entre Ambar Montenegro y Fabio Agostini” (Ver Anexo 03)
- “En exclusiva Yuleisi y el Pitufo vienen a aclarar que pasa entre ellos” (Ver Anexo 04)
- “Sofía Caiche pronto se graduará de la universidad” (Ver Anexo 05) y
- “El matrimonio de “La Bomba” Adriana Sánchez”

Todos estos titulares, corresponden a algunos de los temas que han ocupado las primicias y notas estelares de la llamada “Prensa Rosa” durante el primer semestre del año 2016.

La consigna de estos programas es ‘golpear’ con información de último momento, primicias y exclusivas, siendo un tema recurrente para los reporteros que trabajan ahí, usar el recurso de la especulación, formulando de hipótesis que dejan con libre albedrío a la teleaudiencia para juzgar estos hechos que componen el estilo de vida de quienes son protagonista de ellos.

El enfoque de esta investigación girará en torno al discurso y narrativa que manejan los programas de ‘prensa rosa’ para convertirse en los más populares o de mayor rating durante sus emisiones; será importante realizar una evaluación en la producción nacional de la influencia que ejercen estos programas en la sociedad, en sus distintas segmentos poblacionales (niños, jóvenes y adultos) y llegar a buscar el mejoramiento de la calidad de la producción en el género de farándula y espectáculo.

Analizar este tipo de contenidos en los programas de farándula, nos lleva a plantearnos el porqué quienes forman parte de ellos (reporteros y presentadores), no se arriesgan a manejar un formato de espectáculo en donde lo único que se busque sea informar con objetividad y precisión lo sucedido.

Aunque la curiosidad sea una característica intrínseca del ser humano, no es menos cierto que transgredir la línea que marca la notoriedad de un personaje conocido de

pantalla, nos lleva a querer saber más de lo que hace en su vida diaria; pero ¿por qué se debe llevar al morbo un tema?

El vacío de contenidos hace posible lo imposible en la televisión ecuatoriana, cuando incluso para poder llenar el tiempo de 2 horas que dura el programa y poder vender este tipo de show, los presentadores deben hablar lo mismo una y otra vez sobre el mismo, bajo el argumento de exponer diferentes posiciones y puntos de vista.

Sería necesario hacer validos los derechos del televidente, tipificados en la Ley de Comunicación, así como exigir la práctica de la ética periodística y de esa forma ofrecer calidad y contenido válido en la farándula ecuatoriana.

1.3 Delimitación o Alcance de la Investigación

Campo: Ciencias de la Comunicación Social.

Área: Comunicación Audiovisual – Televisión

Aspecto: Discurso y Narrativa de los programas de Farándula de señal abierta en la televisión ecuatoriana.

Sector Poblacional: Población adulta, de 25 a 54 años

Tiempo: Temporal - primer semestre del 2016.

Geografía: Territorialidad – Sector Barrio Cuba, parroquia Ximena, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. Límites: Norte – calle El Oro, Sur – calle Oriente, Oeste – Av. Domingo Comín y Este – Río Guayas.

1.4 Ideas a Defender

- ❖ El programa Vamos Con Todo tiene una influencia negativa en la formación social de la población del Barrio Cuba ya que transmite contenidos de escaso aporte cultural o informativo que promueven conductas inadecuadas basadas en imaginarios sociales que incide en su carácter a partir del modelo que se les plantea.

- ❖ El escaso aporte cultural o informativo que brindan estos espacios, hacen necesaria una revisión de los contenidos al interior de los medios televisivos.

CAPÍTULO II

2.1 Marco Teórico Referencial

2.1.1 La televisión rosa y su impacto visual.

Gómez Raúl (2016) expone que toda televisión debe contar con las siguientes características, entre las que se encuentran:

- **Credibilidad:** las personas deben tener constancia de todo lo que ven, tener la confianza que todas las noticias emitidas son ciertas, por lo que se debe ser muy cauteloso con todo lo que se transmite.

- **Comunicación:** esta debe ser unidireccional.

- **Contenido:** debe ser rica en la transmisión de valores, criterios y actitud positiva.
(Gómez, 2016, pág. s/p)

Las autoras están plenamente de acuerdo con lo planteado, ya que la televisión que se le vende a las personas debe encontrarse plagada de momentos educativos, los cuales se encuentren para formar al ser humano, ya sean adultos o niños, amas de casa o trabajadores, por lo que la información que transmitan debe contener sus momentos educativos, las noticias transmitidas deben contener veracidad en su información para de esta manera contarles a los espectadores noticias ciertas.

Estos programas del segmento de prensa rosa, buscan hacer parte de la cotidianidad de cada uno de sus televidentes, haciendo pública la vida de personajes del mundo del espectáculo, así como de personalidades políticas, deportivas, culturales; esto con el objetivo de que estas personas (la audiencia) muestren cada día más interés por este tipo de programas que no tienen piedad con la vida privada de estas personalidades.

Armendariz Roberto (2010) hace referencia a su hipótesis sobre la construcción de estas narrativas de la siguiente manera:

(...) los programas de farándula se adecúan a los supuestos del discurso televisivo y a las reglas de la narrativa que utiliza la televisión, permitiendo, además, profundizar en la categoría de “formato”. (Armendariz, 2010, pág. 23)

En otro estudio, se asegura además que las características en calidad de contenidos, se subyugan ante la necesidad de entretener al televidente a costa de lo que sea. Se resalta la idea de que siempre será más fácil brindar contenido ligero, sencillo de procesar y fácil de diferir al espectador, por lo que Vázquez Kamile (2013) afirma que:

La narrativa con la que se manejan los programas de corte espectacular se basa en promover la emocionalidad a su máxima expresión, alimentando a su vez los intereses privados de las empresas de comunicación, masificando el entretenimiento entre las clases populares, con contenidos audiovisuales que poco o nada

contribuyen al enriquecimiento intelectual de las audiencias.

(Vázquez, 2015, págs. 33,34)

Las autoras de la investigación se acogen al criterio ofrecido, ya que estos programas se realizan trabajando las emociones de las personas, y creando la necesidad de que se interesen por la vida de personas públicas, para llegar a un entretenimiento en masas, donde se olvidan por completo del crecimiento intelectual de estas personas.

La necesidad de hacer uso de recursos fáciles de obtener, es decir, recurrir a chismes, comentarios, opiniones banales o cualquier modo válido que permita generar duda sobre cualquier situación en la vida de algún personaje de pantalla, se vuelve el punto central de la dinámica de este o estos programas.

Almendáriz (2010), en un trabajo de maestría titulado “El caso Vamos con Todo”, hace mención de los recursos usados dentro de esta producción de RTS cuando de perpetuar la atención del público se trata.

(...) este show explota las emociones del público mediante el tono melodramático imperante a lo largo del programa y la estrategia narrativa de la incorporación de los muy personales comentarios (por demás moralistas y políticamente correctos) de sus presentadores (...). (Almendáriz, 2010, pág. 47)

Por su parte Lumet Sidney (2008) afirma que:

El periodismo rosa es aquel basado en el aspecto extra artístico de los actores, cantantes, periodista, y músicos, con énfasis en su vida privada (amor, relaciones, vicios, belleza, problemas con la ley), en perjuicio de la información propia de su carrera. (Lumet, 2008, pág. 12)

Para las autoras de la investigación todo periodismo rosa es el que se realiza a costa de los sucesos en la vida de figuras públicas, llegando en muchas ocasiones a violar su privacidad e irrespetar momentos de dolor por tal de hacerse con alguna noticia que cree interés y morbo dentro de los espectadores.

Con relación a lo antes citado, que García Alexander (2015) afirma que:

Vamos con Todo se estrenó como el primer programa de farándula en la televisión ecuatoriana el 18 de octubre de 2004, está dirigido hacia amas de casa y jóvenes mayores de 18 años. (...) Este programa se nutre de la información sobre la vida privada de las personalidades de la pantalla chica a nivel nacional. Las intimidades y polémicas de los famosos han permitido que el programa se mantenga al aire (...) en el mismo horario. Los conductores, con su interacción, complementan y amplían la información a través de comentarios serios incluso llegando al sarcasmo. (García, 2016, págs. 2,3)

Estos programas se realizan con el objetivo, primordial de llegar a un público, sobre todo con escaso nivel intelectual, el cual se siente atraído por la vida de estas personas, por lo que se encuentran preparados para que muestren interés por las historias que en el se entretajan y las cuales son complementadas por los conductores del programa, los que con su diálogo tratan de hacer más interesantes para estas personas las historias que cuentan, que en muchos casos son inventadas, solamente para ganar un mayor número de televidentes.

Según Vásconez (2013), programas como Vamos con Todo tienen su nicho de mercado en un público poco exigente que se conforma con lo inmediato, es decir, la trascendencia de la información que se le brinda se remite a 2 horas de programa, luego del cual, si el escándalo vale la pena, continuará por otros 120 minutos.

2.1.2 La televisión vista como un sustituto de la familia.

La influencia de la televisión rosa mediante programas como “Vamos con Todos” en las personas, ha tenido como consecuencia un cambio en el comportamiento de familias, trayendo consigo divisiones a la hora de ver programas televisivos, que en muchas ocasiones son unos de los pocos momentos que tiene la familia para compartir entre ellos, por las cuestiones del trabajo, por lo que provoca un modelo narcisista, competitivo, individualista y más preocupado en el éxito rápido que en su propio éxito personal.

Son muchos los programas en Ecuador que se encuentran catalogados como “telebasuras”, ya que en ellos como se explicó anteriormente, se cuenta las dichas y desdichas de personalidades públicas. Cabe mencionar que existen otros ejemplos, muy positivos, que transmiten una programación acorde a las exigencias de la sociedad, donde no se transgreden los valores morales de las personas, digna de la educación y formación de los telespectadores.

2.1.3 Vamos con Todo y su influencia mediática

Todo fenómeno social tiene como característica el ser un canal de difusión por medio del cual alguno o algunos puedan convertir una afición por algo, en una moda o tendencia. Ya ha ocurrido con cantantes como The Beatles o genios histriónicos como el Groucho Marx; nuestra realidad televisiva es menos estilizada.

En un país como Ecuador el nivel de escolaridad para el 2010, según una publicación del Instituto Nacional de Estadística Censos (INEC), era del 6,75% y que:

“La tasa de matriculación en el país para el Nivel Básico, en relación a la población entre los 5 y 14 años de edad es del 94,61%. (...) entre los 15 y 17 años, es del 59,75% y en el Nivel Superior, la tasa neta de matriculación para la población entre 18 y 24 años, es del 28,34%”.

(INEC, 2012, pág 8)

Es así que se debe considerar que el pensamiento crítico no necesariamente está desarrollado en un importante segmento de la población y que, quienes consumen este tipo de espacios, son amas de casa que no han culminado su etapa escolar y que en el mejor de los casos han podido graduarse de bachilleres.

Dicho esto, *Vamos con todo* apunta a un segmento poblacional influenciable y fácilmente impresionable. La creación y engrandecimiento de figuras que se elevan en las cumbres de la fama televisiva, es una característica que raya en lo encantador y atractivo para los televidentes de este espacio.

La capacidad de congregar público dentro y fuera de la pantalla, es algo que también le suma mérito al trabajo de mediatización que se realiza en el programa.

Entre las estrategias empleadas para asegurar una alta sintonía en *Vamos con Todo*, están por ejemplo: la dilatación de un tema o la generación de expectativa para el mismo. En cuanto a lo primero, el rompimiento de la relación de Matamoros con Coca permitió sostener el programa durante una semana con esa sola noticia; sobre lo segundo, en cada emisión del televisorado, la nota más relevante es anunciada al inicio y final de cada segmento, consiguiendo generar ansiedad y suspenso en el televidente y así, engancharlo para que se mantenga en sintonía hasta el final del programa, que es cuando se presente la nota.

2.1.4 Vamos con Todo en la formación social de los habitantes del Barrio Cuba

Además de entretener, una de las funciones básicas de los medios de comunicación es la de educar. Cuestionarse si programas como Vamos con Todo, dentro del espectro comunicacional que los vincula, colaboran a la consecución de este objetivo, es válido tomando en cuenta el tipo de contenido que se oferta durante las dos horas de programa.

Durante la ejecución de las encuestas, surgieron inevitables preguntas que sirvieron para soportar la interrogante de “¿cómo es que programas de este tipo guían y orientan?”.

El programa como tal es parte de la rutina diaria de estas familias. Su dinámica de vida tiene como elemento importante, sentarse frente al televisor para ver su programa de las tardes. Los integrantes de nuestro grupo objetivo, mayoritariamente concordaron en que de 14:00 a 16:00, tratan que no haya nada que interrumpa algo que para ellos, inconscientemente, es algo así como un ritual.

En ese horario, las calles del Barrio Cuba lucen poco menos que desoladas. En parte esto se debe a que la jornada de trabajo no termina y quienes laboran, aún no llegan a casa; sin embargo, quienes sí están, dedican su tiempo a estar frente al tv.

Mientras los hijos hacen tareas y de reojo miran el televisor (eso pudimos observar), las mujeres que a esa hora ya han concluido la mitad de las tareas del día, se mimetizan con el contenido que les ponen en frente.

Debe decirse que es tal la influencia de este espacio en particular y tal la afinidad de este segmento de audiencia por su contenido, que se establece una especie de simbiosis entre los presentadores y el televidente, es decir, las emociones expresadas por ellos, son replicadas por el televidente.

Preocupa la ausencia de discusión en el hogar. En los últimos meses, denuncias de abuso sexual y violación han involucrado a personajes conocidos de la tv. Los términos usados para referirse al tema y más que eso, lo que se mostró en 2 de estos casos, quedó a disposición de menores de edad.

Las madres reconocieron que la ausencia de debate en este y otros temas es una realidad para ellas, y asienten que no deberían permitir a sus hijos tener acceso a estos contenidos. Esta realidad nos pone frente a otra: Programas como Vamos con Todo, no educan, no aportan y no cumplen su función dentro el medio de comunicación.

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Según la Constitución del Ecuador y los Derechos del Buen Vivir, en su sección tercera, donde se trata la temática de Comunicación e Información afirma que:

Art. 19 La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 46. El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:

7. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.

En el Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), defiende los derechos a una buena y correcta información por parte de los medios de comunicación, por lo que en la

actualidad se pretende que los programas de farándula se ajusten a las normativas que los rigen; así se estipula en el Artículo 18.

Art. 18 Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

(Constitución del Ecuador, 2008, págs. 24,25)

Vilema Ángel, vicepresidente de la Comisión de Comunicación de la Asamblea Nacional, en una entrevista a Diario El Telégrafo, expresó la importancia de la existencia de una prensa rosa de entretenimiento con seriedad y respeto a la intimidad de las personas, porque la vida privada de todos merece respeto, así se trate de personajes públicos; amparo legal que se expresa en el país bajo la Constitución del Ecuador:

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos. (Constitución del Ecuador, 2008)

La prensa rosa, tal como se conocen a los programas de entretenimiento, entre ellos “Vamos Con Todo”, mismo que es el objeto de estudio en este proyecto de investigación, debe sujetarse a la Ley de Comunicación en el contenido de sus programas.

Entre lo que más destaca este cuerpo legal, está la prohibición de difusión de “Contenido discriminatorio”, entendiéndose por esto, todo aquello que denigre la honra, imagen y nombre de una persona, por su condición de género, color de piel , edad o religión entre otros aspectos.

Art.-61 Contenido discriminatorio.- (...) se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje (...) que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición

socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución (...). (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 14)

2.3 Marco Conceptual.

Farándula: “Profesión y ambiente de las personas, que se dedican al espectáculo, especialmente al teatro.” (Cervantes, 2009, pág. 44)

Imaginario Social: “Representaciones sociales encarnadas en sus instituciones. Es el conjunto de significaciones que no tiene por objeto representar “otra cosa”, sino que es la articulación última de la sociedad, de su mundo y de sus necesidades” (Cabrera, 2011, pág. 7).

Prensa rosa: “es un subgénero del periodismo que se encarga de "opinar" acerca de las cosas, personas, animales, programas, dramas, raiting, cadenas de correos electrónicos y todo lo relacionado con la televisión, famosos y cosas por el estilo.” (Vélez, 2008, pág. s/p)

Paparazzi: “Reportero o fotógrafo de la prensa sensacionalista que se dedica a perseguir a los personajes públicos en busca de un artículo o una fotografía más o menos únicos o escandaloso”. (Diccionario de la Real Academia de la Lengua, 2015)

Telebasura: “(...) se aplica a un variado conjunto de modalidades televisivas y no solo a un género televisivo específico. (...) lo que se está calificando no es el género en sí, sino la degradación que se produce. (...) Dicha degradación viene dada por una serie de factores (...) el desprecio de la dignidad que toda persona merece, el poco o ningún respeto a la vida privada o a la intimidad. (López-Bordonado, 2010)

Formación Social: Término con el que se designa, en el marxismo, el conjunto de los elementos que configuran una sociedad, en un momento determinado de su desarrollo histórico (tanto los elementos relacionados con la producción, como los elementos jurídico-políticos e ideológicos). (Glosario de filosofía, 2016)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1 Tipos de investigación

Las autoras de la investigación utilizarán los siguientes tipos de investigación:

- Investigación Descriptiva
- Exploratoria

Con ellas tendrán como objetivo primordial el de analizar la incidencia del programa “Vamos con todo” del canal RTS, por lo que el proyecto que se presentará es completamente factible y de gran ayuda para la formación social de las personas que habitan el barrio Cuba.

Investigación Descriptiva:

La autora utiliza la investigación descriptiva, ya que la misma permite que se realice estudios sobre la realidad actual que presenta la situación del Barrio Cuba en cuanto a su formación social debido a la incidencia de programas televisivos como “Vamos con Todos”

Sobre la investigación descriptiva, Álvarez C. (2010) afirma que:

“La investigación descriptiva: describe, registra, analiza, interpreta la naturaleza actual, la composición y los procesos de los fenómenos para presentar una interpretación correcta, se pregunta cómo es y cómo se manifiesta.” (Zayas, 2010, pág. 12)

La autora se acoge al concepto expuesto con anterioridad, ya que la investigación descriptiva ayuda al investigador a tener una clara percepción sobre la situación y su entorno, por lo que ayuda a resolver desde el campo de la ciencia los problemas que se pueden presentar en su entorno.

Investigación exploratoria

El proyecto que se presentará es explorable, ya que mediante el sondeo se puede detectar las regularidades que afecta la formación social de los habitantes del Barrio Cuba.

Fandos M. (2012) afirma que:

(...) es una especie de sondeo con el cual se alcanza a obtener una idea general muy orientadora de algo que interesa al investigador, constituye la observación inmediata, del área y de los elementos constitutivos de lo que vamos a investigar. (Fandos, 2012, pág. 32)

A través de la investigación exploratoria, se realizará un estudio general sobre el problema, recogiendo la información que ayudará al planteamiento de la solución inmediata en beneficio de la comunidad del barrio Cuba en la que se encuentra el problema. El trabajo de campo permitirá reunir la información necesaria que vincule las teorías presentadas, con los resultados obtenidos.

3.2 Métodos de investigación

Los métodos serán importantes para la interpretación y las conclusiones necesarias en el procesamiento de los datos y resultados que se obtendrán con la aplicación de los métodos empíricos.

Del nivel empírico se empleará la entrevista a los habitantes del Barrio Cuba, para la determinación de las principales dificultades que existen en cuanto a su formación social.

Del nivel teórico se empleará el analítico- sintético, así como, el inductivo- deductivo, el cual permitirá la interpretación de conceptos, relacionados con la prensa rosa, y la formación social.

El histórico y lógico les permitirá establecer el desarrollo y evolución del tema, evidenciando la lógica interna de su trayectoria.

El enfoque de sistema dará logicidad a la investigación en cada una de sus etapas.

3.3 Técnicas de investigación.

Las técnicas que se utilizarán en todo el desarrollo de la investigación estuvieron determinadas por el objetivo general y los específicos.

La técnica de investigación será mixta cualitativa y cuantitativa mediante la cual se recolectarán datos a partir de métodos empíricos, con la aplicación de encuestas y entrevistas a la muestra determinada en el sector del Barrio Cuba.

En las encuestas, las preguntas se orientarán para saber cuál es la apreciación de los moradores del mencionado sector en cuanto al tema planteado en esta investigación y si ello ha incidido en la preferencia que los mismos tienen por el medio en cuestión.

Las entrevistas a los moradores del barrio, permitirá esclarecer el comportamiento de las personas, la preferencia a este tipo de programas y el comportamiento social, de manera que ayudará a recoger una información más completa.

3.4. Población y Muestra

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el último Censo Poblacional y de Vivienda realizado en el 2010, delimita a este tradicional sector de norte a sur desde la calle El Oro hasta el sector de El Camal, entre Domingo Comín y la ribera del río Guayas, en sentido (oeste – este), no así como lo hace el Municipio de Guayaquil desde 1999 que lo extiende hasta el Mercado de la Caraguay.

Según información recopilada entre los moradores del sector especialmente de sus miembros fundadores, el barrio Cuba no guarda relación con el sector conocido como el Camal Municipal y Mercado Caraguay, zonas a las que también se les suele llamar Barrio el Camal.

Cuadro N° 1: Población del Barrio Cuba

Zona	Sector	Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
113	001	220	230	450
	002	204	212	416
	003	191	242	433
	004	258	267	525
	005	334	331	665
	006	245	220	465
	009	233	219	452
	Total	1,685	1,721	3,406

Fuente: INEC Censo poblacional y de vivienda 2010

Realizado por: Bustos Miriam y Bustos Liz

Para esta investigación, las autoras trabajarán con la población económicamente inactiva (PEA), específicamente con el grupo de amas de casa que se ocupan en los quehaceres domésticos y jubiladas.

Por contar con una población por encima de las 100 personas, se trabajará solamente con una muestra de los mismos, a los cuales se les aplicará la siguiente fórmula para determinar la muestra con la que se trabajará:

Datos

N= Población	605
Z= Nivel de confianza	95%
σ = Desviación estándar	0.5
e2= Margen de error	5%

$$n = \frac{(605)(0,5)^2(0,95)^2}{(605-1)0,5^2 + (0,5)^2(0,95)^2}$$

$$n = \frac{136,503125}{1,735625} = 78,648 = 79$$

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Las autoras de la investigación desarrollarán su proyecto en el Barrio Cuba con una muestra de 79 personas.

Con todos los datos expuestos, se pretende comenzar la investigación, la cual realizará un análisis sobre la formación social del Barrio Cuba, en cuanto a la incidencia del programa televisivo 'Vamos con Todo', que transmite en la ciudad de Guayaquil de lunes a viernes desde las 14:00 hasta las 16:00.

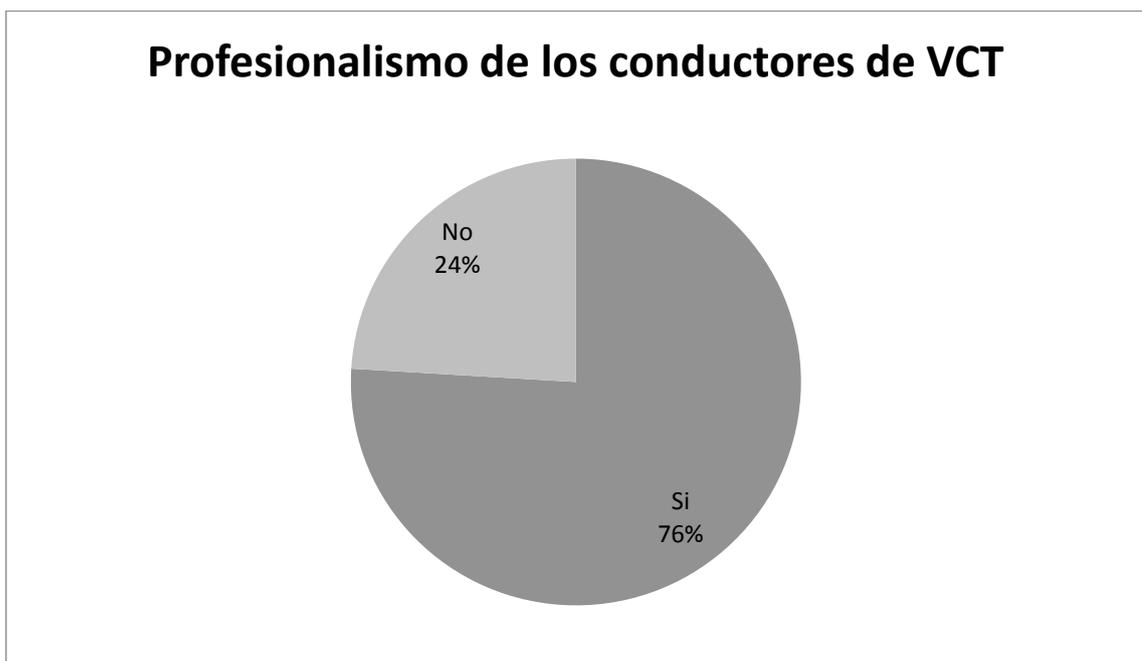
3.5 Instrumentos aplicados: Encuesta

Pregunta No. 1 ¿Hay profesionalismo en el trabajo de los conductores de VCT?

Tabla No. 1 Profesionalismo de los conductores de VCT

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	60	75,95
No	19	24,05
Total	79	100

Gráfico No. 1 Profesionalismo de los conductores de VCT



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: De las personas encuestadas, un 75,95% manifiesta que los conductores muestran profesionalismo en su trabajo, mientras que el 24,05% restante opina que no poseen ningún tipo de profesionalismo.

Adicionalmente, los consultados opinaron que es necesaria una sólida preparación académica en quienes fungen como rostros de pantalla.

Pregunta No. 2: ¿VCT ha debido rectificar o aclarar alguna nota?

Tabla No. 2 Situación sobre notas aclaratorias por parte de VCT

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	8	10,13
No	71	89,87
Total	79	100

Gráfico No. 2 Situación sobre notas aclaratorias por parte de VCT



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: De los encuestados, un 10,13% afirma que en el programa se han sacado notas aclaratorias, mientras que el 89,87% afirma que nunca han visto una nota aclaratoria en Vamos con Todo. El porcentaje mayoritario también coincide en que dentro de los reportajes, cuando es un caso de tipo legal, quienes los hacen, solo mencionan el primer nombre del o los involucrados, con la intención de no meterse en problemas y por lo tanto, no hacer aclaraciones o rectificaciones.

Pregunta No. 3: ¿VCT es el mejor programa de farándula?

Tabla No. 3 Situación del programa en cuanto a popularidad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	67	84,81
No	12	15,19
Total	79	100

Gráfico No. 3 Situación del programa en cuanto a popularidad



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: En cuanto a la popularidad del programa, el 84,81% opina que es el mejor programa de chismes que se transmite, mientras que el resto de los encuestados, plantea que no es el mejor programa.

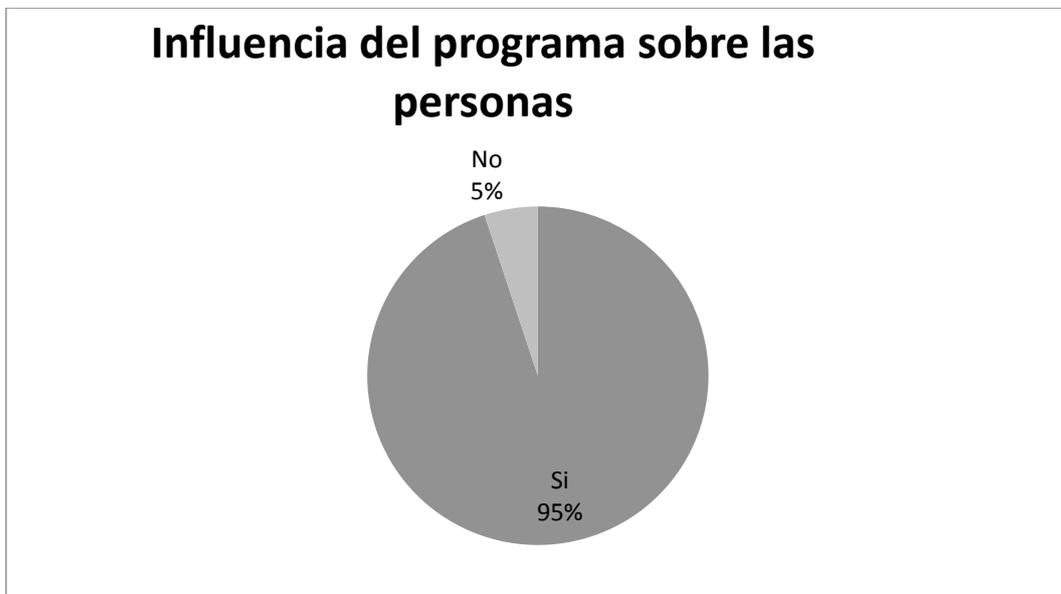
Los encuestados indicaron también que su preferencia pro Vamos con Todo tiene que ver con el tiempo que este espacio lleva al aire, es decir, la familiaridad del espacio lo ha convertido en más cercano.

Pregunta No. 4 ¿Influye sobre las personas el contenido de VCT?

Tabla No. 4 Influencia del programa sobre las personas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	75	94,94
No	4	5,06
Total	79	100

Gráfico No. 4 Influencia del programa sobre las personas



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: El 94,94% de los encuestados están de acuerdo en que el programa Vamos con Todo influye, pero como dato adicional no sobre su personalidad sino sobre las sus vidas de otras personas, mientras que el restante 5,06 por ciento de los encuestados, se siente inmune al programa.

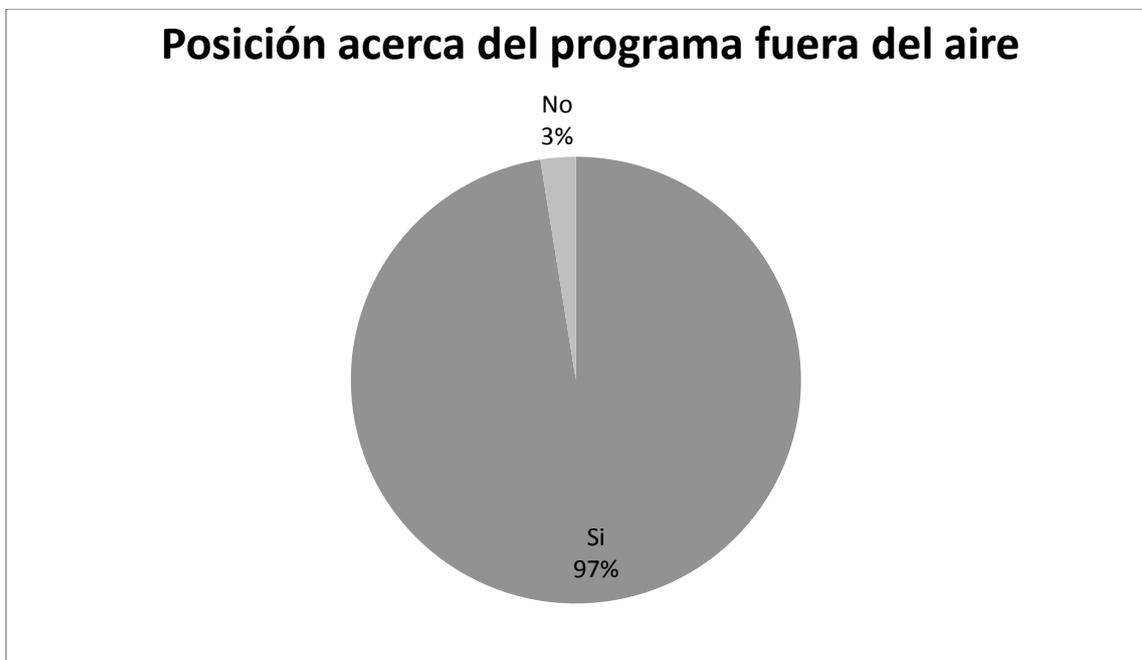
La incidencia directa contenido-audiencia se refleja en el porcentaje del segmento poblacional consultado. La relación vinculante con lo que se muestra en pantalla se traduce en una suerte de necesidad por saber de la vida de otros.

Pregunta No. 5 ¿Cree que este programa NO debería salir del aire?

Tabla No. 5 Posición acerca del programa fuera del aire

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	77	97,47
No	2	2,53
Total	79	100

Gráfico No. 5 Posición acerca del programa fuera del aire



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: De los encuestados, el 98% está de acuerdo en que el programa VCT se mantenga en el aire, solamente un 2% no está de acuerdo en que el programa siga.

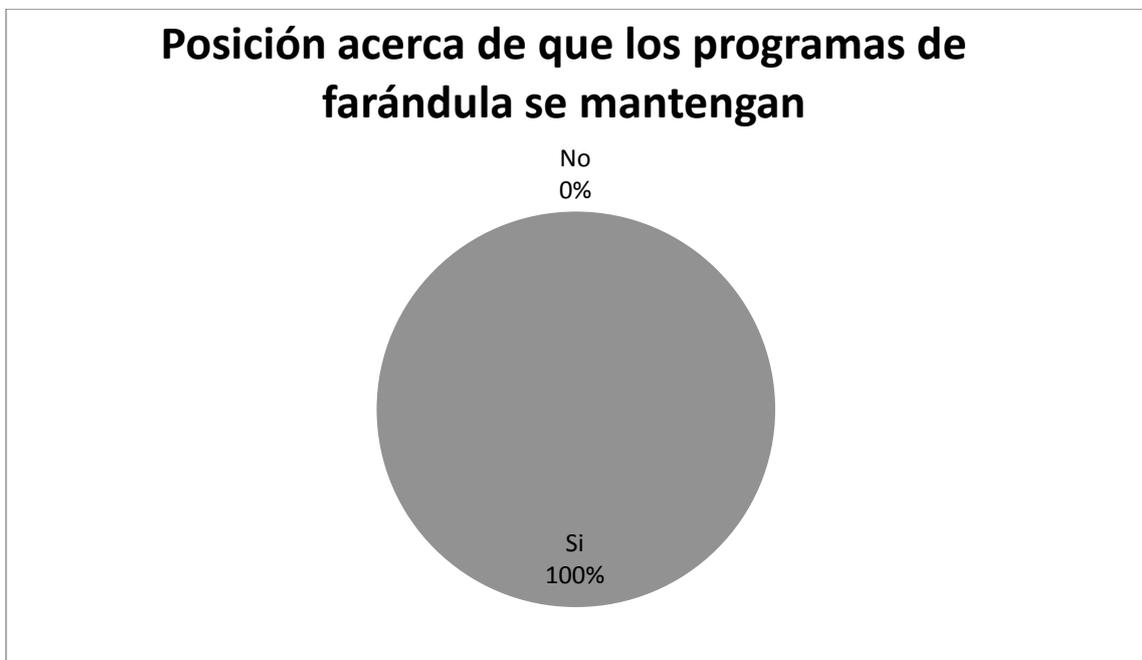
Vamos con Todo, en 12 años de transmisiones, ha pasado a ser parte de la cotidianidad de muchas personas e incluso hogares. Esa referencia secuencial hace que los espectadores seguidores del espacio, que se han habituado a verlo en el mismo horario por 144 meses.

Pregunta No. 6: ¿Cree que deberían seguir los programas de farándula?

Tabla No. 6 Posición acerca de que los programas de farándula se mantengan

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	79	100
No	0	0
Total	79	100

Gráfico No. 6 Posición acerca de que los programas de farándula se mantengan



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: Sobre la posición de las personas en cuanto a si el programa Vamos con Todos debe salir del aire, el 100% está de acuerdo en que el mismo se mantenga en el aire. Programas como Vamos con Todo llenan en el televidente un deseo subjetivo y morboso de saber acerca de la vida ajena. Debido a esto, el éxito del programa no se discute.

Pregunta No. 7 ¿El contenido de VCT debería cambiar?

Tabla No. 7 Posición acerca del cambio del contenido del programa VCT

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	3	3,80
No	76	96,20
Total	79	100

Gráfico No. 7 Posición acerca del cambio del contenido del programa VCT



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: El 96,20% de los encuestados está de acuerdo con el contenido que transmite Vamos con Todos, solamente el casi 4% no se siente satisfecho con el mismo.

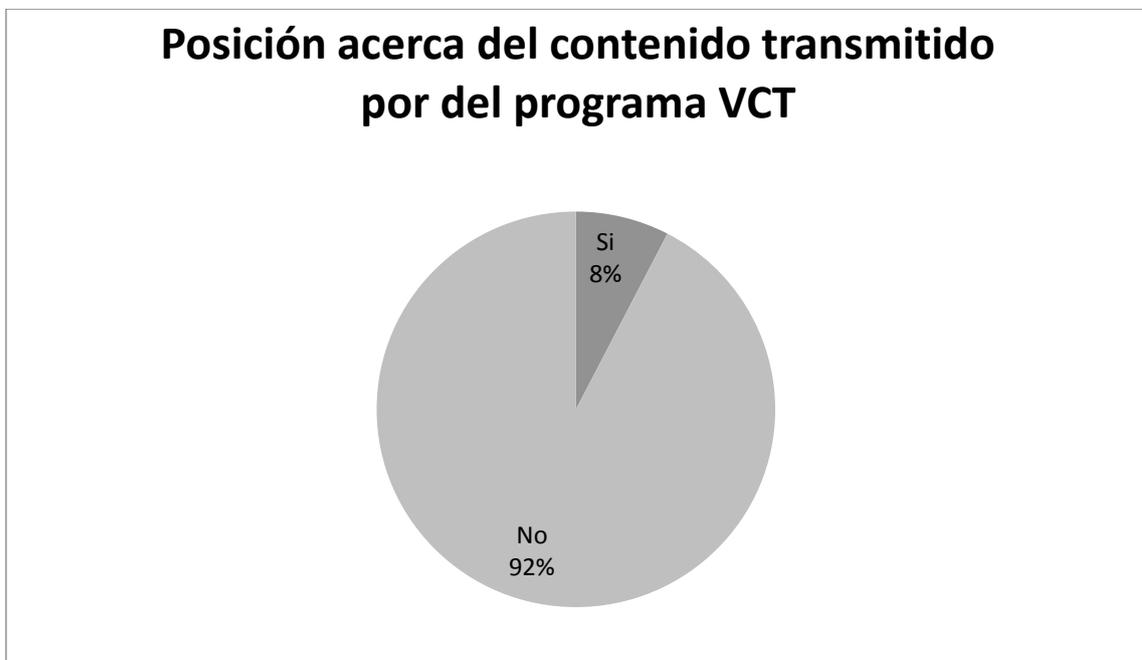
El programa oferta un contenido que llena y sobrepasa las expectativas del receptor porque cual novela, Vamos con Todo tiene una dosis de muchos elementos como drama, romances, peleas, malentendidos y show mediático con todo aquel que busque su espacio para ser famoso.

Pregunta No. 8: ¿El contenido de Vamos con Todo debería ser más educativo?

Tabla No. 8 Posición acerca del contenido transmitido por del programa VCT

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	6	7,59
No	73	92,41
Total	79	100

Gráfico No. 8 Posición acerca del contenido transmitido por del programa VCT



Fuente: Elaboración propia de las autoras

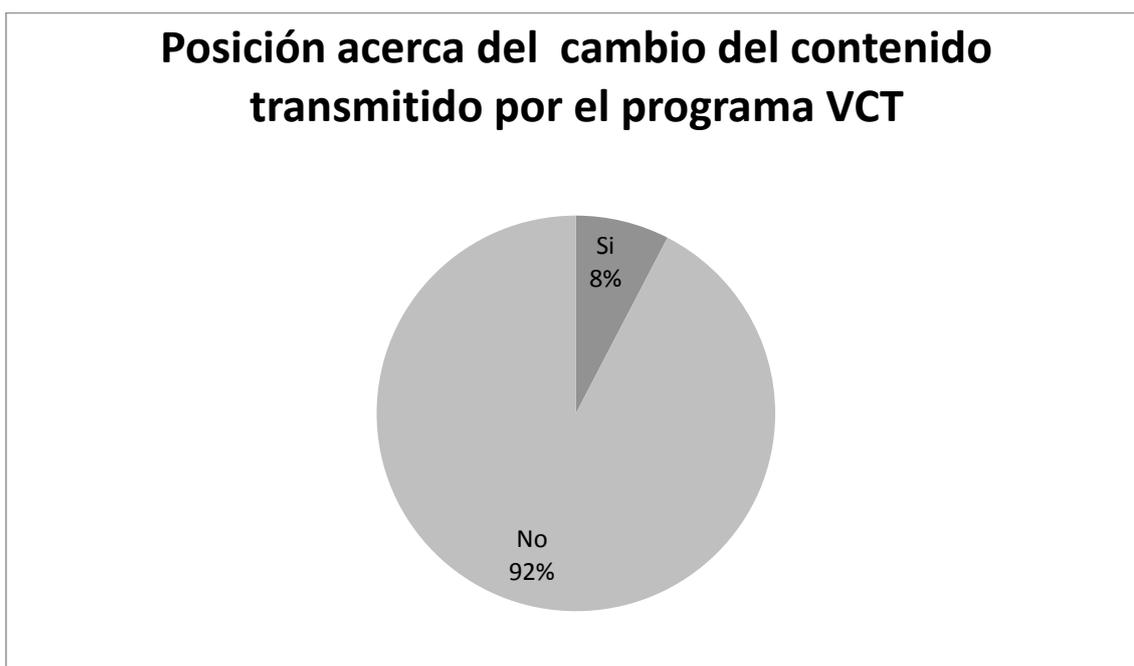
Análisis: El 92,41% de los encuestados no está de acuerdo en que el programa cambie su contenido por uno más educativo, mientras que el 7,59% restante si cree que debería ser cambiado. Al consultar acerca del porqué preferir Vamos con Todo de la manera en que se presenta actualmente, la respuesta de las personas aseguró que si el programa cambiara a educativo, se haría “aburrido y nadie lo vería”.

Pregunta No. 9: ¿Vería VCT si dejaran de mostrar escándalos y chismes?

Tabla No. 9 Posición acerca del cambio del contenido transmitido por el programa VCT.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	10	12,66
No	69	87,34
Total	79	100

Gráfico No. 9 Posición acerca del cambio del contenido transmitido por el programa VCT



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: El 87,34% de encuestados, no está dispuesto a ver el programa si sacan del aire los chismes y los escándalos, mientras que el 12,66% restante seguiría viendo el programa. El resultado –aunque no idéntico- es vinculante con la pregunta No. 8 de si “el contenido de Vamos con Todo debería ser más educativo”. Solo el 12 por ciento considera que sin escándalos y chismes, el programa seguiría siendo atractivo.

Pregunta No. 10: ¿Cree que los conductores de VCT deberían tener más capacitación?

Tabla No. 10 Posición acerca del profesionalismo de los conductores de VCT

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	6	7,59
No	73	92,41
Total	79	100

Gráfico No. 10 Posición acerca del profesionalismo de los conductores de VCT



Fuente: Elaboración propia de las autoras

Análisis: Sobre el profesionalismo de los conductores, un 92,41% opina que estos son profesionales y no deberían cambiar en nada su forma de trabajo, mientras que el resto de los encuestados, confirma que deberían cambiar pues no tienen en cuenta lo que se necesita para aparecer en un programa televisivo.

3.5.1 Análisis de los resultados.

De la encuesta aplicada a los pobladores del barrio Cuba se pudo obtener como resultado que estas personas son poco menos que fanáticos del programa y aficionados de seguir las historias que ahí se cuentan, sin importar que lo expuesto en la pantalla chica, los temas que se tratan deberían circunscribirse al espectro privado de cada quien y sin reparar que lo que se muestra, en muchos casos es todo un montaje sobre la vida personal de un ser humano que tiene todo el derecho a la intimidad.

Sobre quienes aplicamos este estudio, son personas que encuentran en el programa VCT y en sus historias un modo de entretenimiento, una forma de estar al tanto de los escándalos de los cuales son víctimas los personajes públicos del Ecuador.

Por todo lo anteriormente expresado es que se decide realizar un análisis sobre la incidencia del programa Vamos con Todo del canal RTS, en los moradores del Barrio Cuba.

Ante la necesidad de información, la oferta televisiva del país ha multiplicado esfuerzos para que en sus franjas horarias, se pueda ofertar la mayor cantidad de contenidos que puedan consumir los televidentes.

A lo largo de los años, el concepto de ´telebasura´ ha evolucionado y tomado forma hasta llegar a un punto de inflexión en el que programas como ´Vamos con todo´ perteneciente a la televisora RTS, es ubicado en horario estelar de la tarde.

El problema con el contenido de este tipo de espacios, radica en la reducción al absurdo del trabajo periodístico o la labor de un comunicador, es decir, sacar una nota en pantalla y hablar frente a la cámara.

El objetivo de este trabajo es replantear la necesidad de elevar no solo los criterios con los que se producen estos programas, sino el nivel de crítica y opinión que se debe tener con respecto a ellos.

En lo más elemental, 'Vamos con todo' en las notas informativas que presenta, transgrede toda lógica periodística en cuanto a la elaboración de un reportaje, al obviar cualquier norma básica que demanda la presentación de un tema al televidente.

En el planteamiento de esta investigación, esperamos amalgamar propuestas válidas que tengan que ver con el manejo de espacios televisivos como el anteriormente mencionado.

Entre ellas deberemos sugerir el modo en que se debería mover la dinámica y más allá de eso, la discursiva del espacio en cuestión.

Con personajes mediáticos al frente de 'Vamos con todo', en quienes está ausente la formación académica como comunicadores, el resultado inevitablemente será que estos rostros de pantalla obvien y pasen por alto cosas tan sencillas como lo son por ejemplo, el buen uso del vocabulario.

El manejo de los temas será otra directriz de esta investigación. Debido a que la esencia del programa es la exposición pública de cualquier situación que afecte a un cantante, actriz, deportista u otro, siempre y cuando ese hecho a graficar tenga lo que en nuestro medio se conoce como “escándalo”.

Es sabido que ningún programa de farándula de Latinoamérica está completo sin esa dosis de chisme que caracteriza a cada uno, esto debido a que el periodismo de espectáculos como tal, es una cátedra desconocida para la mayoría de quienes son parte de estos espacios de tv.

Finalmente, la crítica argumentativa de nuestro trabajo de investigación, deberá necesariamente suplir la necesidad no satisfecha de una mejor televisión en nuestro medio, para que quien la lea, considere que si hay posibilidad de hacer mejor producción, sin los recursos facilistas usados en la actualidad.

Con estas premisas, hay elementos visuales y audibles suficientes como para generar interés y expectación entre los televidentes y/o consumidores del contenido propuesto.

De un estudio previo que permitió escuchar las opiniones de los moradores en relación al programa en cuestión, determinamos que hay patrones de conducta recurrentes cuando se trata de hablar del tema.

La elemental curiosidad por saber lo que les pasa a otros, es uno de los motivantes para ver este programa. La mayoría coincide en que quieren saber en que termina tal o cual lío o enterarse que va a pasar con la presentadora que se quedó sin trabajo.

Esa característica morbosa de conocer acerca de la vida ajena, se replica en los demás moradores del barrio, quienes al final de la transmisión del programa, comparten información, hacen conjeturas en base a lo que vieron en el programa y adelantan desenlaces de lo que podría pasar.

Así entonces, con un público que muestra ausencia de criterio, incapacidad discriminativa y nulo juicio a la hora de consumir programas como Vamos con Todo, este espacio de la televisión nacional puede seguirse posicionando como favorito en estratos sociales como los pertenecientes al Barrio Cuba.

Conclusiones

- En la memoria escrita se definieron de forma clara y precisa, los factores que están influyendo en los canales de televisión que mantienen programas con este tipo de formato.
- Cada factor de influencia de este tipo de programas son los que convergen para mantener la atención de quienes más que espectadores se han convertido en 'clientes' de los mencionados espacios.
- Se realizó un análisis sobre el contenido de los programas de farándula, lo cuales son transmitidos en la televisión ecuatoriana. De esto se desprende que efectivamente sí se hacen uso de formatos y géneros periodísticos pero, su manejo o uso, están totalmente alejados de los estándares básicos de la profesión del periodista.
- Se realizó una valoración sobre la incidencia mediática del programa Vamos con Todo y su influencia en la formación social del barrio Cuba. Con esto se concluye que el programa ha logrado convertirse en un fenómeno social con 12 años de dominio de audiencia.

Recomendaciones

- Realizar, previo un estudio de necesidades de entretenimiento y educación, un programa de televisión de corte educativo que influya en la formación integral de las personas, en especial del barrio Cuba.

- Efectuar una revisión a la estructura del formato usado en este tipo de programa, con el fin de plantear propuestas que culminen en ofertar un producto diferente, en donde el escándalo y los chismes, no deban ser la base argumental ni eje de desarrollo de los citados espacios.
- Implementar dentro de las carreras de periodismo y Comunicación Social, una asignatura, sea esta optativa o no, en donde pueda enseñar a los futuros profesionales acerca de periodismo de espectáculos.

Bibliografía

- Armendariz, R. (2010). La Narrativa de los Programeas de Farándula: el caso de Vamos con Todo. Quito.
- Cabrera, D. (2011). Imaginario Social, comunicación e identidad colectiva. Navarra: COMUNICACIONES.
- Cervantes, M. d. (2009). Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. La Habana: Pueblo y Educación.
- Constitución del Ecuador. (2008). Quito: Asamblea Cosntituyente.
- Fandos, M. (2012). La Metodología de la Investigación. Un reto para el nuevo siglo. Guadalajara: Solís.
- García, A. (12 de Febrero de 2016). "Vamos con todos" reconoció a talentos de televisión por sus 11 años. El Comercio, págs. 2,3.
- Gómez, R. (20 de Marzo de 2016). Ejemplode.com. Recuperado el 19 de Septiembre de 2016, de Ejemplode.com:
http://www.ejemplos.com/53_conocimientos_basicos/3557-caracteristicas_de_latelevisión.html
- INEC, (2012). Revista Análisis. Nivel de escolaridad de los ecuatorianos. Quito, Ecuador. Recuperado de
<http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/e-analisis5.pdf> Lumet, S. (2008). Así se hacen las películas. RIALP SA.
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Quito: Órgano del Gobierno del Ecuador.
- Panorama Audiovisual (2014). El consumo medio de televisión se sitúa ya en 4 horas y 12 minutos al día. España. Recuperado de
<http://www.panoramaaudiovisual.com/2014/05/26/el-consumo-medio-de-television-se-situa-ya-en-4-horas-y-12-minutos-al-dia/>
- Vázquez, K. (2015). Comunicación: los modos populares de relacionarse y las maneras que tiene la gente de estar/sentirse juntos. Chasqui, 33,34.
- Vélez, I. (17 de Octubre de 2008). Sala de Prensa. Recuperado el 19 de Septiembre de 2016, de Sala de Prensa: <http://www.saladeprensa.org/art780.htm>
- Webdianoia (2016). Formación social - Glosario de filosofía. Recuperado de
<http://www.webdianoia.com/glosario/display.php?action=view&id=141&from=action=search%7Cby=F>
- Zayas, C. Á. (2010). Metodología de la Investigación Educativa. La Habana: Pueblo y Educación.

Anexos

Anexo 01

tc.net
KANTAR
PROMEDIO
Índice: RAT
Plaza: GUAYAQUIL

PERÍODO	BASE	RAT	TC	EC	RTS	UNO	GAM	TVC	TA	TOTAL TV TOT
06:00 - 05:42	248	RAT	6.5	5.9	4.7	4.5	1.8	2.4	2.5	39.2
15:55 - 15:59	250	RAT	3.9	4.5	8.6	4.4	0.2	5.3	9.0	50.4
15:50 - 15:54	251	RAT	3.1	5.0	7.9	4.0	0.7	5.5	9.4	50.2
15:45 - 15:49	250	RAT	3.5	5.5	9.4	2.8	0.4	5.8	7.3	50.0
15:40 - 15:44	251	RAT	3.5	5.6	9.1	2.8	0.4	5.5	6.9	49.0
15:35 - 15:39	251	RAT	3.8	6.1	8.3	2.9	0.5	5.7	6.5	48.3
15:30 - 15:34	251	RAT	4.2	7.8	9.6	2.3	0.2	5.8	5.3	48.2
15:25 - 15:29	251	RAT	6.3	9.8	8.8	1.8	0.2	5.4	3.7	49.3
15:20 - 15:24	251	RAT	8.9	9.1	7.6	2.0	0.4	6.0	3.9	49.9
15:15 - 15:19	251	RAT	8.6	9.8	6.8	1.8	0.7	6.2	3.2	50.9
15:10 - 15:14	251	RAT	8.9	9.7	6.5	1.6	1.2	6.3	3.8	52.0
15:05 - 15:09	250	RAT	8.3	9.7	6.9	1.6	1.0	6.3	3.9	51.3
15:00 - 15:04	251	RAT	9.1	9.8	6.2	2.0	1.0	5.8	3.2	51.7
14:55 - 14:59	251	RAT	9.7	8.8	5.4	2.2	1.0	6.7	3.7	51.2

^ DETALLES

tc.net
KANTAR IBOR
PROMEDIO
Índice: RAT
Plaza: GUAYAQUIL

PERÍODO	BASE	RAT	TC	EC	RTS	UNO	GAM	TVC	TA	TOTAL TV TOT
06:00 - 05:43	248	RAT	6.5	5.9	4.7	4.5	1.8	2.4	2.5	39.2
16:45 - 16:49	251	RAT	3.5	3.8	2.7	10.1	1.8	5.8	2.8	50.5
16:40 - 16:44	251	RAT	3.2	4.1	2.8	9.8	1.8	5.7	3.3	51.2
16:35 - 16:39	251	RAT	3.4	4.4	3.0	10.4	1.4	5.6	5.2	52.3
16:30 - 16:34	251	RAT	3.7	4.8	2.6	10.5	1.0	6.4	5.8	52.9
16:25 - 16:29	250	RAT	2.5	5.2	2.7	9.8	1.6	6.5	8.4	51.9
16:20 - 16:24	250	RAT	2.5	4.9	3.4	9.4	1.4	6.8	8.1	51.1
16:15 - 16:19	250	RAT	3.4	5.0	3.4	10.2	0.8	5.6	7.7	50.6
16:10 - 16:14	250	RAT	3.7	4.7	4.0	9.8	0.3	5.5	9.2	50.9
16:05 - 16:09	250	RAT	4.1	4.5	6.4	7.5	0.3	5.2	9.1	50.5
16:00 - 16:04	250	RAT	3.5	4.6	8.8	5.5	0.3	5.0	8.5	51.1
15:55 - 15:59	251	RAT	3.9	4.5	8.6	4.4	0.2	5.3	9.0	50.4
15:50 - 15:54	251	RAT	3.1	5.0	7.9	4.0	0.7	5.5	9.4	50.2
15:45 - 15:49	250	RAT	3.5	5.5	9.4	2.8	0.4	5.8	7.3	50.0

^ DETALLES

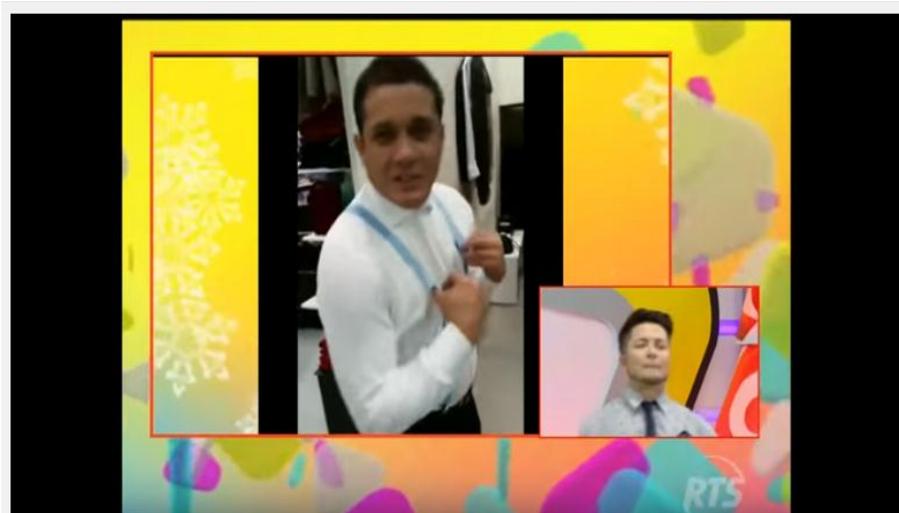
Anexo 02

“Arturo Vizcarra más conocido como ‘Rayo’ involucrado en supuesta violación a una joven”



Anexo 03

“Carlos José Matamoros y su vida amorosa”



Anexo 04

“Tórrido romance entre Ambar Montenegro y Fabio Agostini”



Anexo 05

“En exclusiva Yuleysi y el Pitufo vienen a aclarar que pasa entre ellos”



Anexo 06

“Sofía Caiche pronto se graduará de la universidad”



Anexo 07

En la siguiente tabla se pretenden hacer las especificaciones de contenido que muestren a manera de formato, el modo en que se estructura la dinámica de un programa y para ello, hemos tomado una emisión correspondiente al 14 de septiembre del 2015.

Tabla No. 12: Análisis de la estructura del programa Vamos Con Todo.

Día	Tema	Género periodístico	Representación social
14 de septiembre de 2015	Madurita sexy de la Farándula criolla.	Entrevista	Personaje público que trata de mostrar a la mujer adulta como objeto sexual para hombres y como prototipo de mujer para el género femenino, sacando a relucir su vida amorosa con José Matamoros, permitiéndole no solo dar su opinión a los presentadores sino al televidente, haciendo bromas de doble sentido en vivo.
	Iván Arteaga escoge VCT para presentar a su hijo Arteaga Orellana.	Noticia	Mostrar el lado sensible de los panelistas y del ex combatiente Pamela Orellana, a través de la noticia generada por el nacimiento de su primogénito, es necesario recalcar que fue la ex esposa de Carlos José Matamoros. Programa que se muestra al público

			que trata de copiar e imitar lo que ve, sintiéndose seguro de que lo que dicen y ven es lo correcto, a pesar de que en dicha nota se muestra un error ortográfico en la palabra escoger ya que ellos la mostraron como “escoger”.
	Novedades en caso de la modelo Angie S.	Entrevista	Dar a conocer a la audiencia una agresión contra una modelo en las afueras de la Zona Rosa, dicha modelo quien no era conocida hasta ese momento en el ámbito del espectáculo pero que su caso generó morbo al público hizo que durante días sea un hecho muy comentado por las personas, como si hubieran formado parte de ello.
	Sigue polémica entre Paloma Fiuza y Jenko en Perú.	Noticia	Ex presentadora de VCT, conocida por su sensual cuerpo y su forma sexy de bailar, se ve involucrada en escándalo público por su vida amorosa, demostrando al televidente que los amores de pantalla son show.
	La Bomba y Denisse siguen su reto para convertirse en la	Entrevista	Con parte del show los panelistas realizan retos para llamar la atención

	quinta Kandela.		de sus fanáticos, siempre mostrando a la mujer como diminuta ropa y con bailes muy sensuales, lo que genera gran expectativas en los seguidores de género masculino del programa sin importar el horario en que se transmiten.
	Sigue el drama para el payaso “Remojin”.	Entrevista	Mostrar el lado sensible de la personas y la importancia que para ellos y los que forman parte de VCT tienen hacia el talento nacional, permitiendo dar a entender al televidente que todo hecho que le puede generar rating sin ser conocido puede para ellos generar noticia o show en la prensa rosa, ya que en este caso el involucrado no forma parte de la farándula ecuatoriana.
	Reality farándula de peso.	Noticia Entrevista	Como parte de su show y de programación los reporteros también deben realizar realities, ya que para ello todo lo que cause morbo en el público o permita formarle una crítica constructiva o destructiva al televidente genera noticia.

			<p>Sin importar como se lo muestre, dan a conocer que el físico es TV es lo principal antes que una preparación académica.</p> <p>Y como parte de todo reality también se muestra, una relación amorosa del presentador Matamoros con la entrenadora personal.</p>
	Richard Barker fue detenido tras sufrir accidente de tránsito.	Entrevista	Quienes forman parte de la “Prensa Rosa” no tienen una vida privada, y este es el caso del actor Richard Barker quien por un percance estuvo detenido y su hecho llamo la atención, permitiendo opinar y generar suposiciones inciertas en el televidente.
	Inconformidad en la elección en la Reina Quevedo.	Entrevista	Generar polémica y críticas de los eventos interprovinciales que se realizan sin ser del medio público.
	Minnie pierde el respaldo de sus colaboradores.	Noticia	Muestran la noticia de una mujer que trabaja como “Minnie” de forma burlesca, mostrando la poca educación de la misma y la forma de trabajo que realiza, inclusive involucrando a su

			familia como es el hijo y su papá, haciendo que el público se burle y piense que la mujer no puede realizar ningún tipo de trabajo, permitiendo al televidente sentir no solo burla sino también lastima por lo que se muestra en la noticia, pero generando reating en el público y haciendo show de su vida.
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia de las autoras