



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:

Influencia de los reality shows de tv: programas Calle7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 a 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera.

Tutor:

MSC. Jose Luis Ferez

Autores:

Luis Anthony Caice Macías
Annie Elizabeth Ordoñez González

Guayaquil, 2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Los señores **Luis Anthony Caice Macías y Annie Elizabeth Ordoñez González**, declaro (mos) 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 establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar la **Influencia de los reality shows de tv: programas Calle7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 a 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera.**

Autores:

Annie Elizabeth Ordoñez Gonzalez
C.I.0917821910

Luis Anthony Caice Macías
C.I. 0927352716

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: **“Influencia de los reality shows de tv: programas Calle7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 a 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

Licenciado en Periodismo

Presentado por :

Luis Anthony Caice Macías
Annie Elizabeth Ordoñez González

Tutor:

MSC. Jose Luis Ferez

Urkund Analysis Result

Analysed Document: tesis periodismo ordonez caice.docx (D25304928)
Submitted: 2017-01-26 23:29:00
Submitted By: annie.ordonez.gonzalez@gmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

TESIS CARLOS AVILES.pdf (D15652750)
TRABAJO TITULACION FAICAN HERNANDEZ.doc (D11406692)

Instances where selected sources appear:

10

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

Influencia de los reality shows de tv: programas Calle7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 a 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera.

AUTOR/ES: ANNIE ORDONEZ GONZALEZ
ANTHONY CAICE

REVISORES: JOSE LUIS FEREZ

INSTITUCIÓN:
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL

FACULTAD:
CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 83

ÁREAS TEMÁTICAS:

PALABRAS CLAVE:

REALLITYS, VIOLENCIA , TELEBASURA, ADOLESCENTES , PROGRAMA CONCURSO.

RESUMEN:

Para la realización del presente trabajo se planteó el siguiente objetivo general el cual es Analizar el impacto que ejerce el programa Calle7 y Combate en los estudiantes del colegio Jaime Roldós Aguilera, para lo cual se realizaron encuestas a 200 estudiantes de los cuales comprendió en 17 preguntas donde se buscó tener información de la patrones de conducta, conducta con el medio y comportamiento de los participantes y la influencia en los adolescentes.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: Luis Anthony Caice Macías Annie Elizabeth Ordoñez González	Teléfono: 0968916859 0979507189	E-mail: ANTHONY_KIC@HOTMAIL.ES
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MSC. LUIS CORTEZ ALVARADO DECANO MSC. FEDERICO VARAS CHIQUITO PERIODISMO	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251	
	E-mail: lcorteza@ulvr.edu.ec fvarasc@ulvr.edu.ec	

DEDICATORIA

Primero a Dios porque gracias a él concluyo una etapa muy importante de mi vida donde me permitió elaborar este proyecto con éxito, sin ÉL nada de esto hubiera sido posible.

A mis padres y a mi hermano que siempre estuvieron pendiente de mí, dándome todo su apoyo para que culmine este proceso con el objetivo principal de obtener mi título de Licenciado en Periodismo.

A mis amigos que también me ayudaron en toda mi carrera universitaria a darme ánimos con sus consejos para que juntos podamos compartir un desarrollo profesional gratificante.

Anthony Caice Macías

DEDICATORIA

Primero a Dios porque gracias a Él, Sin el nada de esto hubiera sido posible.

A mi familia a mis amigos que también me ayudaron en toda mi carrera universitaria a darme ánimos con sus consejos para que juntos podamos compartir un desarrollo profesional gratificante.

Annie Ordóñez

AGRADECIMIENTO

Mi pilar fundamental siempre ha sido Dios y mi familia, juntos me permitieron llegar hasta este momento.

Agradezco a mi compañera de tesis Annie Ordoñez González, quien dedico mucho esfuerzo y tiempo para poder alcanzar este objetivo trazado.

También extiendo mi agradecimiento a nuestro tutor, M.Sc. Luis Ferez, que nos permitió, con su ayuda llegar a todos los procesos de elaboración de tesis con éxito.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y a todos sus docentes que brindaron sus conocimientos para que yo los adquiriera y los ponga en práctica en mi vida profesional.

Anthony Caice Macías

AGRADECIMIENTO

Mi pilar fundamental siempre ha sido Dios y mi familia, juntos me permitieron llegar hasta este momento.

Agradezco a mi compañero de tesis Anthony Caice quien dedico mucho esfuerzo y tiempo para poder alcanzar este objetivo trazado.

También extiendo mi agradecimiento a nuestro tutor, EL MSc. Luis Ferez., que nos permitió con su ayuda llegar a todos los procesos de elaboración de tesis con éxito.

A la Universidad Laica Vicente Roca fuerte y a todos sus docentes que brindaron sus conocimientos para que yo los adquiriera y los ponga en práctica en mi vida profesional.

Annie Ordóñez

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Páginas
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
CAPÍTULO I.....	1
1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Sistematización del problema.....	3
1.4 Objetivos de la investigación	4
1.4.1 General.	4
1.4.2 Específicos.	4
1.5 Justificación de la investigación.....	4
1.6 Delimitación o alcance de la investigación.....	6
1.7 Idea a defender.	7
CAPÍTULO II.....	8
2.1 Marco Referencial	8
2.2 CALLE 7.....	8
2.3 COMBATE	11
2.4 Canal TV TC Televisión.....	12
2.5 Canal TV RTS	16
2.6 Reality Show	19
2.7 Telebasura	20
2.8 La influencia.....	22
2.8.1 Concepto.....	22
2.8.2 Tipos de influencia social sobre el comportamiento.....	22
2.9 Efectos de los reality shows en la sociedad usando la televisión como medio	28
2.10 El verbo en la televisión.....	30
2.11 El género televisivo: Reality shows lo de moda y copiado.....	32
2.13 Marco Legal	33
2.14 Marco conceptual	36
CAPÍTULO III.....	40
3.1 Marco Metodológico	40
3.2. Tipo de investigación.....	40
3.2.1 Descriptiva.	40
3.2.2 De Campo.	40

3.2.3 Documental.....	41
3.3 Enfoque de investigación.....	41
3.4 Técnicas de investigación.....	41
3.4.1 Documental y de Campo.....	41
3.4.2 Entrevistas.....	41
3.4.3 Encuestas.....	42
3.4.4 Fichas.....	42
3.5 Población y muestra.....	42
3.6 Recolección de la información.....	43
3.7 Procesamiento de los datos y análisis.....	43
3.8 Resultados.....	44
4.9 Análisis de los Resultados.....	62
4.10 Conclusiones.....	63
BIBLIOGRAFÍA.....	65
ANEXOS	

INDICE DE GRÁFICO

Gráfico	Descripción	Pagina
Gráfico 1	Pregunta 1	45
Gráfico 2	Pregunta 2	46
Gráfico 3	Pregunta 3	48
Gráfico 4	Pregunta 4	49
Gráfico 5 ^a	Pregunta 5	50
Gráfico 5b	Pregunta	51
Gráfico 6	Pregunta 6	52
Gráfico 7	Pregunta 7	54
Gráfico 8	Pregunta 8	55
Gráfico 9	Pregunta 9	56
Gráfico 10	Pregunta 10	57
Gráfico 11	Pregunta 11	58
Gráfico 12	Pregunta 12	59
Gráfico 13	Pregunta 13	60
Gráfico 14	Pregunta 14	61
Gráfico 15	Pregunta 15	62
Gráfico 16	Pregunta 16	63
Gráfico 17	Pregunta 17	64

INDICE DE FIGURAS

Figura	Descripción	Página
Figura 1:	Cuántas horas al día usted dedica a ver televisión	45
Figura 2:	Los realitys shows son:	46
Figura 3:	¿Cuál de los siguientes programas ha visto usted?	48
Figura 4:	Con qué frecuencia sintoniza los realitys show nombrados anteriormente	49
Figura 5a:	¿Qué encuentra usted en estos programa?	50
Figura 5b:		51
Figura 6:	¿Se siente usted identificado con alguno de los participantes de los reality de televisión?	52
Figura 7:	¿Qué es lo que más le llama la atención a usted de COMBATE Y CALLE?	54
Figura 8:	¿Usted imitaría a los competidores de los programas?	55
Figura 9:	Cuando veo estos programas me incentivan a...	56
Figura 10:	¿Considera usted que los romances que en los programas son?	57
Figura 11:	Usted cree que en los programas COMBATE Y CALLE7 mejoran su comportamiento?	58
Figura 12:	Lo que más le agrada de COMBATE Y CALLE 7 es...	59
Figura 13:	Usted cree que el contenido de estos programas causa:	60
Figura 14:	Que contenido debería incorporar CALLE 7 y COMBATE?	61
Figura 15:	Usted considera que estos programas influyen o influirán en su vida de una forma:	62
Figura 16:	Usted considera que estos programas deben seguir transmitiéndose.	63
Figura 17:	Considera usted que estos programas con el tiempo llegarán a tener contenido violento.	64

RESUMEN

El presente trabajo se realizó en la ciudad de Guayaquil, donde se determinó como los programas televisivos llamados Reality Show Calle 7 y Combate transmitido por RTS y TC televisión respectivamente influye en el comportamiento, relaciones con el medio y forma de expresiones por parte de los estudiantes entre las edades de 12 a 16 años del Colegio Fiscal Jaime Roldós Aguilera, ubicado al sur de la ciudad.

Para la realización del presente trabajo se planteó el siguiente objetivo general el cual es Analizar el impacto que ejerce el programa Calle7 y Combate en los estudiantes del colegio Jaime Roldós Aguilera, para lo cual se realizaron encuestas a 200 estudiantes de los cuales comprendió en 17 preguntas donde se buscó tener información de la patrones de conducta, conducta con el medio y comportamiento de los participantes y la influencia en los adolescentes.

También se realizó entrevista a dos profesionales psicólogas de la ciudad donde emitieron sus comentarios y conceptualidades en referente a este problema que afecta el comportamiento de los adolescentes quienes imitan a estos personajes. Con los resultados obtenidos a partir de las encuesta, entrevista y revisión bibliográfica respecto al tema, se obtuvo que un porcentaje alto de los estudiantes tienen un comportamiento igual a los personajes de estos programas, que desean en algún momento poder participar y ser llamados famosos o talentos de televisión.

Como una de las conclusiones principales podemos indicar que los jóvenes en forma general son atraídos por estos productos televisivos gracias a los participantes o personajes que se presentan en el programa, ya que día a día muestran una supuesta realidad con la que se identifica el televidente por lo que el adolescente adopta costumbres y léxico que son aprendidas por el contenido que es escrito por guionistas no son improvisadores y cada uno de los segmentos debe ser escrito, porque es falso lo que se presenta en estos programas.

Se debe encaminar a los adolescentes a tener criterios en lo que ellos observan y estar pendientes de los programas televisivos que deben tener una mejor normativa en los controles y textos que se mencionan y eliminar temas como agresiones verbales, físicas y psicológicas que son diarias en los programas, y dejar de expresar que la vida cotidiana es así.

ABSTRACT

The present work was carried out in the city of Guayaquil, where it was determined how the television programs called Reality Show Calle 7 and Combate transmitted by RTS and TC television respectively influence the behavior, relations with the means and form of expressions by the students Between the ages of 12 and 16 years of the Jaime Roldós Aguilera Fiscal College, located to the north of the city.

In order to carry out the present work, the following general objective was proposed: Analyzing the impact of the Calle7 and Combate program on Jaime Roldós Aguilera students, for which 200 students were surveyed, comprising 17 questions Where it was sought to have information on behavioral patterns, behavior with the environment and behavior of participants and influence on adolescents.

Also interviewed two psychologists professionals from the city where they issued their comments and conceptualities regarding this problem that affects the behavior of teenagers who imitate these characters.

With the results obtained from the survey, interview and bibliographic review regarding the subject, it was obtained that a high percentage of students have a behavior equal to the characters of these programs, who at some point want to be able to participate and be called famous or Television talent.

As one of the main conclusions we can indicate that young people in general are attracted by these TV products thanks to the participants or characters that are presented in the program, since every day show an alleged reality with which the viewer is identified by What the adolescent adopts customs and lexicon that are learned by the content that is written by writers are not improvisers and each of the segments must be written, because what is presented in these programs is false.

Adolescents should be guided to have criteria in what they observe and be aware of television programs that must have better regulation in the controls and texts that are mentioned and eliminate issues such as verbal, physical and psychological aggression that are daily in the Programs, and stop expressing that everyday life is like this.

RESUMEN DE CAPÍTULOS

Capítulo I

En este capítulo de Introducción se determinó cuáles fueron los problemas porque se planteó el trabajo donde se pudo determinar la influencia de los personajes entre los adolescente, también se determinó la formulación del problemas, la sistematización, justificación del trabajo y los objetivos tanto el general como los específicos que fue parte importante del trabajo y que se mantuvieron acorde con los resultados y conclusiones que se presentan.

Capítulo II

El marco referencial importante en el desarrollo del trabajo donde se ubicaron citas con sus respectivos autores relacionados con el tema donde se pudo determinar el efecto que se está desarrollando con los programas televisivos denominados Realitys Show, además se presentan conceptualizaciones de las terminologías planteadas y el Marco Legal en relación a los controles de los programas de televisión. Las referencias bibliográficas tiene un periodo de 5 años hacia la fecha y también se ubicaron trabajos de tesis, documentación y ensayos, estos se los ubico en las bibliotecas de las universidades de la ciudad de Guayaquil y con los buscadores de internet.

Capítulo III

El marco metodológico se referencio en el lugar del trabajo de investigación, materiales e insumos que se utilizó, el tipo de la investigación, el enfoque de la misma, además de las técnicas entrevistas como anexos y la encuestas a los estudiantes, además de recolección de la información y el procesamiento de los datos

Se ubicó también los resultados de las entrevistas representadas en gráficos, Gráficos y análisis de cada uno de ellos. También se ubica un análisis de forma general de los resultados. Se mencionan las conclusiones y las recomendaciones del trabajo.

CAPÍTULO I

1.1 Planteamiento del Problema

Los programas de realitys han sido la causa de muchas y persistentes críticas, desde el momento de su aparición, entre las más reiteradas están los aspectos relacionados a su programación, la que se podría calificar, por muchos y en su mayoría como mediocre.

Este aspecto podría considerarse como una influencia negativa para el espectador y sobre todo para el adolescente que aún no tiene el necesario juicio como para entender y analizar los contenidos que emite esta programación de televisión.

De la misma manera que se habla de alimentación basura también se puede hablar de una educación basura en la que uno es educado para ser cautivo y manipulado.

Calle7 y Combate programas de realitys, sin bases conceptuales, capaces de manipular y adormecer conciencias donde su influencia natural para los televidentes es hacer y seguir lo que están viendo en tiempo real, sin importar cual fuese el contenido.

A nuestro criterio un reality debe tener un contenido que sea cautivador donde cualquier persona que vea tenga una experiencia inolvidable que anhele crear algo similar dentro de su entorno familiar, inculcar principios y valores que tanta falta hace a la sociedad, que plantee muchos problemas con sus posibles soluciones, tener una narrativa moderna sin necesidad de empalagosos formalismos.

El efecto que causa o la influencia de estos programas en los adolescente, es que se vive siempre en competencia, en amenazas a tus rivales e inclusive entre los miembros del mismo equipo por ser el seudo líder y que lo saben hacer todo cuando nunca han realizado actividades de liderazgo, además sumar las relaciones triviales o porque el canal o los editores de los programas lo indican en formar parejas y mantener una relación fingida.

Estos comportamientos en el medio televisivo y más aún repetitivo en los medios de internet están mal formando una conducta del adolescente en que la sociedad le debe algo y que solo es competir mal sanamente y pisotear la moral de otros. Estos aspectos negativos son consecuencia de una clara visión de hacia dónde van los programas, incluso de hacer noticias de todo, si la familia está de acuerdo con los comportamientos de los participantes, que se operó de alguna parte del cuerpo o cosas así, claro está una idea de hace años de una película norteamericana que se proyectaba a toda la audiencia lo que hacía un ser humano, pero acá no hay moral, no hay un concepto básico de programas reality y que influyan a la población en forma general.

Todos los programas copiados y extranjeros que se proyectan en la televisión ecuatoriana debe pasar por controles o por lo menos con sugerencias de la academia como respaldo a la seguridad visual y de contenidos, además que los estamentos control deben supervisar los contenidos no solo políticos, sino de todo, de cuidar el buen vivir con programas divertidos, entretenidos, de competencia formal y educada, no de groserías y maltratos entre los mismos personajes de grupo.

Por ello es indispensable promover valores positivos, fortalecer la comunicación intrafamiliar, además de actuar en forma corresponsable para atenderlo entre instituciones y ciudadanos, en donde los padres juegan un papel importante, pues deben orientar sus acciones a inculcar en las niñas y en los niños una cultura que evite la violencia.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo influye el Programa Calle 7 y Combate en la conducta de los alumnos de educación Básica Superior del Centro Educativo Fiscal Jaime Roldós Aguilera?

1.3 Sistematización del problema

¿Qué Actitudes manifiestan los estudiantes ante los aspectos negativos de los programas Calle 7 y Combate?

¿Se promueve la violencia como una manera normal para resolver un problema en los programas?

¿Qué estereotipos fomentan en los adolescentes los participantes de los programas Calle 7 y Combate?

¿Qué Tratan de imitar los estudiantes al ver estos programas?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 General.

Analizar el impacto que ejerce el programa Calle7 y Combate en los estudiantes del colegio Jaime Roldós Aguilera.

1.4.2 Específicos.

- Determinar los patrones de conducta que fomentan en los adolescentes los participantes de los programas Calle 7 y Combate.
- Comparar las posibles relaciones que existan entre la conducta del estudiante del colegio Jaime Roldós Aguilera y los hábitos de los programas.
- Identificar si el tipo de comportamiento que se utiliza en los programas es apropiado para los adolescentes.
- Sistematizar referentes teóricos de los realitys Calle 7 y Combate de los medios de comunicación del Ecuador

1.5 Justificación de la investigación.

La iniciativa de este análisis surge por la necesidad de tener un buen contenido hacia los adolescentes y que ellos a su vez puedan observar un producto bueno en un programa de televisión donde no solo dependa de rating sino de concientizar valores, principios y dar un programa donde los estudiantes fortalezcan sus conocimientos y no disminuyan sus ganas de aprender.

La presente investigación es necesaria para conocer cómo los programas basados en reality shows son un fenómeno televisivo actualmente puede afectar en la vida de los adolescentes. Además que cada día estos programas ganan nuevos espacios en los medios de comunicación que ahora es televisivo, debido principalmente que son programas copiados o se compran las franquicias.

Con los antecedentes expuestos se puede relacionar el interés de analizar el contenido de los programas CALLE 7 y COMBATE mediante evaluaciones, encuestas y entrevistas a estudiantes adolescentes de 12 a 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera, ubicado en el barrio Fertisa , al sur de la ciudad de Guayaquil, y así poder examinar las posibles conductas producidas al ver este tipo de programación ya que la supervisión no se da en estos casos porque la familia entera ve esto y no hay debate o explicación de las cosas entre los padres y los hijos.

El resultado obtenido está presentado en formas gráficas con los análisis respectivos y la entrevista a profesionales para fortalecer el estudio. Además con este estudio se pretende demostrar si los realitys show concientizan el buen vivir y las buenas costumbres entre los integrantes de las familias para que realmente conozcan si el producto que ven es de total agrado y especialmente si es productivo para la vida de los adolescentes o por lo menos se den criterios sobre cada acción que se produce en estos programas.

Una solución que se pueda desarrollar después de los resultados es formar criterios o dar charlas a los colegios por parte de sus orientadores quienes están en mayor contacto con los estudiantes y analizar lo sucedido en tal día o episodio de estos

programas y tomarlos como ejemplo y debatir, que ellos mismos desarrollen sus capacidades conscientes de que lo actuado en televisión no es lo que la sociedad necesita.

Presentar esta investigación es tratar de ejercer un análisis periodístico que muestre la veracidad de estos programas y a su vez conocer las opiniones y reflexiones de la sociedad. Los medios de comunicación pueden ser mediadores para intervenir y explicar de una manera práctica y teórica conceptos fundamentales donde su único objetivo debería mejorar un estilo de información que no afecte en el desarrollo de la formación de un adolescente y que luego se refleje en la parte adulta siendo personas de la sociedad.

1.6 Delimitación o alcance de la investigación.

La investigación se realizó entre los meses de Julio a Septiembre del 2016, en las aulas del Colegio Jaime Roldós Aguilera ubicado Geográficamente en la Provincia del Guayas, cantón Guayaquil, sur de la ciudad, Guasmo Oeste, Sector Fertiza, Ave. Juan Bosco y Ávala Mestanza donde participaron los estudiantes de educación básica superior, la información se compiló y analizó de manera cuantitativa.

Los televidentes provienen de niveles socioeconómicos medio bajo y bajo típicos, ya que estos niveles sociales son los más vulnerables a aceptar este contenido. Facilidad en el desarrollo de estudio de muestra debido a laborar en la zona en donde la muestra fue estudiada.

1.7 Idea a defender.

Los realitys: Calle7 y Combate afectan la conducta de los adolescentes del colegio Jaime Roldós Aguilera al imponer modas, costumbres y hábitos negativos.

CAPÍTULO II.

2.1 Marco Referencial

Los hábitos del país y la acogida que han tenido los programas entre los adolescentes en Ecuador los tres reality Combate, Calle 7 y BLN La competencia, son los programas que a partir de las 17h30 hasta las 23h30 se disputan los niveles de audiencia en sus respectivos horarios, sin lugar a duda cada uno en su espacio acapara altos niveles de audiencia, en un horario donde los padres de familia y los jóvenes se encuentran en sus casas reunidos listos para merendar o descansar; en ese proceso tomarse el tiempo de encender la televisión y sintonizar su programa favorito nunca está de más (Faican y Fernandez, 2014, p 34).

2.2 CALLE 7

Calle 7 Ecuador es un programa de televisión adaptado del programa chileno Calle 7 que se transmitió por TVN de lunes a viernes a las 18:00 horas. Emitido por TC Televisión, conducido por Ronald Farina y Jaime Arellano en donde un grupo de jóvenes deben participar en distintas pruebas con el fin de no ser eliminados y poder ganar un gran premio final. Además obtuvo el premio ITV 2013 y 2014 con el mérito al "mejor programa de concursos", elegido por el público (TCtelevision, 2016).

Actualmente el programa va a cumplir 4 años en la televisión donde los concursantes algunos los mismos que la primera temporada otros cambian o vuelven para lograr vengarse de quienes los sacaron, y dentro de los nuevos son personajes que salen la farándula y que puedan aumentar los niveles de rating, que es el principal

motivo ya que se puede tener más sponsor comerciales siendo esta una de las principales fuentes de ingresos de los canales, reporta un nivel de rating.

No cabe duda que Calle 7 llegó a revolucionar la televisión ecuatoriana, no solo por el hecho de ser una exitosa franquicia internacional, sino porque cada uno de los competidores se ganó un lugar importante en los ecuatorianos, por este motivo en este programa especial contaremos con la presencia de invitados históricos y ex competidores que dejaron una gran huella en la competencia.

El programa no solo se ha destacado por adueñarse de las tardes ecuatorianas con una propuesta sana y divertida, sino que además ha sido cuna de crecimiento de diferentes talentos que hoy por hoy ocupan un lugar importante en la señal de TC.

Pioneros en el uso de la tecnología, con la implementación de la señal DUAL, la misma que brinda un contenido diferenciado a lo que el televidente ve en su pantalla, durante estos 2 años y 6 temporadas talentos como Cinthya Coppiano, Lissete Cedeño, Mario Vélez y JC Palma fueron los encargados de brindar toda la información exclusiva a través de esta señal; actualmente Nicol Córdova se encuentra a cargo de la misma.

Año	Premiación	Categoría	Nominado/a	Resultado
2013	Premios ITV 2013 ¹³	Mejor programa de concursos	Calle 7 Ecuador	Ganador ¹⁴
		Mejor animador programa de concursos	Ronald Farina	Ganador
		Mejor actriz de comedia	Karin Barreiro	Nominada
2014	Premios ITV 2014 ¹⁵	Mejor programa de concursos	Calle 7 Ecuador	Ganador ¹⁶
		Mejor animador programa de concursos	Ronald Farina	Ganador
			Jaime Arellano	Nominado
2015	Premios ITV 2015 ¹⁷	Mejor animador programa de concursos	Ronald Farina	Nominado
			Jaime Arellano	Nominado
		Mejor programa de concursos	Calle 7 Ecuador	Nominado

Figura 1: Premio obtenidos por el programa Calle 7, en los premios ITV.

Fuente: ITV, 2015

“*La competencia es de verdad*” es programas se encarga de llevar al extremo a sus participantes bajo competencias duras que requieren de un alto grado de fuerza física y una gran destreza mental para dejar todo en lo que denominan el campo de batalla. Diariamente los participantes de los dos equipos, rojos y amarillos compiten por salvar a sus integrantes de una nominación y evitar perder un integrante de cada equipo en lo que cada lunes sería el día de eliminación. Muy pocas veces se salva de eliminación a los participantes por mensajes de texto, ellos se salvan personalmente compitiendo.

Durante la duración del programa desde las 18h00 hasta las 20h00 se realizan diariamente tres pruebas, que duran de 10 a 15 minutos compitiendo por 100, 200 y 300 puntos y al final el equipo que sume más puntaje será quien nomine a alguien del equipo contrario. Actualmente Calle7 posee 2 estudios, el denominado campo de batalla y un estudio A que es donde realizan por lo general segmentos de reality y una que otra competencia física (Faican y Fernandez, 2014, pag 45).

2.3 COMBATE

Según la página oficial de RTS (2016), el programa es un reality show, transmitido conformado por competidores y dividido en dos grupos que se distinguen por sus colores, azul y naranja. Actualmente se ha añadido a este programa un grupo de color verde denominado equipo S, la finalidad del mismo según la producción es que incentiven en los demás competidores esfuerzo y más competencia. Cada quince días los participantes tienen que pasar por un proceso de nominación, los elegidos salen de la votación de sus mismos compañeros. Y a la siguiente semana el participante con menos votos por parte del público sería el eliminado, y un nuevo concursante ocuparía su lugar y así sucesivamente. El programa tiene una duración de dos horas y se encuentra en horario estelar de la televisión; en las noches de 20h00 a 22h00.

Los competidores se enfrentan en concursos donde ponen a prueba sus destrezas físicas e intelectuales, estas características sumadas a los enfrentamientos y sentimientos forman parte de cada noche de programa. Al día siguiente los pormenores de cada enfrentamiento se ponen en análisis y debate en uno de los bloques. La alegría, la furia y la tristeza son los principales sentimientos que hacen de este programa todo un show televisivo.

El programa además tiene otros espacios de retos de bailes o donde los participantes demuestran talentos tales como actuar, cantar, fono mímicas, entre estos también hay espacios donde a través de los concursantes realizan obras sociales con personas de escasos recursos económicos.

Los integrantes de cada equipo poseen distintas actitudes y comportamientos; aquí se reúne a jóvenes de diversas partes del país, incluso muchas veces extranjeros. Cada grupo se encuentra representado por un miembro a quién bajo el concepto de líder se le da la potestad de guiar a sus demás compañeros.

Además de evidenciarse la destreza de los chicos a la hora de jugar, la vida de cada integrante de este programa se someterá a juicios de valores por sus demás compañeros y por los televidentes.

Durante estos segmentos de reality, donde el carácter de cada competidor sale a flote se observan distintos factores que conllevan a tal punto, entre ellas están:

- Rupturas amorosas
- Engaños entre parejas
- Peleas por diferencias personales
- Peleas por liderazgo
- Poca empatía entre los miembros
- Mentiras
- Trampas

2.4 Canal TV TC Televisión

1969: El 30 de mayo de 1969 (aniversario TC) se marcó un hito trascendental en la historia de las comunicaciones ecuatorianas y en la televisión nacional con “Cadena Ecuatoriana de Televisión Canal 10”, en ese entonces Telecentro. Un nuevo canal para la comunidad.

1994 – 1995: Cambio general en la imagen del canal. Comenzamos a ser TC TELEVISIÓN con RacachapunTC y luego el Sucuchucupau desde ese momento con un nuevo logo, nuevo gingle, nuevos programas. Caracterizados por ser un canal joven, alegre, dinámico y divertido. En 1995 se empieza a construir el nuevo edificio (frente al aeropuerto).

1997: Inauguración del edificio nuevo de TC con las más modernas instalaciones.

1999: Primer canal que apoya al talento ecuatoriano. Único canal con 60% de producción nacional. Lanzamiento de canción "Ponle Fe Ecuador" como apoyo a la crisis nacional que se vivió en esos años siguientes.

2002: Relanzamiento de campaña Sucuchucupau. Se retoma el antiguo jingle y se le realiza ciertas modificaciones.

2003: Campaña institucional PONTC

2004: TC lanza una campaña de unificación ecuatoriana con su canción "YO NACÍ EN ESTE PAÍS", que hasta la actualidad continúa en la mente de todos los ecuatorianos, pues la canción fue interpretada por Pamela Cortéz y Juan Fernando Velazco y en el video aparecían todos nuestros talentos de pantalla. Como símbolo de la campaña se realizaron pulseras con los colores de la bandera del Ecuador.

2006: Se inauguran las REMODELADAS instalaciones de TC televisión en Quito, dando un paso agigantado en la ciudad capital y permitiendo que todo nuestro personal trabaje con mayor comodidad y tecnología.

El canal más famoso del Isaías. TC Televisión, pasó a manos del estado. Jorge Cajamarca, quien trabajó desde 1969 en el área de producción, recuerda que la televisora tuvo señal en todo el país. Pero sus primeros dueños no pudieron sostener el alto costo operativo y cayó en mora con La Filantrópica (luego Filambanco), de la familia Isaías Barquet. El Observador fue el primer noticiero. El canal sirvió de plataforma política para Antonio Hanna Musse, quien ganó la alcaldía de Guayaquil en 1978. El Observador dio paso a Noti 10 y luego a El Noticiero. Otros presentadores y directores de noticias, como Jimmy Jairala, también pasaron a la política por la popularidad en TC.

El martes 8 de julio de 2008, la Agencia de Garantía de Depósitos AGD ordenó la incautación de todas las empresas del grupo económico Isaías, entre ellas esta televisora. Según la AGD los propietarios del grupo Isaías poseían una deuda generada al recibir dinero del Estado durante la crisis financiera de 1998 y 1999, cuando estos eran accionistas de Filambanco. La televisora continuó transmitiendo hasta resolver su situación jurídica, como consecuencia, TC Televisión pasó a manos de Sistema Ecuatoriano de Radio y Televisión S.A

En septiembre de 2015 la cadena firma un acuerdo con el canal venezolano TV es para la producción de telenovelas, intercambio de contenidos y talentos de ambas televisoras. TC Mi Canal también ha transmitido varios programas

internacionales y gracias a su asociación con el canal Telemundo de Estados Unidos le ha permitido transmitir telenovelas estadounidenses, como Amor sin reserva, etc. También ha transmitido telenovelas venezolanas de la realizadora RCTV Producciones, entre las cuales se encuentran Piel Salvaje, Corazón traicionado, Amores del fin del siglo, Cambio de Piel, Luisa Fernanda, Viva la pepa, Trapos íntimos, La cuaima, El desprecio, La CQ, etc. También ha transmitido telenovelas colombianas, gracias a su alianza con RCN Televisión, entre las cuales están Celia, Diomedes, el cacique de la junta, Dr. Mata, La Playita, Las Santísimas entre otros.

Desde 2013, TC Mi Canal tiene derechos de transmisión para televisión abierta en Ecuador del certamen de belleza desde Guayaquil para todo el país con cobertura nacional para Miss World Ecuador.

Desde 2014, TC Mi Canal tiene derechos de transmisión para televisión abierta en Ecuador del certamen de belleza desde Machala para todo el país con cobertura nacional para Reina Mundial del Banano. En el 2014, TC Mi Canal en convenio con Gama TV y Oromar Televisión vivimos una fiebre deportiva increíble el tercer mundial de la Selección de todos los ecuatorianos el Mundial Brasil 2014.



Figura 2: Portada del canal TC en la página web

Fuente: www.tctelevision.com

2.5 Canal TV RTS

“El primer canal del Ecuador” es el eslogan que RTS acuñó en este año, a propósito de sus bodas de oro. Los 50 años que esta estación cumplirá son también los 50 años de la historia de la televisión nacional, pues fue el primero en emitir su señal.

Sucedió el 12 de diciembre de 1960 y un año después de que José Rosenbaum trajera de una feria de su natal Alemania tres cámaras, una caña para boom (brazo extensible para sostener el micrófono por encima de los personajes que realizan una escena), una consola de sonido, un transmisor pequeño, campanas y reflectores de luces con sus respectivos cables y conectores, y dos micrófonos.

El inventario de lo que se consideró entonces un equipo para circuito cerrado lo hace Vicente Bowen, quien fue convocado por Rosenbaum y su esposa, la ecuatoriana

Linda Zambrano, para que se convirtiera en el primer camarógrafo de una aventura llamada televisión.

En Diciembre de 1959 comenzó la instalación de los primeros equipos, que más tarde proseguirían con el nuevo técnico español Francisco García Díaz. Mientras tanto, Linda Zambrano de Rosenbaum viajó a Quito para obtener la primera frecuencia de televisión del Ecuador, que fue otorgada por decreto ejecutivo # 951 del entonces el Presidente del Ecuador Dr. Camilo Ponce Enríquez y el Ministro de Obras Públicas y Comunicaciones Arq. Sixto Durán-Ballén. La concesionaria de la frecuencia fue Linda Zambrano de Rosenbaum, por cuanto su esposo era extranjero.

El 1 de junio de 1960 se otorgó el permiso de operaciones de "Primera Televisión Ecuatoriana Canal 4" con sede en la ciudad de Guayaquil, frecuencia que corresponde a RTS. La primera emisión salió al aire a las 17:00, con dibujos animados y musicales, todos en película de 16 mm y en blanco negro. En adelante, los programas que se presentaron fueron documentales, dibujos animados y musicales. La señal se abría de 17:00 a 22:00, de lunes a domingo. En enero de 1961 el actor y director Paco Varela y su elenco empezaron a hacer miniserias de 10 minutos.

Después de más de cuatro décadas de ser los pioneros en la televisión nacional, Canal 4 de Televisión da un giro en su imagen, para convertirse en RedTeleSistema, RTS, un canal de trayectoria con una visión joven y dinámica como lo exige la televisión actual. El 19 de septiembre de 2005, el canal lanzó su nueva imagen a la prensa nacional, mostrando un rostro diferente: El de un canal joven, dinámico, pero

con el respaldo de 50 años de trayectoria que han marcado un camino de éxitos y un horizonte prometedor.

Desde el mes de diciembre de 2015, RTS se convirtió en el canal más longevo del Ecuador al cumplir 55 años.



Figura 3: Portada del canal RTS en la página web

Fuente: www.rts.com.ec

Programación:

- Matinal: El club de la mañana, revista matinal de variedades con contenido de interés para toda la familia.
- Noticieros: La noticia, noticiero de primera emisión,
- La noticia en la comunidad, noticias de conexión directa con la sociedad, cubre necesidades que requieren ser atendidas ante las autoridades competentes.
- La noticia estelar, última emisión del noticiero en el día, en el que se recapitula todo lo acontecido en el día.

- Copa, noticiero deportivo, brinda información que acontece a nivel internacional y nacional, dentro fuera de la cancha.
- Entretenimiento: Vamos con todo, programa de farándula, dirigido a reportar romances, rupturas, escándalos, de los personajes de la farándula criolla del Ecuador.
- *“Combate, programa reality de competencia, en el cual los equipos de color azul y naranja se desafían en pruebas en las que demostrarán sus capacidades físicas e intelectuales”*
- Producciones: RTS contiene una programación muy variada entre ellas series, noticieros, infantiles, comunidad, películas y realitys.

2.6 Reality Show

Es una expresión de la lengua inglesa que tiene un uso frecuente en nuestro idioma, el concepto puede traducirse como *“espectáculo de la realidad”* o *“demostración de la realidad”*, se refiere a un formato televisivo que pretende mostrar sucesos reales que le ocurren a la gente común en un determinado marco (Definición, 2016).

Hoy en día todos los hogares cuentan con equipos tecnológicos como un televisor, computador, celular, mediante el cual tienen acceso a un medio de comunicación, el problema es saber si el contenido que está viendo es bueno o no.

2.7 Telebasura

Recurriendo a la **Real Academia de la Lengua Española** (RAE) define la telebasura, como: *“Conjunto de programas televisivos de muy baja calidad.”*

Según apunta Elías, (2003), profesor de la UC3M en su “Análisis del papel de los Invitados-profesionales y de los expertos florero en la televisión basura española”: La Telebasura puede reconocerse cuando estamos ante la televisión de la trivialidad basada en el protagonismo de personajes del mundo rosa. Cuyas intimidades y conflictos sentimentales son tratadas desde el más profundo amarillismo.

La mayor parte del público define a la telebasura como un formato de producción televisiva donde los contenidos guionizados tratan exclusivamente sobre la banalidad de personajes públicos excéntricos, en el que también hacen uso de unas paupérrimas aunque intensas e igual de guionizadas peleas en directo para generar picos de audiencia, polémica y enfrentar a todo tipo de personas que discuten en un plató sobre cotilleos, infamias y calumnias variopintas (Abellan, 2011).

Generalmente, estos espacios están pilotados por presentadores bastante reconocidos, rodeados de personajes hartamente estereotipados que no parecen tener leyes morales en lo que a la privacidad de la información y la manipulación se refiere. Estas personas tratan lo que viene siendo y llamándose desde hace muchos años los temas de la prensa rosa o prensa del corazón (Abellan, 2011).

La Real Academia de la Lengua Española (RAE) define la telebasura,

Como: “Conjunto de programas televisivos de muy baja calidad.” La Telebasura puede reconocerse cuando estamos ante la televisión de la trivialidad basada en el protagonismo de personajes del mundo rosa. Cuyas intimidades y conflictos sentimentales son tratadas desde el más profundo amarillismo.

Bueno (2015) es uno de los expertos que definen la telebasura, así puede ver en su opinión aquí expuesta: “Este concepto clasificatorio de televisión basura comienza siendo, ante todo, un concepto práctico (operatorio) en la medida en la que la delimitación del subconjunto o parte de la totalidad de referencia, llamada basura, tiene una intención despectiva o peyorativa y, en el límite, segregativa”

REALITY SHOW CAMBIO EXTREMO: El cuerpo como mercancía en la sociedad globalizada. Es una aproximación analítica al reality show Cambio Extremo, para explicar cómo el programa ha contribuido a legitimar la cirugía estética como una práctica garante de la consecución de un cuerpo acorde con las exigencias de la sociedad global reforzado por el reality show. Cambio extremo no es un programa televisivo; es un texto cultural que da cuenta de la tendencia en nuestra sociedad globalizada en la que lo virtual parece superar lo real con la alteración del cuerpo ya que existe un intento por aniquilar su condición natural de “imperfección”, encaminado a la consecución de un cuerpo acorde con las exigencias de la época-mundo (Horacio Perez-Henao, 2011).

Lo que se pretende analizar es el problema social que existe actualmente en los adolescentes dentro de las instituciones educativas por el alto grado de influencia que tienen hoy en día los realitys shows donde se generan distintos tipos de comportamientos que no son los más adecuados.

2.8 La influencia

2.8.1 Concepto.

La influencia es la capacidad que tiene una persona de determinar o alterar la forma de pensar o de actuar de otra u otras personas podemos decir también que es un proceso psicológico social dónde una persona intenta influir en los comportamientos y actitudes de otros.

2.8.2 Tipos de influencia social sobre el comportamiento.

El concepto de la influencia social se puede clasificar en tres tipos principales. Siendo estos, **Conformidad, Cumplimiento y Obediencia**

2.8.2.1 Conformidad.

La conformidad es el grado hasta el cual los miembros de un grupo social cambiarán su comportamiento, opiniones y actitudes para encajar con las opiniones del grupo.

2.8.2.2 Cumplimiento.

Es el que en un entorno social, cumple o sigue a los demás con el fin de estar como ellos. Esto se manifiesta de una forma, en la cual o se sigue cumpliendo el pedido

(implícito o explícito) por nuestra propia voluntad (o por el miedo), o estamos expuestos al rechazo social o castigo. Por lo tanto, el cumplimiento puede provocar un cambio en el comportamiento, pero no necesariamente en el pensamiento.

2.8.2.3 Obediencia.

La obediencia es la cualidad de lograr un cambio en la conducta y los hábitos por obedecer una orden que ha sido presentada por una figura de autoridad. Cada una de las personas tiene ideas distintas, poseen varias cualidades siempre buscando y creando una pertenencia propia para diferenciarse de los demás.

El problema es si esas cualidades o esas virtudes que muestran los Realitys son de aspecto positivo con mensajes productivos que puedan generar con sus actitudes cambios ejemplares para un mejor vivir.

Lamentablemente vivimos con filosofías mal marcadas con prototipos falsos donde exalta la perfección física, una belleza radiante y un buen estatus.

Giovanni Sartori de Italia, 2012. Afirma que el homo sapiens, producto de la cultura escrita, se está transformando en un homo videns para el cual la palabra ha sido destronada por la imagen. Y en todo ello la televisión cumple un papel determinante. La primacía de lo visible sobre lo inteligible lleva a un ver sin entender que ha acabado con el pensamiento abstracto, con las ideas claras y distintas.

Sartori sostiene que el consumo de televisión está creando un hombre empobrecido, crédulo, inocentón y marcado por la atrofia cultural. “Contrariamente a

una economía del saber, la televisión enfatiza una economía del ver; lo visual es lo opuesto a lo intelectual, a lo reflexivo”.

Según Avilés (2015, p 23) en su trabajo indica que en la actualidad, los reality shows, polémico género procedente de la televisión en el país hace algunos años, son una fuente de influencia de la conducta, actitudes y de la personalidad de diversas personas, en específicamente de niños y adolescentes, de acuerdo algunos estudios se ha determinado que ellos son el público más cautivo.

El autor utilizó un público objetivo fue delimitado por 65 adolescentes del sector. Allí se evaluó la percepción del adolescente con respecto a los reality shows en sus preferencias, tiempo dedicado, seguimiento e imitación que tienen hacia estos programas. Dentro de unas sus conclusiones indica Avilés 2015, p 14) que estos programas basados en reality contiene un alto nivel de entretenimiento que no conduce a la práctica de buenas costumbres y buenos modales en los adolescentes.

En cambio Villagomez (2016, p 35) marca que las diversas formas para entretenerse que tienen los adolescentes en el presente es muy variada, comenzando por toda la gama tecnológica que está a disposición y al alcance de ellos, pero la distracción que nunca dejó de estar en boga es la televisión que desde su creación, no dejó de ser un artefacto esencial en el hogar, que logró no solo unir fronteras, sino que sirvió para mostrar la realidad desde diferentes puntos de vista, esto ha ido evolucionando hasta la actualidad, prueba de ello son los programas realitys shows, que nacieron con el fin de entretener a la audiencia.

Ella también manifiesta que lo que se observa en estos programas es una mezcla de la ficción con la realidad, con un sinnúmero de ingredientes que van desde lo amoroso hasta la práctica de distintos concursos de destrezas y de fuerzas, juegos, y bailes. Para la ávida y curiosa mente del adolescente, este tipo de contenido será muy novedoso, pero la influencia que ejercen estos programas en ellos es nociva pues, transmiten acciones, posturas, imágenes con contenido sexual explícito, modos de pensar y expectativas de vida que sin la debida instrucción proveniente del hogar, harán que convergen y se distorsione su realidad y futuro (Villagomez, 2016, p 46).

En su estudio Villagomez (2016, 79) marca como principal conclusión que los reality show influyen en los adolescentes por medio del contenido visual y lingüístico que presentan, algunas alteran su cultura sembrada durante la niñez y la adolescencia. Muchos de ellos se vuelven irresponsables, ya que prefieren ver la televisión a realizar otro tipo de actividad para su beneficio.

En cambio Ortega (2016, p 15) centro su estudio del efecto que causan los programas de concursos televisivos en los niños de la Escuela Fiscal Cacique Tomalá, en el sector de Bastión Popular de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se ha diseñado un taller comunicacional y recreacional para guiar a los padres de lo negativo y positivo que tienen los programas de concursos. De acuerdo con lo indagado los niños de esta escuela en sus tiempos libres le dedican mucho tiempo a ver televisión en especial a los programas de concursos, los padres no tienen claro las consecuencias que estos tienen en sus hijos a largo plazo, ya que les permiten ver varias horas como distracción y así no causen molestias.

Los medios de comunicación en si los televisivos, son los que llaman la mayor atención por su contacto visual con la sociedad, como los programas de competencias que se realizan en todo el mundo, y esto genera una gran problemática ya que los niños dejan de hacer sus tareas y obligaciones por ver televisión y debemos tomar en cuenta que les causa un gran cambio en su comportamiento y actitud diaria. Por este motivo se quiere desarrollar un taller comunicacional para guiar a los padres y que ellos sepan orientar a sus hijos en los efectos que tienen los programas de concursos (Ortega 2016, p 42).

En su inicial conclusión (Ortega, 2016. p 52) manifiesta que El problema surge en la casa con la irresponsabilidad de los padres ya que dejan la libre elección a los niños de que vean cualquier cosa en la televisión nacional, para que a si no den problema y pasen entretenidos, por otro lado las leyes vigentes hacen lo posible por regular esta situación pero con muy poco éxito. Los niños siempre serán los más afectados ya que no tienen el criterio formado y se dejan llevar por lo que ven, hay casos donde los niños son rebeldes en sus casas y escuelas y dicen cosas que solo han escuchado en la televisión, todos sabemos que la información entra más rápido por la vista y he ahí el mal comportamiento de los más pequeños.

Liberio (2016, p 8) más allá de analizar las causas y además propone hacer correctivos y acciones para el comportamiento acogido por los jóvenes y que acoge un estereotipo de personalidad después de pasar horas de ver programas de reality, en su escrito el manifiesta lo siguiente.

“La estereotipación en una sociedad genera discriminación, retrasa el proceso evolutivo de los miembros de la misma, degenera la cultura de un país, y merma la identidad que representa a un individuo, esto como resultado de la poca información y difusión de lo que representa realmente un estereotipo para las empresas de comunicación y su significado cognoscitivo para la sociedad. Como propuesta para disminuir esta figura que afecta el desenvolvimiento de los jóvenes en diferentes áreas de la vida social, se plantea la campaña de concienciación para la no aceptación del estereotipo en la sociedad”

Concluye Liberio (2016), que los jóvenes son muy influenciados, cambian de criterio y no tienen una identidad e ideología formada, creen en lo que se les plantea por los medios de comunicación, no buscan enfrentar esa información con otras posturas.

Mera (2015, 16) después de su trabajo indica que debe realizarse una propuesta que es de la creación de un plan comunicacional, el cual se basa en la concientización a cada uno de los padres de los alumnos del colegio, para que de esa manera, sus hijos aprendan a seleccionar mejor los tipos de programas televisivos.

Al igual que Liberio, Mera (2015, 75) ambos autores proponen un plan comunicacional que ofrezca conocimientos efectivos y esenciales acerca de las causas y

consecuencias que poseen estos tipos de programas, y a su vez se pueda desarrollar una nueva cultura televisiva para contrarrestar los realities shows.

2.9 Efectos de los reality shows en la sociedad usando la televisión como medio

Vilches, (1993, p 28) habla de los usos de la televisión: diversión o entretenimiento, utilidad social e información. Los medios en general se usan con un fin específico, la audiencia selecciona el medio y los contenidos según sus necesidades, hay quienes prefieren informarse y otros ven series porque les gusta identificarse con la realidad en ellas representada. Así, los hombres de clase social alta suelen ver programas de actualidad, informativos, deportes y concursos; mientras que las Mujeres con un nivel de educación bajo, de una clase social inferior y que no trabajan, ven más televisión que los anteriores y ven series, películas y reality shows.

De esta forma es que varios individuos ven todo tipo de programas, y junto con las personas de menor nivel intelectual, son los que más tiempo ven la televisión, puesto que es su forma de entretenimiento y es su medio favorito de ocio. Gran parte de los adultos utilizan la televisión a falta de compañía para no sentirse tan solos. De igual forma hay otras actividades sociales para estos usos, como los hobbies, los amigos, la familia.

Fernández (1989, p 19) Los medios realizan operaciones como: mostrar las políticas de los gobiernos, muestra las características de las personas de clase social o raza que nos son distantes o ajenos y datos sobre aspectos de la realidad a los que no se puede acceder fácilmente. Con esto se crea un corpus de conocimientos compartidos por la audiencia. La televisión tiene una serie de características que la otorgan un alto grado

de influencia, entre las que cabe reseñar las siguientes. La televisión tiene una gran fuerza expresiva, porque se basa en la imagen y esto es muy eficaz para interiorizar los mensajes ya que se meten directamente en el subconsciente.

Es un gran espectáculo la televisión ya que a su vez compone otros espectáculos como el teatro, el deporte, la música, el cine con lo cual tiende a contener la independencia de estos últimos.

Rodríguez (1992, p 37) explica que la televisión ocupa un lugar privilegiado en la casa y cómo esto supone la abolición de la intimidad. La presencia de la televisión en los lugares clave de la vivienda (cuarto de estar, cocina, dormitorio) cambia la disposición de los muebles para adaptarse a su presencia. Esto también influye en la forma de comunicarse entre la familia, la comunicación se estructura en torno a un centro exterior al ámbito familiar (la televisión), con lo que ese lugar deja de ser un espacio de intimidad.

Es por ello que la televisión se va acoplado a la vida familiar, alcanzando a ser un elemento cotidiano y necesario, y así cuando, por ejemplo, en una comida la televisión está estropeada hay cierta incomodidad entre los comensales, que no tienen más remedio que mirar al plato de comida para evitar las miradas de los demás.

Parcialmente, a la vez que esto ocurre, gran parte de los programas de la televisión se dedican a representar relaciones de intimidad, los programas se llenan de expresiones y personajes cercanos, familiares.

La influencia de la televisión (Luyando, 2008, p 26) explica que se da en corto y a largo plazo, siendo la más ´peligrosa (si es que la influencia es negativa) la que se da; cuando la persona incorpora modelos de conducta que adquiere a través de la televisión, pudiendo incluso modificar la personalidad.

Mediante la televisión se puede lograr a observar que ella brinda distintos comportamientos que son emitidos por el emisor y que son recibidos por los telespectadores ya que mediante estos códigos muchas veces las personas suelen adoptar costumbres o conductas que son expuestas mediante los programas de televisión.

2.10 El verbo en la televisión

Pereira Valarezo (2004, p 27) No es más que el resultado producido por el acto de la enunciación televisiva; es decir, es el producto de la enunciación que se expresa o materializa en enunciados, los que al expandirse y cohesionarse semióticamente toman el nombre de discurso. Lo que equivale a decir que, justamente, gracias a ese recorrido generativo, a ese discurrir de los sujetos en el espacio-tiempo, a ese apropiarse del aparato formal del lenguaje televisivo, logran formalizarse y fijarse en constructos semióticos que solemos llamar, generalmente, textos.

Por lo general mucha de las personas tienen la costumbre de sentarse frente a su televisor para observar diferente programación televisiva, es por ello que mucho de los televidentes se dejan llevar por la magia de la televisión y elijan ver lo que más les parezca entretenido, pero más allá de ello podemos encontrar algo que se denomina lenguaje televisivo, todo eso que sin querer se ve y la mente interpreta.

La popularidad de la televisión para Padín Martínez, ha provocado que el lenguaje utilizado en este medio se convierta en modelo a seguir para muchas personas. En el lenguaje televisivo predomina la imagen sobre el texto, y lo oral sobre lo escrito, intentando captar y mantener la atención de los espectadores.

La sociedad, acostumbra a considerar correcto todo lo que sale de la boca de los profesionales que, por ejemplo, presentan un informativo, pero esto no siempre es así ya que a veces no nos preocupamos de analizar la construcción de los discursos informativos. El discurso televisivo es todo aquello que se lo transmite verbalmente por la televisión buscando o dando a conocer que es lo que cada producto audiovisual quiere enchufar al espectador a través de su propuesta en pantalla, valiéndose de varios recursos que invaden el campo de la semiótica.

Un discurso, surge de por sí con el propósito de transmitir un mensaje, que posee un emisor y un receptor que es a quien va dirigido lo que lo convierte por tal motivo en un fenómeno social que inmediatamente llega a las masas. Al hablarse de grandes poblaciones, pues un preciso objeto de estudio para ello es los reality shows que estos programas de televisión son observados por miles de televidentes, los mismos que anteriormente nacieron como un experimento sociológico y con el pasar de los años no sólo se quedó en ello sino que empezaron a ser todo un fenómeno social (Áviles, 2015 p 30).

Con este tipo de programas la aceptación se provee de distintas formas entre las diversas culturas que son las audiencias; que también de ello queda sujeta a varios

elementos tales como: el sexo, origen, edad y educación. Todos estos aspectos son como filtros, capas que establecen al televidente (Áviles, 2015 p 30).

2.11 El género televisivo: Reality shows lo de moda y copiado

Áviles, (2015, p 37) menciona en todo el subtema que los géneros de la televisión son muy similares a los de la radio, se dividen en dos grandes grupos: ficción y realidad. Dentro de los géneros de la realidad, que oscilan entre lo noticioso y la producción está en un sitio destacado el reality shows.

En la actualidad este género televisivo es uno de los más comunes y provechosos en la pantalla chica no sólo de Ecuador sino en las grandes cadenas televisivas de todo el mundo. Este modelo de programas que se exhibe en la pantalla chica a personas comunes en donde muestran la convivencia entre ellos, su forma de ser, la interacción y el día a día quedan plenamente expuestos ante miles de telespectadores.

Todo este género televisivo nace desde los inicios del encierro de hombres y mujeres desconocidos e incluso de distintas naciones, eran la particularidad esencial de los reality. Con el pasar del tiempo, el desgaste de la fórmula o innovación, en la destreza de los medios televisivos por captar mayor audiencia, han llevado a generar otros recursos a estos programas, ya no solo se convive, sino que toca el deseo más originario del hombre común: salir del montón, hacerse popular, saltar de desconocido a celebridad, cambiar de clase social y todo eso sin trabajar ni estudiar.

Por ello actualmente se puede ver diferentes estilos de competencias como de baile, canto, actuación, cocina e incluso competencia física, hasta cambio de esposas;

estas nuevas formas de hacer televisión hoy por hoy este tipo de programas son las que han llevado a catapultar este género como uno de los más exitosos a nivel internacional.

2.13 Marco Legal

La Constitución del Ecuador, aprobada en el año 2008, enfatiza la necesidad de crear contenidos de calidad en la televisión nacional: 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 sec 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.

Se debe mencionar que estos contenidos son regulados constantemente, eso lo podemos observar cuando por medio de la prensa se emiten las observaciones o los llamados de atención de algunos programas o secciones de los mismos, sobre todo en comentarios de alguna índole, todo esto es regulado por el cuerpo legal, entre las que se encuentran la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) y la Constitución del Ecuador. La

LOC ha sancionados por incumplir varios Programas como Combate, Jarabe de Pico, Vamos Con Todo, entre otros, aunque estos programas no son transmitidos por los canales que mantiene el gobierno. Por otra parte ningunos de los programas en estudio han sido censurados con la no salida al aire. Con los artículos de esta legislación, la cual busca oficialmente que los contenidos de los realitys que se transmiten en la televisión ecuatoriana sean de calidad y generen algún tipo de aprendizaje al televidente lo que hasta el momento no se da.

Se ha observado que en estos últimos días en el programa Combate realizan una campaña, spot publicitario sobre mensajes de buenas costumbres, algo inusual cuando el programa esto no sucede.

Ley Orgánica de Comunicación se encuentran los siguientes artículos:

Art. 32: Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la re victimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

En el artículo 32, en mención indica que los mensajes que se difundan tengan sobre todo una protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la re victimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros, según las encuestas realizadas ratifica que existe una violencia en los programas, pero que consideran que es normal debido a que están compitiendo, lo que se debería a futuro investigar qué nivel de agresiones se deben tolerar para que la ley sea cumplidora.

El artículo 66 de la ley de comunicación estipula lo siguiente: “Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra

cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza”

En el artículo 66, marca este nivel de agresiones sobre todo en la parte de la fuerza física en donde se todos los días en competencias físicas y aunque no se observan roces o empujones si hay burla entre ellos ofendiendo de esa forma sus habilidades o fuerza por no haber logrado terminar primero, nunca se ha observado dar la mano entre los competidores.

Art. 67: Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.

En este artículo se determina el aspecto del maltrato psicológico e incluso temas raciales y religiosos, es importante que los programas actuales y nuevos deban presentar a las diferentes instituciones sus formatos y diálogos, debido que todo es actuado pero debe más control.

Artículo 68 señala lo siguiente: “Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundido a través de medios audiovisuales que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse en horario necesariamente para adultos” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Con respecto a este artículo se argumenta que en el artículo 65 de la Ley Orgánica de Comunicación se presenta la siguiente clasificación: TV G: Apto para todo público TV PG: Con recomendación de control parental TV 14: Solo a partir de 14 años TV M: No permitido para menores de 21 años la clasificación a la que pertenece cada programa será dispuesta por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación dependiendo de los parámetros que considere pertinentes. En los programas que se transmiten están en horario familiar y esto deberá ser analizado por ente de control.

2.14 Marco conceptual

Audiencia: Conjunto de personas que están presentes en un espectáculo público o que siguen un programa de radio o televisión.

Contenido: Que se contiene o que se expresa abiertamente sus sentimientos, estados de ánimo o impulsos.

Comunicación.- Intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales, es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana.

Reality Show.- Programa de televisión que presenta protagonistas reales de la sociedad con sus problemas.

Rating: Es un término con varios usos. El más frecuente refiere a la cantidad de personas que está viendo un programa de televisión o escuchando un programa de radio.

Señal: Es un signo, un gesto u otro tipo que informa o avisa de algo. La señal sustituye por lo tanto a la palabra escrita o al lenguaje. Ellas obedecen a convenciones, por lo que son fácilmente interpretadas

Shows: es la contemplación intelectual y que es capaz de atraer la atención generando distintos tipos de efecto anímico en las personas.

Empatía: Es la capacidad que tiene el ser humano para conectarse a otra persona y responder adecuadamente a las necesidades del otro, a compartir sus sentimientos, e ideas de tal manera que logra que el otro se sienta muy bien con él.

Entretenimiento.- Conjunto de actividades que permite a los seres humanos emplear su tiempo libre para divertirse, evadiendo temporalmente sus preocupaciones.

Mediático: Es un adjetivo que permite referirse a aquello perteneciente o relativo a los medios de comunicación. Un medio de comunicación es un instrumento que permite llevar a cabo un proceso comunicacional. En este sentido, un teléfono es un medio de comunicación.

Televisión: Es la transmisión instantánea de imágenes, como fotos, escenas fijas o en movimiento, por medios electrónicos mediante líneas de transmisión eléctrica o radiación electromagnética, también por medio de redes especializadas de televisión por cable. El término televisión se refiere a los aspectos de transmisión y programación de televisión.

Violencia: Tendencia a actuar o a responder agresivamente, o de mala manera.

Percepción: Capacidad que tiene el individuo de captar y retener lo que sucede en su entorno a partir de las sensaciones, al igual que la integración de esos datos sensoriales en su conciencia.

Influencia.- Capacidad de controlar y modificar las percepciones de los demás, así, referida a las personas, la influencia es el poder o la autoridad de alguien sobre otro.

Sujeto. Ese poder puede utilizarse para intervenir en un negocio, para obtener una ventaja o para ordenar algo.

Infobasura: Es toda aquella información general o especial de carácter irrelevante y nula trascendencia tanto a nivel personal como social.

Patrocinio: Es un apoyo que una empresa otorga a un artista o deportista. Suele tratarse de un apoyo económico que se presta a cambio de publicidad.

Adolescente: La adolescencia es el período de la vida que se ubica entre la niñez y la adultez, si lo tenemos que ubicar temporalmente en una edad determinada, la adolescencia comprendería más o menos desde los 13/14 años.

Conducta: la conducta está relacionada a la modalidad que tiene una persona para comportarse en diversos ámbitos de su vida. Esto quiere decir que el término puede emplearse como sinónimo de comportamiento, ya que se refiere a las acciones que desarrolla un sujeto frente a los estímulos que recibe y a los vínculos que establece con su entorno.

Concurso: La palabra concurso es un término de uso habitual en nuestro idioma y que además goza de una variedad de referencias dependiendo del contexto en el cual se

lo use. La referencia más extendida de la palabra, sin dudas, es la de competencia que se da entre los aspirantes a obtener el premio que dicha competencia propone para quien sea el ganador de la misma.

CAPÍTULO III.

3.1 Marco Metodológico

Por lo consiguiente se utilizó el método analítico con el cual se determinó posiciones explícitas acerca de la problemática que estos tipos de programas crean en los adolescentes.

Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. Mediante este método se reflexionó y se produjo un conocimiento crítico acerca de los programas Calle7 y Combate.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1 Descriptiva.

Se utilizó este método con el fin de establecer su estructura o comportamiento de las características del individuo es decir cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente para identificar los datos de impacto que ocurre en las vidas de la gente. Se pretende llegar a las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades que se ejecutan en un individuo. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

3.2.2 De Campo.

Se usó este proceso que en conjunto con el método científico permite obtener nuevos conocimientos en el **campo** de la realidad social. O bien, estudiar una situación

para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos.

3.2.3 Documental.

Se analizó información escrita sobre el tema objeto de estudio.

3.3 Enfoque de investigación

Para esta investigación se usó un enfoque mixto cuantitativo-cualitativo.

Gracias al método cualitativo se pudo descubrir y refinar preguntas de la investigación.

Por medio de la recolección y análisis de datos que nos solicita el método cuantitativo se pudo contestar las preguntas de la presente investigación para poder probar la hipótesis antes mencionada.

3.4 Técnicas de investigación

3.4.1 Documental y de Campo.

Se investigó y analizó información sobre varios aspectos directamente vinculados con el tema de la presente propuesta y recopilación de información a través de:

3.4.2 Entrevistas.

Se utilizó la entrevista para mantener una comunicación y a su vez conocer opiniones sobre los diversos temas y asuntos que se plantearan acerca del proyecto, para

lo cual se harán contactos con expertos en psicología y periodismo uno de cada profesión y además con los docentes de los cursos de los grados en estudio.

3.4.3 Encuestas.

Con las encuestas se pretende llegar a la recopilación de datos previamente diseñado en dar una entrevista, donde se debe recoger la mayor información posible con el único fin de dar a conocer estados de opinión, ideas, características y hechos específicos, está se la realizará a todos los estudiantes de los cursos y que cumplen con la edad en estudio.

3.4.4 Fichas.

La incorporación de las fichas a nuestro estudio de técnicas de investigación es porque se quiere dar a conocer el informe de todo lo realizado de nuestro proyecto como:

El ingreso de datos, Nombres, referencias, detalles.

3.5 Población y muestra

El universo es finito en este caso las encuestas se la aplicará a toda la población donde se realiza la investigación. Esta se encuentra conformada por 200 estudiantes de educación básica superior del Colegio Jaime Roldós Aguilera, con edades comprendidas entre 12 y 16 años. Los estudiantes pertenecen a 3 paralelos de octavo año, 3 de noveno y 2 de décimo.

3.6 Recolección de la información

Para la obtención de los datos se tomarán de las herramientas de la investigación, es por ello que las encuestas realizadas, a diferentes personas se determinarán las diez preguntas ya que éstas irán acorde a las variables investigadas, que nos permitan calcular y formar criterios válidos.

3.7 Procesamiento de los datos y análisis

Todos los datos serán procesados en el programa estadístico de Excel, que maneja también Gráficos gráficos donde logramos apreciar los resultados de una manera más clara y sencilla. Los análisis se los creará aplicando la técnica descriptiva, así mismo se irá determinado los valores perimétricos porcentuales.

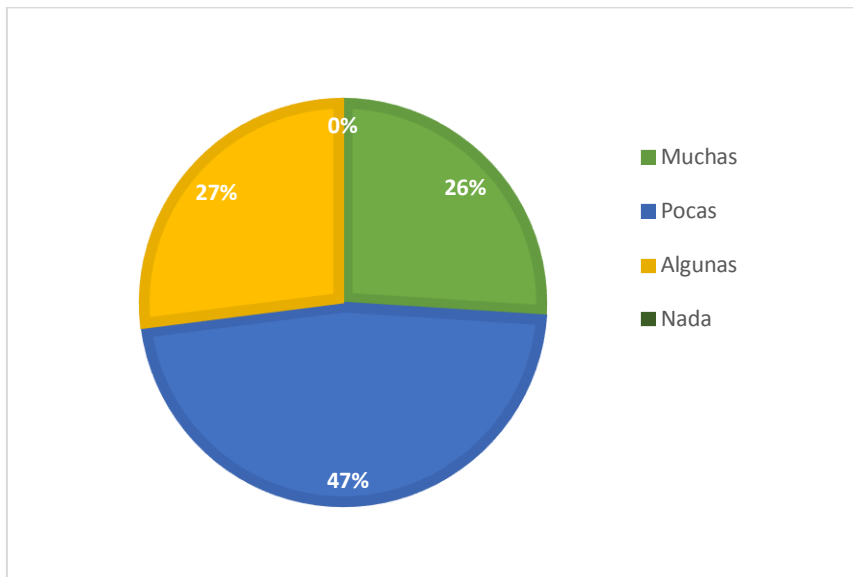
3.8 Resultados

Pregunta 1

Gráfico 1

¿Cuántas horas al día usted dedica a ver televisión?				
Muchas	Pocas	Algunas	Nada	total
52	94	54	0	200

Figura 4



Elaborado por : Annie Ordoñez y Anthony Caice

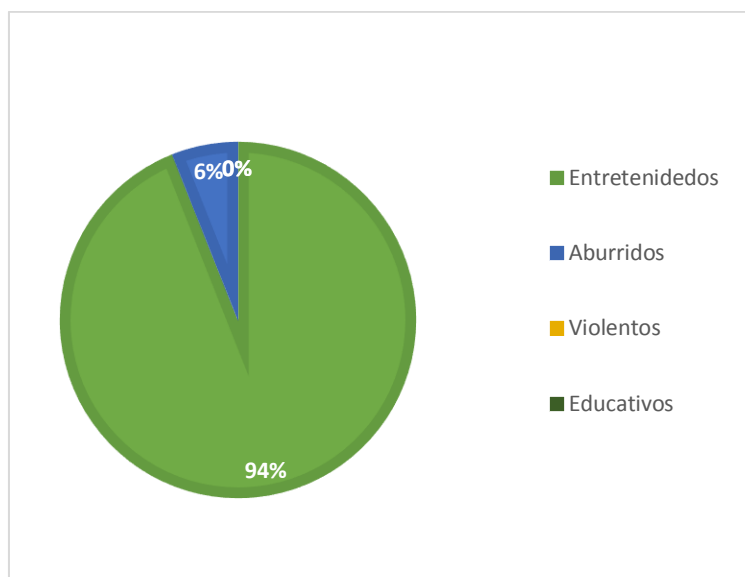
Comentario: De los 200 estudiantes encuestados el 47 % de ellos usan muy poco tiempo para ver televisión, el 27 % alguna de las horas del día si ven televisión y el 26 % dedican muchas horas. Se puede determinar que el 74 % de los estudiantes dedican su tiempo en ver televisión mientras estén en casa, viendo programas variados o los programas que el estudio ha representado.

Pregunta 2:

Gráfico 2

<i>Los realitys shows son:</i>				
Entretenidos	Aburridos	Violentos	Educativos	total
188	12	0	0	200

Figura 5



Elaborado por : Annie Ordoñez y Anthony Caice

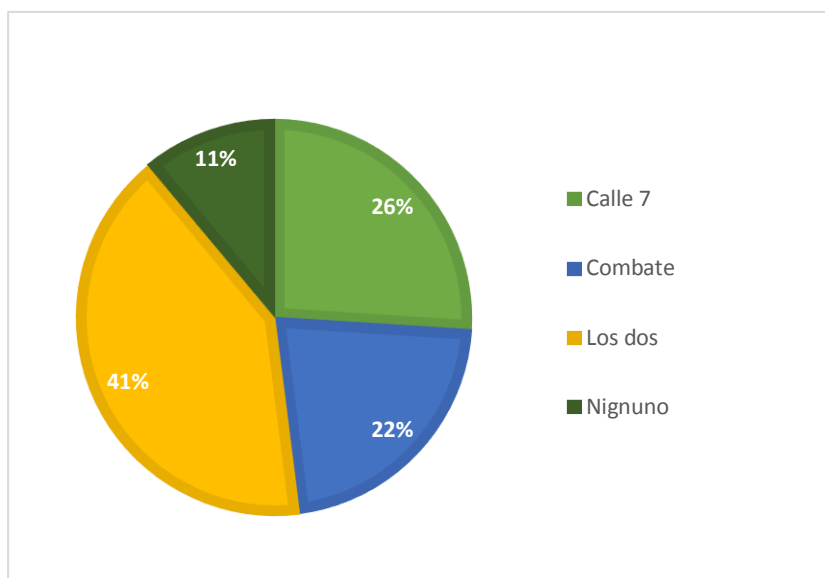
Comentario: De los 200 estudiantes encuestados, se refleja que 94 % de ellos los programas en estudio son entretenidos y el 6 % no lo considera así más bien son aburridos.

Pregunta 3:

Gráfico 3

¿Cuál de los siguientes programas ha visto usted?				
Calle 7	Combate	Los dos	Ninguno	total
52	44	82	22	200

Figura 6



Elaborado por: Annie Ordoñez y Anthony Caice

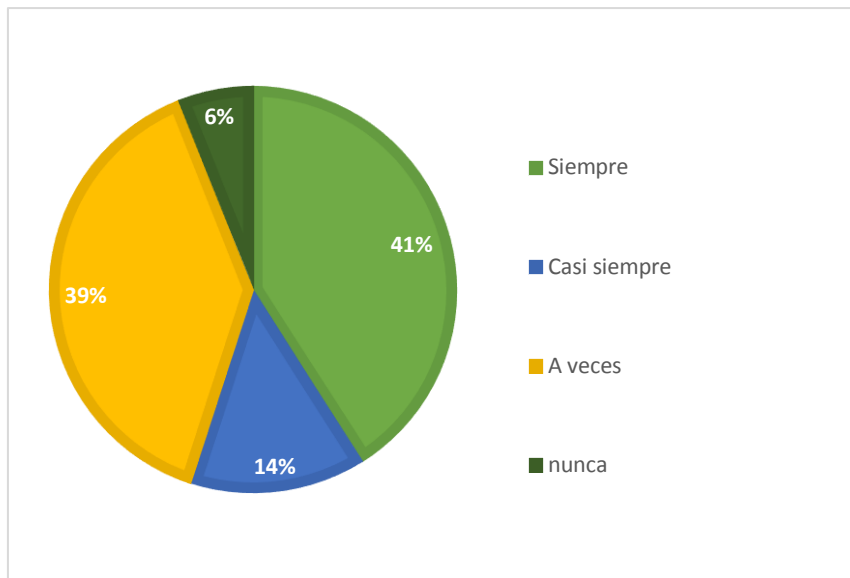
Comentario: De los 200 estudiantes encuestados, se refleja que 41% de ellos ven los dos programas, el 26 % tiene tendencia a Calle 7 y el 22 % a Combate.

Pregunta 4

Gráfico 4

¿Con qué frecuencia sintoniza los realitys show nombrados anteriormente?				
Siempre	Casi siempre	A veces	nunca	total
82	28	78	12	200

Figura 7



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

Comentario: De los 200 estudiantes encuestados, se refleja que 41% de ellos sintonizan los programas, el 39 % a veces, el 14 % casi siempre y el 6 % nunca.

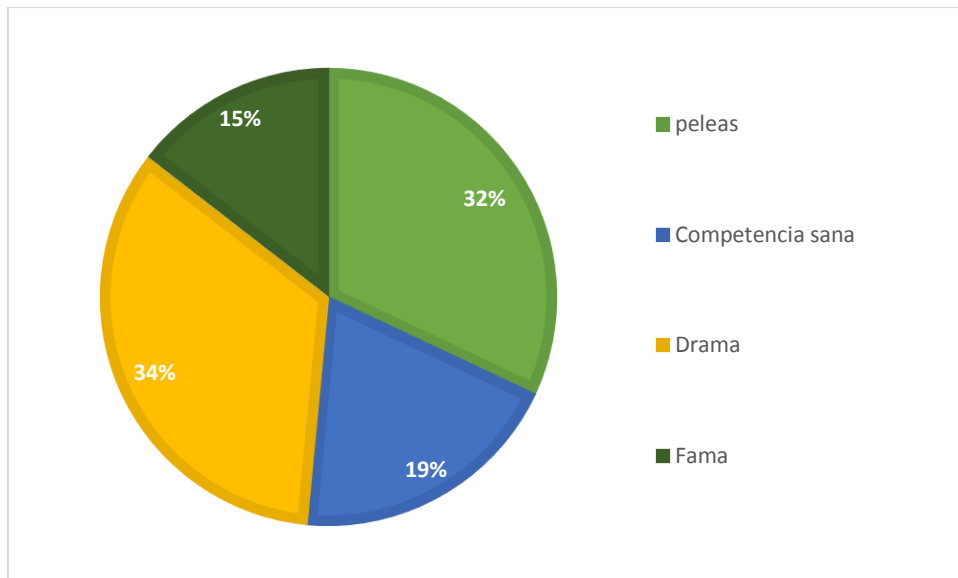
Pregunta 5:

¿Qué encuentra usted en estos programas?

Gráfico 5

CALLE 7				
peleas	Competencia sana	Drama	Fama	total
64	39	68	29	200

Figura 8



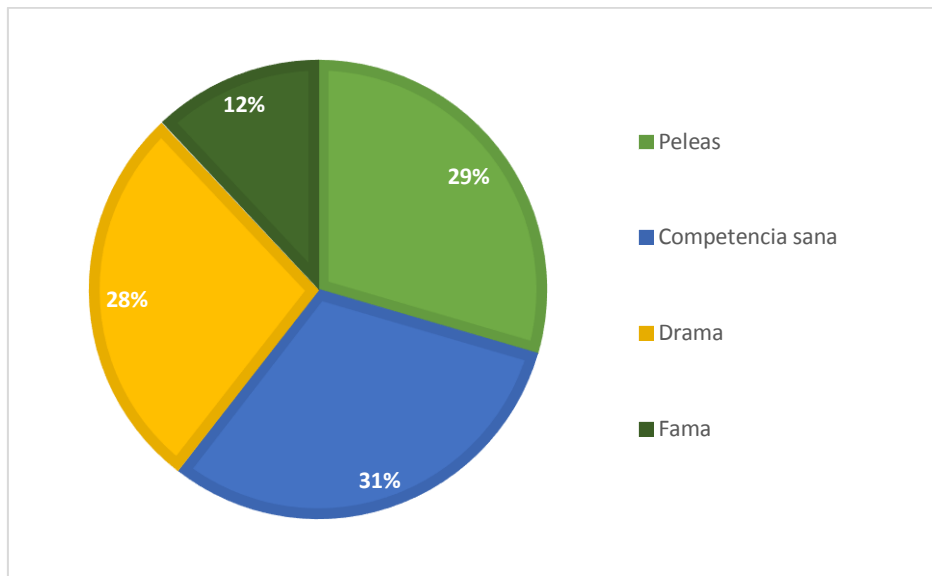
Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

Comentario: De los 200 estudiantes encuestados, en referencia al programa Calle 7 se refleja que 34 % de ellos considera que todo es drama , el 32 % manifiesta que hay peleas, el 19 % es competencia sana, y el 15 % indican que están ahí por ser famosos.

Gráfico 6

COMBATE				
Peleas	Competencia sana	Drama	Fama	total
59	62	55	24	200

Figura 9



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

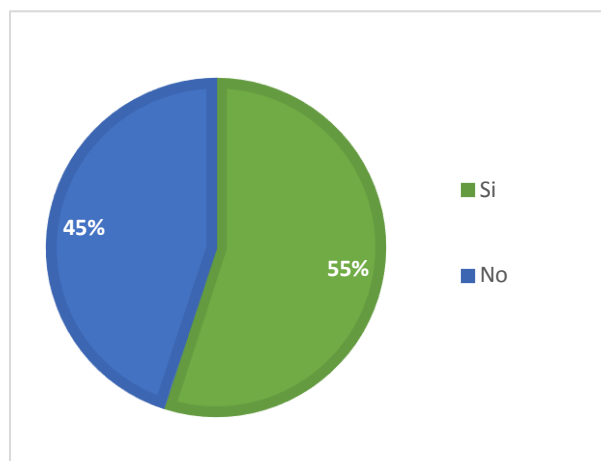
Comentario: De los 200 estudiantes encuestados, se refleja que 28 % de ellos considera que todo es drama, el 29 % manifiesta que hay peleas, el 31 % es competencia sana, y el 12 % indican que están ahí por ser famosos.

Pregunta 6

Gráfico7

¿Se siente usted identificado con alguno de los participantes de los reality de televisión?		
Si	No	total
110	90	200

Figura 10



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

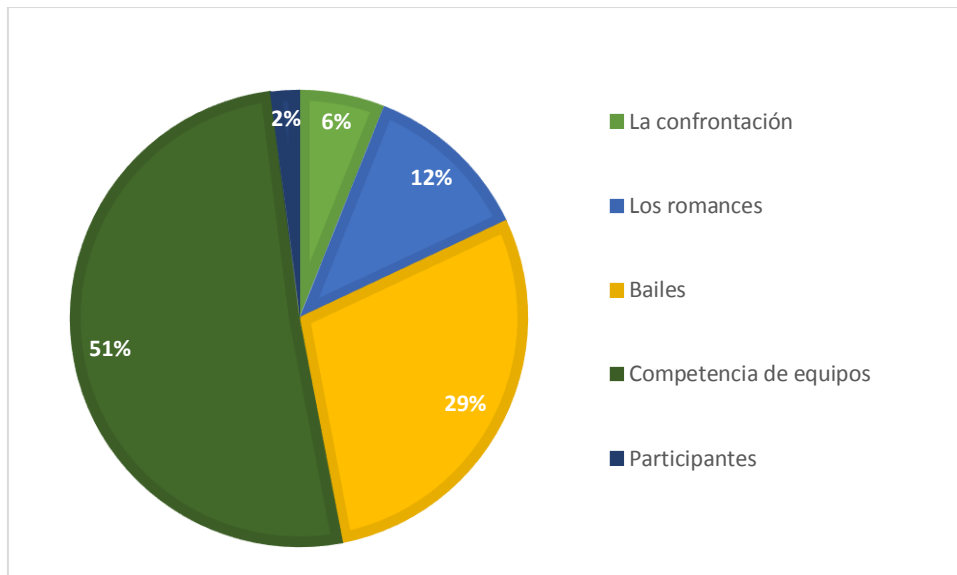
Comentario: De los 200 estudiantes tenemos que el 55 % de los encuestados se sienten identificados. El otro porcentaje es de los que no se imitan con los personajes, siendo el 45 %.

Pregunta 7:

Gráfico 8

¿Qué es lo que más le llama la atención a usted de COMBATE Y CALLE?					
La confrontación	Los romances	Bailes	Competencia de equipos	Participantes	total
12	24	58	102	4	200

Figura 11



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

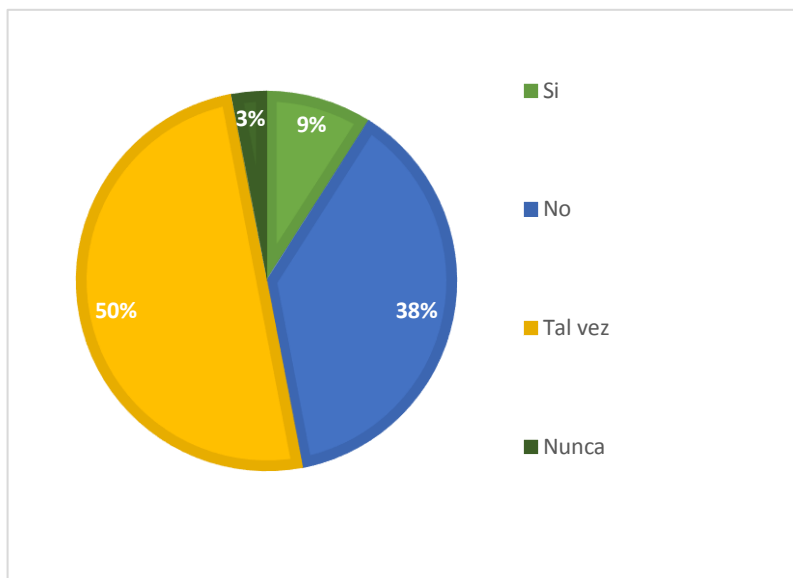
Comentario: De los 200 estudiantes tenemos que 51 % es competencia, el 29 % es Bailes, el 12 % es romance, el 6% la confrontación y el otro porcentaje es el de 2 % que pertenece a participantes.

Pregunta 8:

Gráfico 9

¿Usted imitaría a los competidores de los programas?				
Si	No	Tal vez	Nunca	total
18	76	100	6	200

Figura 12



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

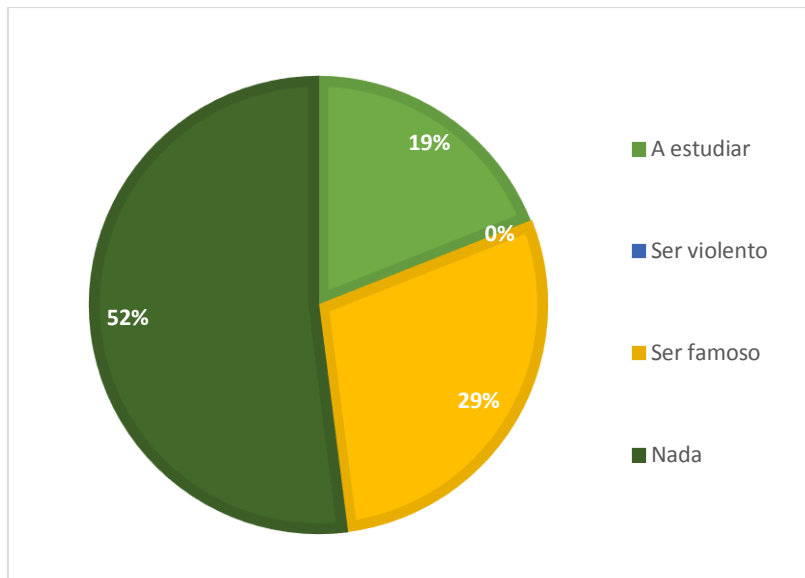
Comentario: De los 200 estudiantes tenemos que el 50 % tal vez asumiría esa forma de ser, el 38 % respondió que no, el 9 % menciono que sí y un 3 % dijo que nunca lo haría.

Pregunta 9:

Gráfico 10

Cuando veo estos programas me incentivan a...				
A estudiar	Ser violento	Ser famoso	Nada	total
38	0	58	104	200

Figura 13



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

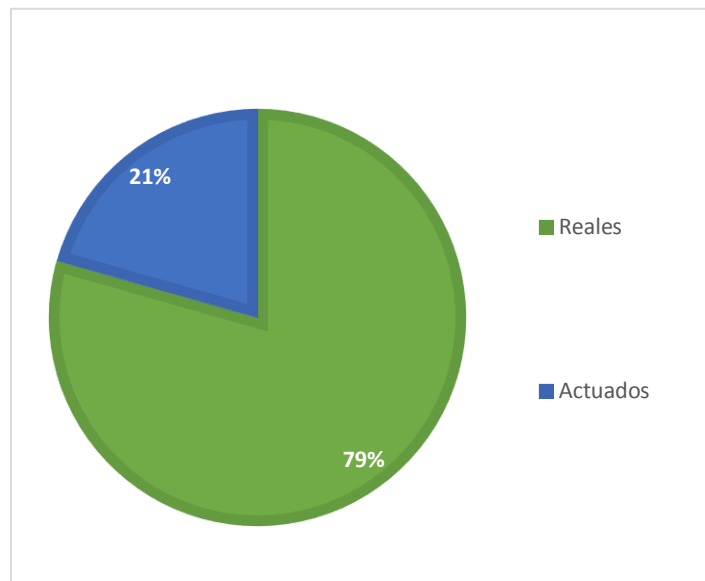
Comentario: De los 200 estudiantes tenemos que el 52 % no les incentiva nada, el 29 % a ser famosos, el 19 % a estudiar, no se registró la opción de ser violento.

Pregunta 10:

Gráfico 11

Considera usted que los romances que presentan en los programas son:		
Reales	Actuados	total
162	42	200

Figura 14



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

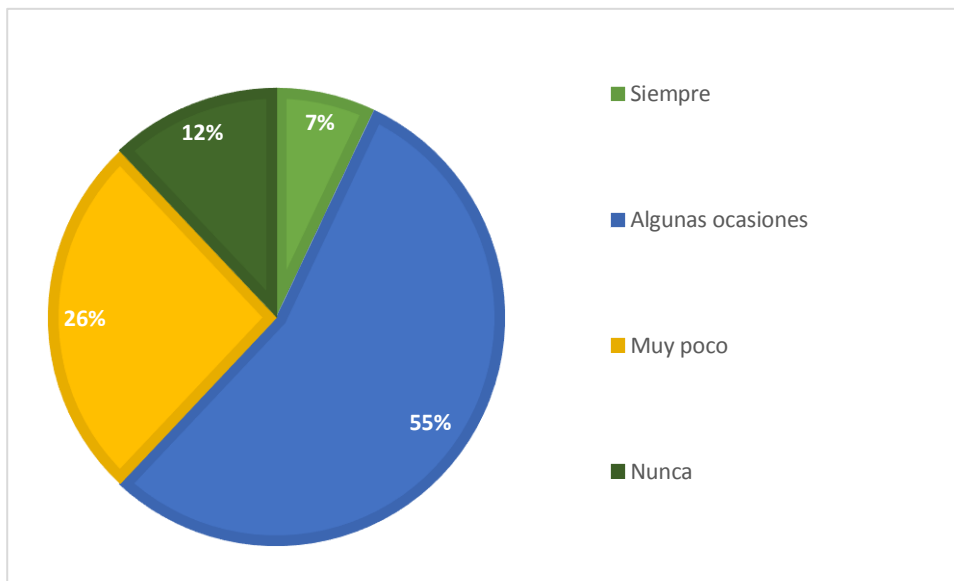
Comentario: De los 200 estudiantes el 79 % indica que creen son reales, y el 21 % que no.

Pregunta 11:

Gráfico 12

Usted cree que los programas COMBATE Y CALLE7 mejoran su comportamiento?				
Siempre	Algunas ocasiones	Muy poco	Nunca	total
14	110	52	24	200

Figura 15



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

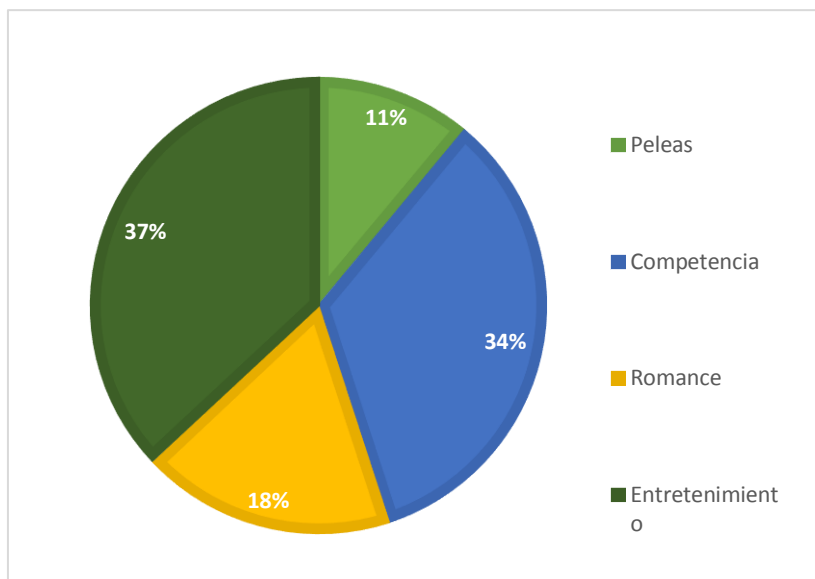
Comentario: De los 200 estudiantes el 55 % su comportamiento es influenciado por los programas, el 26 % muy poco, el 12 % no les influye, el 7 % siempre.

Pregunta 12:

Gráfico 13

Lo que más le agrada de COMBATE Y CALLE 7 es...				
Peleas	Competencia	Romance	Entretenimiento	total
22	68	36	74	200

Figura 16



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

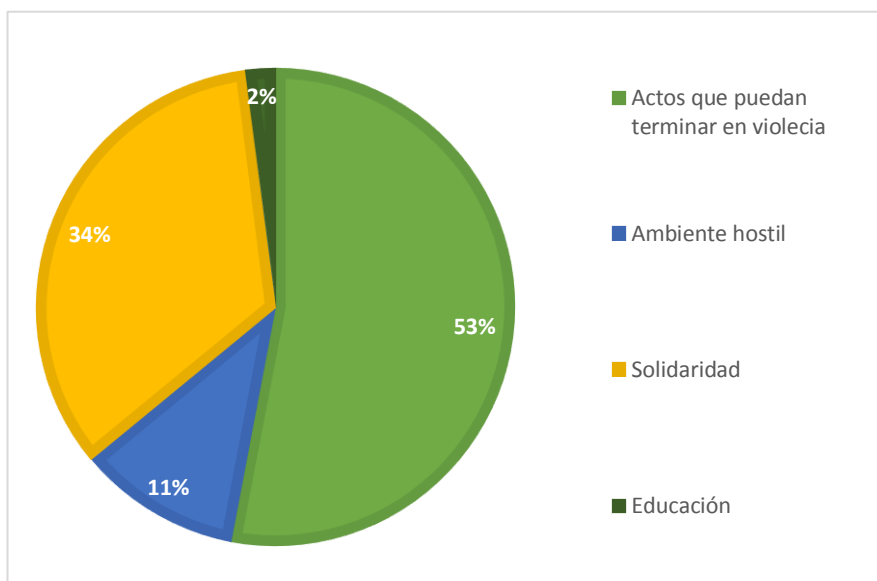
Comentario: De los 200 estudiantes el 37 % lo consideran entretenimiento, el 34 % competencia, el 18 % romances y el 11 % solo son peleas.

Pregunta 13:

Gráfico 14

Usted cree que el contenido de estos programas causa:				
Actos que puedan terminar en violencia	Ambiente hostil	Solidaridad	Educación	total
106	22	68	4	200

Figura 17



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

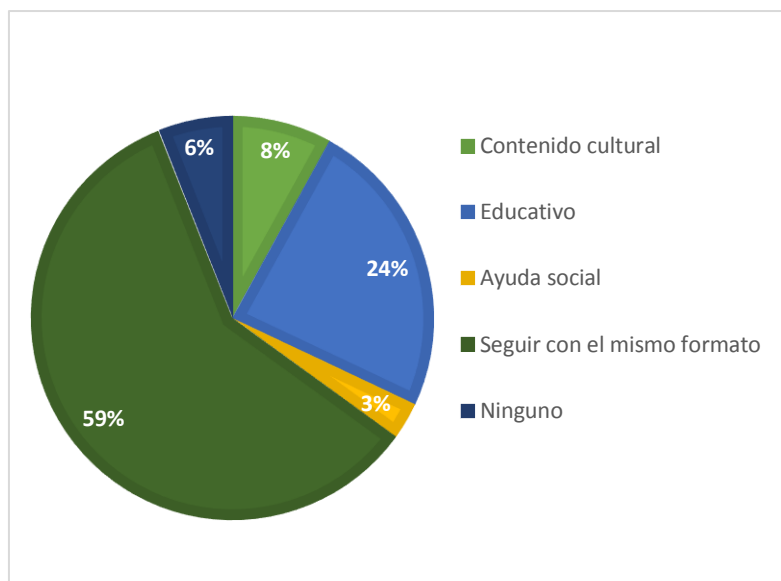
Comentario: De los 200 estudiantes el 53 % presentan a los televidentes que existen actos de violencia, 34 % son programas considerados por los encuestados como solidarios, el 11 % ambientes hostiles y el 2 % considera que son educativos.

Pregunta 14:

Gráfico 15

Que contenido debería incorporar CALLE 7 y COMBATE?					
Contenido cultural	Educativo	Ayuda social	Seguir con el mismo formato	Ninguno	total
16	48	6	118	12	200

Figura 18



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

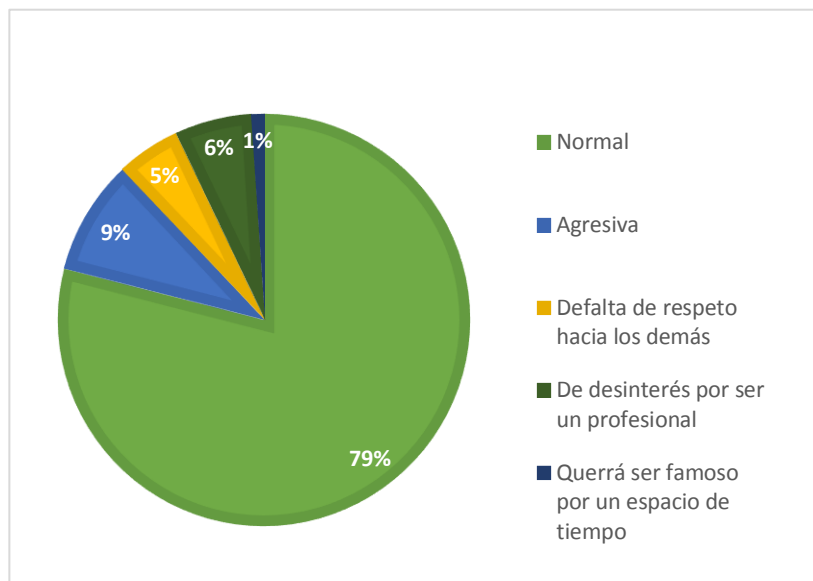
Comentario: De los 200 estudiantes el 59 % manifestaron que no deben hacer cambios, 24 % mejorar y ser más educativos, 8 % tener contenidos culturales, 6 % nada que modificar, y el 3 % tener componentes de ayuda social.

Pregunta 15:

Gráfico 16

Usted considera que estos programas influyen o influirán en su vida de una forma:					
Normal	Agresiva	De falta de respeto hacia los demás	De desinterés por ser un profesional	Querrá ser famoso por un espacio de tiempo	total
158	18	10	12	2	200

Figura 18



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

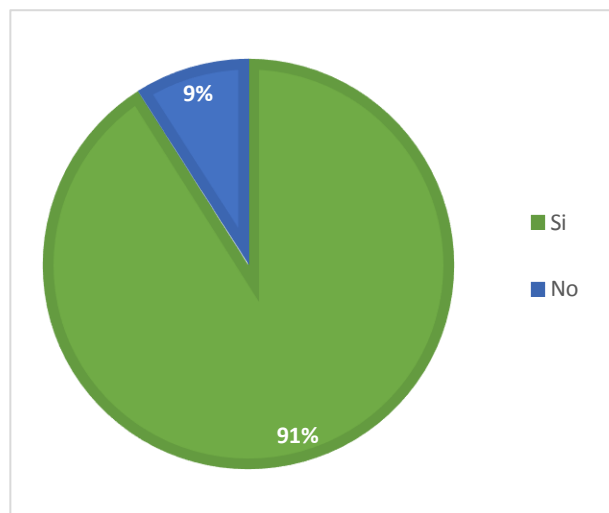
Comentario: De los 200 estudiantes dice que el 79 % será normal, el 9 % agresiva, 5 % faltar el respeto a todos, 6 % no ser profesional, y 1 % de ser famoso.

Pregunta 16:

Gráfico 17

¿Usted considera que estos programas deben seguir transmitiéndose?		
Si	No	Total
182	18	200

Figura 20



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

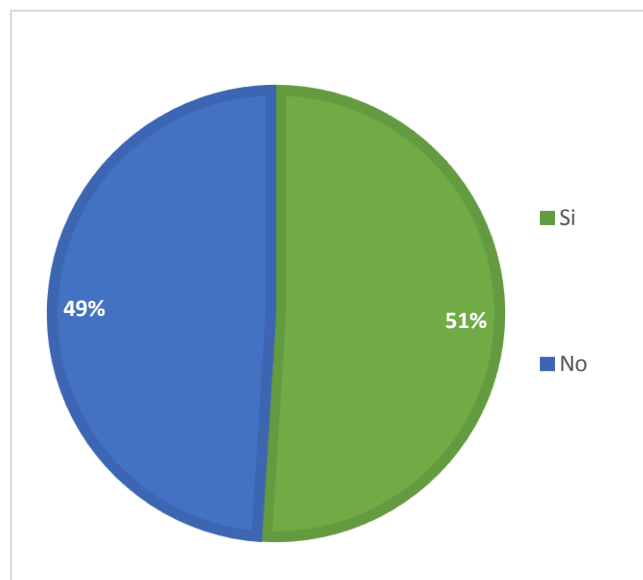
Comentario: De los 200 estudiantes el 91 % indicaron que deben seguir estos tipos de programas, el 9 % que no deben seguir.

Pregunta 17:

Gráfico 18

¿Considera usted que estos programas con el tiempo llegarán a tener contenido violento?		
Si	No	total
102	96	200

Figura 21



Elaborado por Annie Ordoñez y Anthony Caice

Comentario: De los 200 estudiantes el 52 % manifestaron que llegarán a ser más agresivos y el 48 % considera que no.

4.9 Análisis de los Resultados

Se determinó que los estudiantes tienen un comportamiento distinto al ver estos tipos de programas donde se produce un cambio en sus estilos de vida y conducta.

Se cree que los reality son programas entretenidos para los adolescentes y que llegan a tener mucha audiencia en tan poco tiempo. Sintonizar estos programas frecuentemente por los adolescentes se ha hecho algo habitual por el contenido y las expresiones juveniles que se manejan.

Los programas son exclusivos de los estudiantes en sus casas, además que también son compartidos por los padres de familia. Es claro según los resultados que los estudiantes se identifican con los programas de reality , con el tipo de lenguaje que se utiliza , con el ser famoso en televisión ,desear tener las mismas esculturas físicas que los participantes en fin muchas cualidades que a los adolescentes les importa.

A pesar de tanta mediocridad que el televidente observa no opta por sintonizar algo productivo aseguran que la polémica y las confrontaciones entre participantes entretienen.

Es preocupante cuando indican que se identifican con los personajes del programa. Que crean todo lo que acontece en estos reality, no hay un análisis o por lo

menos una crítica al respeto por parte del televidente, la razón puede ser simple, se está viendo a diario estas aptitudes que es normal y que es cotidiano ante una sociedad.

4.10 Conclusiones

Se concluye que los adolescentes son atraídos por estos productos televisivos gracias a los participantes o personajes que se presentan en el programa, ya que día a día muestran una supuesta realidad con la que se identifica el televidente.

Los canales de televisión ecuatoriana cuenta con un para los realities shows de competencia y canto, pero los del estudio son referente las secuencias son agresiones, afectaciones físicas y psicológicas, lo que afectan al comportamiento de los adolescentes. Se concluye que los jóvenes son atraídos por estos productos televisivos por la similitud que encuentran con los participantes. Además que el uso de redes sociales permite una interacción constante entre público y gente de tv. Muchos de ellos pueden volverse irresponsables, ya que prefieren ver la televisión a realizar otro tipo de actividad para su beneficio como es la presentación de las tareas escolares o la ayuda en la casa.

Por consiguiente el adolescente suele adoptar nuevas costumbres y léxico que en su mayoría son aprendidas por el contenido de estos programas, ya que algunos de los personajes que participan en estos programas suelen ser de nacionalidad extranjera.

El adolescente es consciente que el contenido que ve en estos programas instiga a la violencia y contienda por eso su forma de actuar en los medios o lugares donde tiene una convivencia, agresiones, romances ficticios, odio, perturbaciones a otras personas.

4.11 Recomendaciones

El ente responsable gubernamental y ente colegial de periodista y los canales de televisión deben ser más observadores y pedir un detalle de estos tipos de programas, han pasado más de 5 años en este tipo de realitys, un sinnúmero de trabajos de investigación, reportajes y análisis y seguimos en los mismo, lo que se escribe no puede ser letra muerta, debe hacerse un eco de los trabajos y así poder parar la violencia, el acoso, el abuso y la telebasura de la televisión ecuatoriana, que esperemos que estos programas no evolucionen sino veremos cuerpos desnudos, peleas ya físicamente, y más abusos atentando contra el verdadero comportamiento de los seres humanos y sobre todo de los adolescente.

Por otra parte se recomienda hacer más investigación al entorno familiar dar a conocer en si cual es el verdadero motivo de que los adolescentes opten por ver estos programas de tv ,quizás el problema no sea solo de ellos sino también de sus padres por permitirles ver tantas horas la tv, que controlen lo que ven y que reemplacen esas horas por actividades como el deporte, cursos de manualidades, música, hay muchas cosas productivas que tendrán ocupadas no solamente su cuerpo sino también su mente.

Bibliografía.

Avilés Briones, C. L. (2015). Análisis sobre la influencia de los reality show en el comportamiento de adolescentes en el sector del Guasmo Sur, blq 6 mz. 17 (Doctoral dissertation, Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social).

Elías, C. (2003). Análisis del papel de los “invitados-profesionales” y de los expertos “florero” en la televisión basura española. Estudios sobre el mensaje periodístico, 9, 125-138.

Liberio Jiménez, M. G. (2016). Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil.

Mera, Jean Louis (2015), Nivel de influencia en el comportamiento de los adolescentes del 2do Bachillerato del Colegio Leganés de la ciudad de Guayaquil por la difusión de realiltys shows. Universidad, Guayaquil – Ecuador. Recuperado de: repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8440/1/

Ministerio de Inclusión Económica y Social-MIES 2014, ElIgualdad, diversidad y discriminación en los medios. Ecuador, El telégrafo.

Nieto M Mauricio 2016. El control de la Ley de Comunicación sobre la telebasura. Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título

de Licenciado en Periodismo Multimedia. UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ. pag 10 y 11.

Ortega Zamora, E. M. (2016). Estudio del efecto que causan los programas de reality show televisivos en la conducta de los niños de la escuela Cacique Tomalá, en el sector de bastión popular de la ciudad de Guayaquil.

Perez, Horacio (2011), Cuerpo Narrado. Univrsidad de Medellin , Colombia.
Recuperado

Rivera, Diana & Putin, Maria (2010). La historia de los medios de comunicación de Ecuador, Revistas Latinas. Universidad Tecnica de Loja , Guayaquil – Ecuador. Recuperado de:
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/7>

Sartoti, Giovanni (2012). Estudio Homo videns, Italia. Recuperado de
http://centromemoria.gov.co/wp-content/uploads/2013/11/Homo_Videns_La_sociedad_teledirigida.pdf

Villagómez López, M. V. (2016). Análisis de los realitys shows y su influencia en los adolescentes de 12 a 17 años de la parroquia Letamendi del cantón Guayaquil (Doctoral dissertation, Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social).

FICHA DE ENTREVISTAS

Ps. María del Carmen Franco Pin



<p>El éxito de tener una buena formación influye mucho en lo que uno vé?</p>	<p>Lo que el sujeto busca ver en la televisión, va más allá de una formación, no se podría estereotipar por la condición social, académica o espiritual, ya que la individualidad de cada persona siempre es el predominante en la elección de lo que le gusta o no.</p>
<p>Explíquenos un poco si hay un antes y un después en la conducta de los adolescentes al ver estos realitys?</p>	<p>Obviamente existe un antes y un después en el comportamiento de los adolescentes cuando se ve un determinado programa televisivo, ya que a esta etapa se tiende a aprender conductas agresivas por observación, se vuelven competitivos enseñándose a querer ganar todo lo que emprender desarrollando una baja tolerancia al fracaso ocasionando que muchas veces por no decir siempre elijan resolver sus problemas mediante la agresión física y verbal.</p> <p>Por lo general en estos realitys que se ven diariamente en nuestros canales, los únicos mensajes que transmiten son</p>

	<p>de competencia entre géneros, agredirse física, verbal y psicológicamente el irrespeto y la promiscuidad, dichos contenidos que presentan son un medio de penetración lesionando las áreas afectivas, cognitivas y conductuales en los adolescentes</p>
<p>Que efectos y consecuencias causan en los adolescentes al ver este tipo de programación?</p>	<p>Sin son negativos</p> <p>Las consecuencias por lo general siempre son negativas, ya que como mencione anteriormente lesionan áreas de su personalidad, la imitación de distintos patrones conductuales juega un papel muy importante en la adolescencia.</p> <p>Adolescentes agresivos, con falta de control de la ira, falta de valores y ética, falta de límites de disciplina, etc., son los que se podría mencionar como consecuencia de ver este tipo de programación sin supervisión de un adulto responsable</p>
<p>Porque tienen tanta audiencia?</p>	<p>Empecemos hablando del “efecto televisión”, que es aquello que se desea mostrar de una manera llamativa, creativa en cada programación, con el fin de captar televidentes, estrategias que muchas veces carecen de valores morales, a esto se le agrega la necesidad de ciertos grupos sociales que buscan entretenerse con programas</p>

	<p>que satisfagan sus expectativas.</p> <p>Los realitys sea cual fuere, siempre tendrá un gran número de televidentes ya que es la combinación de situaciones reales y ficticias, el cual tiene como objetivos generar sintonía y dar entretenimiento al espectador</p>
<p>El ver estos realitys puede atraer a los adolescentes el despertar temprano de su actividad sexual?</p>	<p>Depende del espectador, los realitys de hoy en día sí dan un mensaje de promiscuidad, sin embargo mucho depende de quién los vea.</p>
<p>Cuan nocivos son estos programas para los adolescentes?</p>	<p>Sin supervisión de un adulto responsable sí pueden ser peligrosos por los patrones conductuales que se aprenden.</p>
<p>El autoestima puede variar si, no porque ?</p>	<p>Dependiendo del sujeto estos tipos de programas, sí afectan muchas áreas de la personalidad.</p>
<p>Como los padres pueden ayudar a escoger buenos programas a sus hijos?</p>	<p>Mediante la comunicación constante en el hogar, a lo mejor no siempre podrán controlar lo que vean, sin embargo si pueden enseñarles a que solos puedan llegar al razonamiento y reflexión de situaciones que ven, escuchan</p>

	o se enfrentan a diario.
<p>Que hacer para enfrentar este problema?</p>	<p>Considero que se debe desde el hogar el cual es el grupo primario de todo ser humano, inculcar valores, buenos hábitos como la lectura, el arte y otros más, que hoy en día se han perdido completamente, ya que vivimos en tiempos del consumismo, donde más importante es lo que tienes que lo que eres.</p> <p>Los niños, niñas y adolescentes son reflejo de sus hogares, si algo se desea corregir se deben empezar por el hogar.</p>

FICHA DE ENTREVISTA

PS. Carla Bohorquez



<p>Dentro del éxito de tener una buena formación influye mucho en lo que uno ve?</p>	<p>En mi caso sí, debido a que el criterio profesional te permite darte cuenta que hay programas basura que no satisfacen mis necesidades, incluso las de dispersión, menos aún las de conocimiento. Un profesional sobre todo los del campo de la salud/educación disciernen mucho más si ciertos programas nos dan un plus en la vida o no.</p>
<p>2) Explíquenos un poco si hay un antes y un después en la conducta de los adolescentes al ver estos realitys?</p>	<p>Sí en casi todos los adolescentes, quienes son junto con los niños los más moldeables, se forman comportamientos a partir de lo que ven en la tv, desde la moda de usar un cintillo como diadema y no como cintillo, hasta el de aceptar que hombres y mujeres se presenten cortos de ropa frente al público.</p>

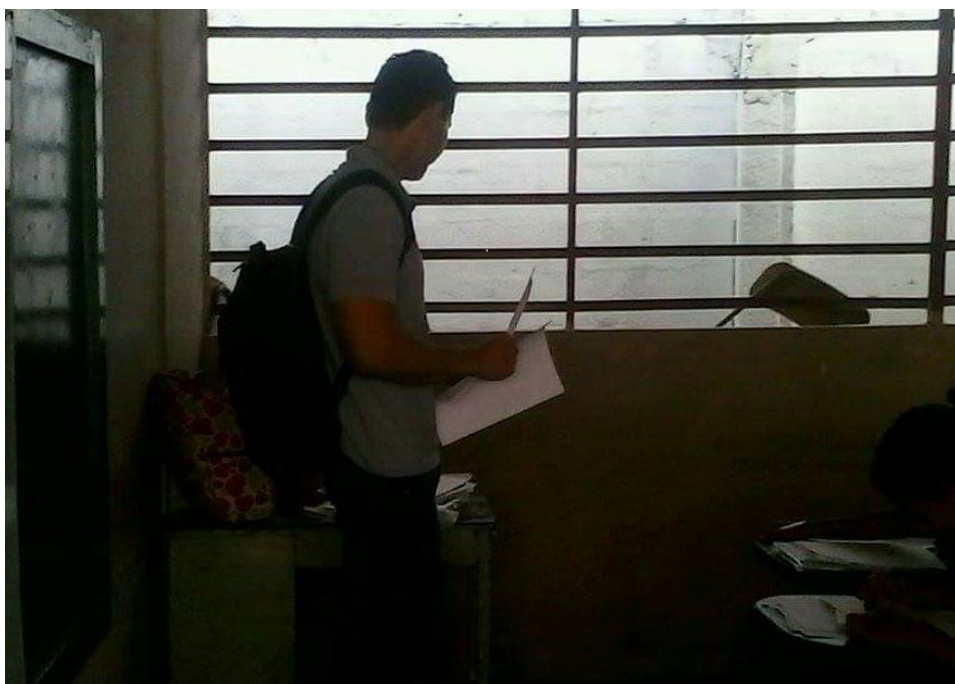
<p>3) Que efectos y consecuencias causan en los adolescentes al ver este tipo de programación?</p>	<p>Los adolescentes desarrollan tipologías inadecuadas de comportamiento, debido a la simulación de conductas. En muchos casos las consecuencias son malas, los adolescentes dejan de cuidar su pudor, adquieren modismos al hablar, y comienzan a considerar que lo más importante es buscar una pareja, o cambiar de pareja en pareja, se les demuestra en sí bajos modelos a seguir.</p> <p>En muy pocos casos en estos programas de tv hacen labor social, y podría provocar en los adolescentes sentimientos de empatía con los más necesitados, o que comprendan sobre la inclusión de las personas diferentes a ellos. Más dentro de estos programas de tv suelen mezclar, el servicio de ayuda a un necesitado, con bromas pesadas, o como un castigo, lo que deja a decir que es un castigo ayudar al prójimo.</p>
<p>4) Sin son negativos porque tienen tanta audiencia?</p>	<p>El nivel de audiencia a mi criterio se basa en que los adolescentes en su mayoría no tienen supervisión sobre qué ven en la tv, y los padres tampoco tienen el criterio de proponerles ver otro programa (debido</p>

	<p>a que la tv nacional está invadida de programas del mismo tema), o realizar otra actividad como familia.</p> <p>Y a los adolescentes les encanta poder formar parte de la vida de sus artistas favoritos, lo que estos programas les da es un involucrarse en la vida privada de sus personajes.</p>
<p>5) El ver estos realitys puede atraer a los adolescentes el despertar temprano de su actividad sexual?</p>	<p>Seguramente sí, debido a la sexualización que se da tanto a la figura masculina como femenina, se realza al que más traiciona a la novia, o al que cambia de novia a cada momento, a la chica que mejor cuerpo tiene y a la que más enseña es la más linda.</p>
<p>6) Cuan nocivos son estos programas para los adolescentes?</p>	<p>Si pudiera considerar el cálculo de un porcentaje yo lo categorizaría como un 90%, por la sexualización de programa (moviendo a los adolescentes en un pronto despertar sexual, y la denigración del pudor como belleza del amor) por la falta de valores como el respeto, el pudor, el orden, el compañerismo, etc.</p>
<p>7) Como pueden</p>	<p>Creando en ellos la normalidad de observar modelos</p>

afectarlos?	de conducta malos, tanto en aspectos de pareja como de compañeros, etc.
8) El autoestima puede variar sí, no porque?	Quizá, debido a que por la exaltación del culto al cuerpo, los y las adolescentes que no cumplan con el modelo corporal que circula en estas programaciones puede afectar la autoestima del adolescente que al ver que el medio premia únicamente este prototipo, se siente amedrentado o desvalorizado en su aspecto.
9) Como los padres pueden ayudar a escoger buenos programas a sus hijos?	Los padres de hoy en día no se encuentran involucrados en la vida y educación de sus hijos, la cual comienza en casa, ya que a un adolescente que crecer en un hogar donde se han establecido valores como los del respeto, el pudor, el cuidado, el compañerismo, no va a tolerar ver este tipo de programas en el ámbito familiar. Y el padre de familia debe establecer qué programas son realmente aptos para el criterio de los hijos, y si digamos el caso de un adolescente que va en contra de lo que dice el padre. En sí el que ejerce las

	<p>normas del hogar son los padres o representantes y no los hijos, si hay normas el hijo preferirá ver otro programa por su propio criterio formado desde la familia.</p>
<p>10) Que hacer para enfrentar este problema?</p>	<p>Fomentar en el hogar actividades familiares como juegos de mesa, u otras actividades familiares que involucren a los menores en esos horarios en un compartir que a la vez que los divierte los involucra en la comunicación familiar que tanto se ha perdido en esta época.</p>

ANEXOS FOTOGRÁFICO







ANEXO ENCUESTA

Lea de forma detenida cada una de las interrogantes y seleccione la respuesta correcta, marcando con una X en el casillero que corresponda al número de su elección.

1. ¿Cuántas horas al día usted dedica a ver televisión?

Muchas

Pocas

Algunas

Nada

2. Los reality shows son:

Entretenidos

Aburridos

Violentos

Educativos

3.. ¿Cuál de los siguientes programas ha visto usted?

Calle 7

Combate

Los dos

Ninguno

4. ¿Con qué frecuencia sintoniza los reality show nombrados anteriormente?

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

5. Qué encuentra usted en estos programas?

Calle7 Combate

Peleas Peleas

Competencia sana Competencia sana

Drama Drama

Fama Fama

6. ¿Se siente usted identificado con alguno de los participantes de los reality de televisión?

Sí

No

7. ¿Qué es lo que más le llama la atención a usted de COMBATE Y CALLE7?

La confrontación

Los romances

Bailes

Competencia de equipos

Participantes

8. ¿Usted imitaría a los competidores de los programas?

Si

No

Talvez

Nunca

9. Cuando veo estos programas me incentivan a ...

A estudiar

Ser violento

Ser famoso

Nada

10. Considera usted que los romances que en los programas son:

Reales

Actuados

11. Usted cree que los programas COMBATE Y CALLE7 mejoran su comportamiento ?

A) Siempre

B) Algunas ocasiones

C) Muy poco

D) Nunca

12. Lo que mas me agrada de COMBATE Y CALLE7 es..

A) peleas

B) competencia

C) romance

D) entretenimiento

13. Ud cree que el contenido de estos programas causa:

Actos que puedan terminar en violencia

Ambiente hostil

Solidaridad

Educación

14. Que contenido debería incorporar CALLE7 y COMBATE?

Contenido cultural

Educativo

Ayuda Social

Seguir con el mismo formato

Ninguno

15. Usted considera que estos programas influyen o influirán en su vida de una forma:

Normal

Agresiva

Se falta de respeto hacia los demás

De desinterés por ser un profesional

Querrá ser famoso por un espacio de tiempo.

16. Usted considera que estos programas deben seguir transmitiendo.

Sí

No

17. Considera usted que estos programas en el tiempo llegarán a tener contenidos violentos y con contenidos más fuertes.

Si

No