



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

UNIVERSITARIO COMO LICENCIADO EN PERIODISMO

TEMA:

Influencia De Los Reality De Competencia En Estudiantes Del Ciclo Básico Superior Del

Colegio Carlos Cevallos Del Cantón El Triunfo

TUTOR: MSC. JOSÉ LUIS FEREZ

AUTOR:

LUIS FERNANDO TOSCANO MOLINA

GUAYAQUIL - ECUADOR

2018



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO: INFLUENCIA DE LOS REALITY DE COMPETENCIA EN ESTUDIANTES DEL CICLO BÁSICO SUPERIOR DEL COLEGIO CARLOS CEVALLOS DEL CANTÓN EL TRIUNFO

AUTOR/ES: Luis Fernando Toscano Molina

REVISORES: Msc. José Luis Férrez

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 107

ÁREAS TEMÁTICAS: PERIODISMO, COMUNICACIÓN, REPORTAJES, ENTREVISTAS.

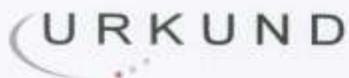
PALABRAS CLAVE:

Reality, influencia, medios de comunicación, práctica deportiva.

RESUMEN:

Con el presente trabajo de investigación se quiere demostrar como los reality de competencia Calle7 y BLN, transmitidos por TC televisión y Canal UNO, influyen en los adolescentes del ciclo básico superior del Colegio Carlos Cevallos, establecimiento educativo que fue tomado en consideración para medir el índice de influencia en sus estudiantes que oscilan de entre los 12 y 15 años, y así poder demostrar de qué manera afectan a los estudiantes en su comportamiento y su bajo rendimiento académico. Este proyecto investigativo tuvo una duración de seis meses, donde se pudo investigar a fondo de donde surge esta problemática, cuáles son los efectos que causan en los alumnos, y que se podría recomendar para que los medios de comunicación aporten al ámbito educativo y así ayuden a los adolescentes en su formación. Los reality shows son programas que se han posicionado en las cadenas televisivas supuestamente para entretener e incentivar a la juventud a la práctica deportiva, pero con lo investigado queda demostrado todo lo contrario.

<p>En las encuestas que se realizó a los alumnos de dicha institución educativa se demuestra cómo afectan los reality shows en lo psicológico, sociológico y educativo. Las entrevistas que se realizaron para saber el punto de vista de los productores y participantes de dichos programas dan a relucir un poco de lo que se vive tras cámaras y de cómo son manejados estos reality de competencia, un secreto a voces de que todo lo que se refleja en pantalla es ficticio y no real como los televidentes piensan, así también la acotación de la Periodista quien se muestra muy tajante ante su intervención.</p>		
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"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: Luis Fernando Toscano Molina	Teléfono: 0996227571	E-mail: toscafer1989@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	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 fvarasch@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO ANTIPLAGIO**Urkund Analysis Result**

Analysed Document: PROYECTO DE TESIS DE REALITY FERNANDO.docx (D38797632)
Submitted: 5/16/2018 8:19:00 PM
Submitted By: toascafer1989@gmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN LUIS VILLON.docx (D21847861)
TESIS CARLOS AVILES.pdf (D15652750)
CAPITULI 1 CORREGIDO con tablas (4).docx (D15941890)
Informe Final V.docx (D31570806)
<https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2016/031-reality-show.html>
<http://www.expreso.ec/suplementos/expresiones/lo-que-sucede-en-ecuador-con-los-realities-es-aberrante-FB726106>
<https://www.elimparcial.es/noticia/40079/comunicacion/ireality-shows/i-entre-el-experimento-sociologico-y-el-engano.html>
<https://www.elperiodico.com/es/tele/20150305/psicologos-lamentan-colaboracion-colegas-reality-shows-3993031>

Instances where selected sources appear:

12

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Carrera de Periodismo 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 de competencia en estudiantes del ciclo básico superior del Colegio Carlos Cevallos del Cantón El Triunfo", presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

Licenciado en Periodismo

Presentado por: Luis Fernando Toscano Molina


Msc. José Luis Férrez Vergara
Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

El señor Toscano Molina Luis Fernando, declara bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de demostrar la Influencia de los Reality de competencia en estudiantes del ciclo básico superior del Colegio Carlos Cevallos del Cantón El Triunfo.

Autor:



Luis Fernando Toscano Molina

C.I. 0928898824

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi Padre Celestial, por darme sabiduría y entendimiento para poder realizar este proyecto previo a mi titulación, a mi madre por ser ese pilar fundamental que me inspira a seguir avanzando profesionalmente y darme su apoyo incondicional.

Agradecer sin duda a toda mi familia materna, quienes han estado al pendiente de mis estudios y me han inculcado positivismo en cada paso que doy.

A todos mis profesores de la Universidad Laica Vicente Rocafructe, por sus enseñanzas porque gracias a ellos pude aprender y formarme profesionalmente para alcanzar ese sueño de llegar a ser Periodista.

A mi tutor de titulación MSC. José Luis Férrez, por su paciencia y por ser mi guía para poder realizar mi proyecto de tesis.

Por ultimo quiero agradecer a mis verdaderos amigos quienes también forman parte de este esfuerzo que hoy ha brindado su fruto.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mi padre Washington Toscano, que desde el cielo me cuida y sé que se siente muy orgulloso de este gran logro, sin duda alguna a mi madre Fanny Molina, por saberme guiar por el camino correcto y que pese a todas las dificultades que hemos tenido ella siempre ha estado al pendiente de mí, y a su esposo Estuardo Cabanilla, quien también me ha apoyado en todo lo que he hecho.

ÍNDICE

Contenido

<i>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</i>	I
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	V
AGRADECIMIENTOS	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE	I
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1 Descripción de la situación	4
1.2 Formulación del problema	5
1.3 Sistematización del problema	5
1.4 Objetivos de la investigación	6

1.4.1 GENERAL	6
1.4.2 ESPECÍFICOS	6
1.5 Justificación de la investigación.....	6
1.6 Delimitación o alcance de la investigación	8
1.7 Problema	9
1.8 Idea a defender	9
CAPITULO II	10
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	10
2.1 Historia de los Reality Shows	10
2.2 Antecedentes	12
2.3 Fundamentación Comunicacional	15
2.3.1 La intimidad en los reality show	16
2.3.2 Crítica de los medios de comunicación hacia los reality	17
2.3.3 La Telebasura	22
2.3.3.1 Causa y efecto de la telebasura	22
2.3.3.2 Marcha en contra de la Telebasura en Ecuador	23
2.4 Fundamentación Psicológica.....	25
2.4.1 Psicología de la televisión.....	28
La televisión, influencia positiva o negativa de socialización para los adolescentes	28
2.4.2 La psicología y los medios de comunicación.....	29

2.5 Fundamentación Sociológica	31
2.5.1 Los reality son experimentos o falsedades (verdades o mentiras)	32
2.5.2 El éxito de los realities show	32
2.5.3 Sociología de las Pantallas	33
2.5.4 La comunicación y su nuevo modelo	34
2.5.5 Medios jóvenes.....	35
2.5.6 La televisión no es una tecnología, es una narrativa	36
2.6 Fundamentación Educativa	37
2.6.1 Televisión educativa en Ecuador	38
2.7 Fundamentación Legal	39
2.7.1 Constitución de la República del Ecuador	39
2.7.2 Ley Orgánica de Comunicación	41
2.8 Marco Conceptual	45
Reality shows	45
Talk shows	45
Prime time	45
Medios audiovisuales	46
Producción televisiva	46
Contenido televisivo.....	46
Formato televisivo.....	46

Parrilla televisiva.....	47
Ficción.....	47
Telerrealidad	47
Sintonía	47
Telebasura	48
Rating	48
Casting.....	48
Fama.....	48
Popularidad	49
Competencia.....	49
Chicos Reality	49
Mediáticos	49
Extrovertidos	50
Fanático	50
Influencia.....	50
Ídolo	50
Tendencia	51
Telespectador	51
Practica de valores.....	51

La práctica de valores es hablar de principios y creencias, es una decisión personal ya que cada persona es responsable de cómo actuar sobre las distintas situaciones que enfrenta en la vida..... 51

Rivalidad 51

Morbo 52

Exhibicionismo 52

Capítulo III 53

Metodología 53

3.1 Tipo de investigación 53

3.2 Enfoque de la investigación 54

3.3 Técnicas de investigación 55

3.4 Población 56

3.5 Análisis e interpretación de los resultados 57

1. ¿Usted es consumidor de los reality shows? 57

Análisis..... 57

2. ¿Le gustaría participar en un reality shows? 58

Análisis..... 58

3. ¿Cuál de los siguientes reality de competencia usted mira?..... 59

Análisis..... 59

4. ¿Se identifica usted con algún equipo o participante?..... 60

Análisis..... 60

5.	¿De los programas reality antes mencionados con qué frecuencia los mira?.....	61
	Análisis.....	61
6.	¿Qué problemas cree usted que causan a los adolescentes los reality shows?	62
	Análisis.....	62
7.	¿De qué manera pueden influenciar los reality shows en los adolescentes?	63
	Análisis.....	63
8.	¿Cree usted que los adolescentes tienden a imitar a los participantes de los realities?	
	64	
	Análisis.....	64
9.	¿Cómo cataloga usted a estos reality shows?	65
	Análisis.....	65
10.	¿Qué le llama la atención observar este tipo de programas?	66
	Análisis.....	66
11.	¿Usted tiene algún control de sus padres al ver estos programas?	67
	Análisis.....	67
12.	¿Considera que todo lo que sucede dentro del programa es?	68
	Análisis.....	68
13.	¿Cree que el participante que más peleas tiene, gana mayor popularidad?.....	69
	Análisis.....	69
	3.5.1 Interpretación global de los resultados.....	70

3.6 Análisis de las entrevistas	73
“Nos caracterizamos por ser un programa de entretenimiento deportivo”	73
“La televisión ecuatoriana se deja llevar mucho por estereotipos”	76
“Me interesa rosarme con personas que tienen el poder, para que me den la oportunidad o ese chance de poder alcanzar mis sueños en televisión”	79
“Según la Ley de Comunicación, no permite transmitir un programa de este target en horario familiar”	82
CONCLUSIONES	86
RECOMENDACIONES	87
ANEXOS.....	88
Anexo 1.	88
Entrevistas	88
Anexo 2.	88
Formato de las encuestas realizadas a los estudiantes del colegio Carlos Cevallos	88
Anexo 3.	88
Fotografías de las entrevistas realizadas	88
Anexo 4.	88
Fotografías de las encuestas realizadas a los alumnos del Colegio Carlos Cevallos	88
Edgar Jaramillo, Productor Ejecutivo de Calle7	89
¿Cuál es la temática principal del programa, y que genero de entretenimiento se caracterizan?	89

¿Por qué en algunas temporadas de Calle7 se han incluido competidores extranjeros si se supone que es una producción nacional?	90
¿Considera que el contenido dentro del programa es educativo, por qué?	90
¿Usted como parte de la producción cree que los adolescentes se sienten identificados con el programa, por qué?.....	91
¿Porque el programa transmite contenido de violencia verbal, si se encuentra dentro del horario familiar?.....	91
Luis Alfredo Itachy, competidor de BLN la Competencia	92
¿Qué le inspiró a usted participar en este reality?	92
¿Cómo se siente usted estar dentro de este reality show?	92
¿Cuál es el aprendizaje que ha obtenido dentro del programa?	92
¿Usted piensa que estos programas ayudan en algo positivo a los adolescentes?	93
¿Cree que con su competición dentro de este programa los adolescentes se sienten identificados con usted?	93
¿Qué piensas sobre los créditos internacionales que ingresan al programa?	94
¿Cuál es su aspiración luego de salir del realitie?	94
Danilo Mideros, competidor de Calle7	95
¿Qué le inspiró a usted participar en este reality?	95
¿Cómo se siente usted estar dentro de este reality show?	95
¿Cuál es el aprendizaje que ha obtenido dentro del programa?	96
¿Usted piensa que estos programas ayudan en algo positivo a los adolescentes?	96

¿Cree que con su competición dentro de este programa los adolescentes se sienten identificados con usted?	97
¿Qué piensas sobre los créditos internacionales que ingresan al programa?	97
¿Cuál es su aspiración luego de salir del reality?	97
Tatiana Domínguez, Periodista	98
¿Desde su punto de vista, que contenido educativo reflejan los reality shows?	98
¿Usted cree que el horario que se transmite calle7 es el correcto?	98
¿A su percepción que se puede modificar dentro de estos programas?	99
¿Qué programas se podrían transmitir en vez de los realities?	100
¿Se considera estos programas telebasura o entretenimiento?	100
¿Usted cómo comunicadora piensa que la televisión y su nueva programación ayuda a formar a los jóvenes ante la sociedad?	101
¿Piensa usted que los chicos reality son un ejemplo a seguir para la juventud?	101
Fotografías de las entrevistas realizadas.	104
Fotografías de las encuestas realizada a los estudiantes del colegio Calos Cevallos.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. ¿Usted es consumidor de los reality shows?.....	57
Figura 2. ¿Le gustaría participar en un reality shows?.....	58
Figura 3. ¿Cuál de los siguientes reality de competencia usted mira?.....	59
Figura 4. ¿Se identifica usted con algún equipo o participante?.....	60
Figura 5. ¿De los programas reality antes mencionados con qué frecuencia los mira?.....	61
Figura 6. ¿Qué problemas cree usted que causan a los adolescentes los reality shows?	62
Figura 7.¿De qué manera pueden influenciar los reality shows en los adolescentes?	63
Figura 8. ¿Cree usted que los adolescentes tienden a imitar a los participantes de los realities?	64
Figura 9. ¿Cómo cataloga usted a estos reality shows?	65
Figura 10. ¿Qué le llama la atención observar este tipo de programas?	66
Figura 11. ¿Usted tiene algún control de sus padres al ver estos programas?	67
Figura 12. ¿Considera que todo lo que sucede dentro del programa es?	68
Figura 13. ¿Cree que el participante que más peleas tiene, gana mayor popularidad?.....	69

RESUMEN

Con el presente trabajo de investigación se quiere demostrar como los reality de competencia Calle7 y BLN, transmitidos por TC televisión y Canal UNO, influyen en los adolescentes del ciclo básico superior del Colegio Carlos Cevallos, establecimiento educativo que fue tomado en consideración para medir el índice de influencia en sus estudiantes que oscilan de entre los 12 y 15 años, y así poder demostrar de qué manera afectan a los estudiantes en su comportamiento y su bajo rendimiento académico. Este proyecto investigativo tuvo una duración de seis meses, donde se pudo investigar a fondo de donde surge esta problemática, cuales son los efectos que causan en los alumnos, y que se podría recomendar para que los medios de comunicación aporten al ámbito educativo y así ayuden a los adolescentes en su formación. Los reality shows son programas que se han posicionado en las cadenas televisivas supuestamente para entretener e incentivar a la juventud a la práctica deportiva, pero con lo investigado queda demostrado todo lo contrario. En las encuestas que se realizó a los alumnos de dicha institución educativa se demuestra cómo afectan los reality shows en lo psicológico, sociológico y educativo. Las entrevistas que se realizaron para saber el punto de vista de los productores y participantes de dichos programas dan a relucir un poco de lo que se vive tras cámaras y de cómo son manejados estos reality de competencia, un secreto a voces de que todo lo que se refleja en pantalla es ficticio y no real como los televidentes piensan, así también la acotación de la Periodista quien se muestra muy tajante ante su intervención.

Palabras clave: reality, influencia, medios de comunicación, práctica deportiva.

ABSTRACT

With the present research work we want to show how the reality of the competition Calle 7 and BLN, transmitted by TC television and Canal UNO, influence the adolescents of the higher basic cycle of the Carlos Cevallos School, an educational establishment that was taken into consideration to measure the index of influence in its students that oscillate between the 12 and 15 years, and thus to be able to demonstrate what affects the students in their behavior and low academic performance. This research project lasted six months, where it was possible to investigate a background of where this problem arises, what are the effects they cause on students, and which can be recommended for the media to contribute to the educational field and thus help . to teenagers in their training. Reality shows are programs that have positioned themselves on television networks supposedly to entertain and encourage young people to practice sports, but with what can be investigated, they are the opposite. In the surveys that are carried out to the students of said educational institution, it is demonstrated how they affect the reality shows in the psychological, sociological and educational. The interviews that were conducted to know the point of view of the producers and the participants of these programs are a reflection of what is lived by the cameras and of how these real competition things are, a secret that the voices of all that that is reflected on the screen is fictitious and not real as the viewers, also the dimension of the journalist who is very clear before his intervention.

Keywords: reality, influence, media, sports practice.

INTRODUCCIÓN

El primer capítulo está enfocado en la problemática de donde surge el tema a investigar partiendo desde la descripción de la situación, donde se hará un análisis de como atraen estos programas a los adolescentes, seguido por la formulación del problema; avanzando con la sistematización, los objetivos y como se justifica la situación que engloba a los medios de comunicación que ofrecen estos tipos de programaciones, así mismo se hace una observación de la delimitación de la investigación el problema y la idea a defender. El segundo capítulo comprende sobre la historia de los reality shows y sus antecedentes, la fundamentación comunicacional, psicológicos, sociológicos, estudiantil y legal, luego de esto se desglosa el marco conceptual donde se investigan las palabras técnicas. El tercer capítulo trata acerca de la metodología englobando el tipo, el enfoque, las técnicas que se utilizaron en esta investigación, la población para aplicarla en la recolección de datos y análisis e interpretación de los resultados de las encuestas realizadas permitiendo tener una información eficaz para poder demostrar el nivel de influencia que tienen los reality de competencia en los adolescentes del Colegio Carlos Cevallos, con las entrevistas que se efectuaron se puede saber cuál es el punto de vista de los personajes de pantalla y quienes están de tras de ella. En la parte final se encuentran las conclusiones y las recomendaciones que van ligadas a la conclusión de la investigación efectuada, además se encuentran citadas las citas bibliográficas de donde se ha consultado información que ayude a este trabajo investigativo, así mismo los anexos que sirven para darle veracidad a lo que se ha plasmado en este proyecto de tesis.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la situación

Los programas realitie han dado mucho de qué hablar con el pasar de los años, teniendo como seguidores a diferentes personas, pero más, a jóvenes que aún no tienen un criterio formando que están en una época de cambios, se podría decir que están en pleno desarrollo; pasando de su niñez a la adolescencia.

Cabe recalcar que todo ser humano desde su infancia tiene un súper héroe con el cual se identifica, pero esto quedó atrás; hoy en día los jóvenes se sienten atraídos por los personajes de los realitie show imitando lo que pueden apreciar en sus televisores, las chicas queriendo captar todo en cuanto a lo que respecta a belleza y por otra parte los hombres queriendo definir sus cuerpos pasando largas horas en el gimnasio.

El conglomerado estudiantil es el principal blanco que son atrapados por estos programas, se sienten atraídos y quieren ganar popularidad aparentando ser como los llamados “Chicos Reality”, no solo en lo físico, sino también en ser competitivos y, al tener comportamientos muchas veces inadecuados sin darse cuenta el gran daño que esto ocasiona en su proceso de adolescencia.

Al parecer son los padres quienes juegan un papel muy importante en esta problemática, ya que ellos poseen esa voz de mando para controlar lo que sus hijos aprecian en televisión.

En este trabajo de ardua investigación se quiere dar a conocer de qué manera puede influenciar los reality show (Calle7 y BLN la Competencia) a los jóvenes estudiantes entre las edades de 12 a 15 años, basándose en un sitio específico el Colegio Carlos Cevallos del Cantón El Triunfo provincia del Guayas.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera influyen los reality de competencia Calle7 y BLN en la conducta estudiantil de los alumnos de 12 a 15 años del Colegio Carlos Cevallos del cantón El Triunfo provincia del Guayas?

1.3 Sistematización del problema

- 1 ¿Los programas realitie emitidos por diferentes medios de comunicación, fomentan la práctica de valores en los estudiantes?
- 2 ¿Cuál es la herramienta educativa que brindan estos programas para el conglomerado estudiantil?
- 3 ¿De qué manera afecta en el comportamiento de los jóvenes estudiantes el contenido de dichos programas?

- 4 ¿Qué factores inciden para que los adolescentes sean los principales seguidores de estos formatos televisivos?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 GENERAL

Diagnosticar la influencia de los reality Calle7 y BLN, que genera en el comportamiento de los adolescentes del Colegio Carlos Cevallos del Cantón El Triunfo provincia del Guayas.

1.4.2 ESPECÍFICOS

- Analizar el contenido de los programas Calle7 y BLN, para determinar su efecto sobre el comportamiento de los adolescentes de la muestra escogida.
- Describir cómo influye estos programas en los estudiantes del ciclo básico superior del Colegio Carlos Cevallos.
- Identificar si los tipos de factores relacionados al comportamiento que se muestran en los reality como elemento de formación es apropiado para los adolescentes.

1.5 Justificación de la investigación

La idea de esta ardua investigación sobre la muestra escogida, nace sobre lo que los medios de comunicación televisivos brindan gratuitamente a un público adolescente que en gran parte son

sus mayores consumidores, sin saber que la juventud actual tiende a tener un comportamiento similar a lo que ellos pueden apreciar en el diario vivir de los programas reality.

Los adolescentes de hoy en día no piensan antes de actuar, quieren vivir su propio mundo sin tener un control fuera de casa; llevando como ejemplo lo que ellos consumen en las llamadas cajas negras (televisores), observando rivalidad, morbo, peleas grotescas y un sin número de situaciones que estos chicos demuestran frente a cámaras para ganar mayor popularidad y permanecer en televisión.

Los reality shows han invadido la televisión ecuatoriana sin dejar espacio para los programas educativos, ya que estos para permanecer al aire deben tener un rating elevado y al parecer por los años que llevan en sintonía gozan de aquello; no se puede decir que los programas reality fomenten solidaridad, respeto, compañerismo y disciplina deportiva sino más bien todo lo contrario.

Muchos jóvenes son tentados a participar en estos programas acudiendo al llamado de los canales para hacer casting, algunos de ellos buscando fama y para otros quizás ingresos económicos muchas veces dejando de lado sus estudios profesionales para dedicarse a vivir la telerrealidad, sin importarles que su vida personal quede al desnudo frente a todo un país.

Como dice un reconocido refrán “son muchos los llamados, pero pocos los escogidos”, en este caso los productores buscan hombres con cuerpos fornidos y chicas curvilíneas ambos que vayan a la par con un rostro que encante a su fanaticada y que tengan esa hambre de estar en televisión; esto quiere decir que sean extrovertidos para que el programa logre ganar mayor popularidad.

Con esta investigación periodística se quiere buscar un posible mejoramiento en el contenido de lo que los medios de información difunden a través de las pantallas, para poder llegar a los hogares de cada adolescente con un contenido positivo y educativo que los ayude en diferentes aspectos de su diario vivir, para que lo negativo no afecte a futuro cuando estos ya sean adultos.

1.6 Delimitación o alcance de la investigación

- Área: Comunicación televisiva.
- Tema: Influencia de los reality de competencia en estudiantes del ciclo básico superior del Colegio Carlos Cevallos del Cantón El Triunfo.
- Delimitación espacial: Colegio Carlos Cevallos del cantón El Triunfo Provincia del Guayas.
- Delimitación temporal: Esta investigación se efectuará en base a los resultados del periodo 2017.

Este trabajo periodístico investigativo se enfoca esencialmente en los jóvenes de 12 a 15 años del colegio Carlos Cevallos del Cantón El Triunfo, se ha tomado como referencia este colegio ya que en su mayoría los alumnos del ciclo básico superior son adolescentes que gustan de los programas mencionados, donde se puede hacer un trabajo de campo investigativo obteniendo información relevante para medir las influencias de los programas reality.

1.7 Problema

La influencia que tienen los reality de competencia en el comportamiento de los estudiantes del Cantón El Triunfo.

1.8 Idea a defender

Los formatos realitie emitidos por TC y Canal UNO, impactan negativamente en la conducta de los adolescentes del Colegio Carlos Cevallos, fomentando una la mala práctica del ámbito deportivo y a su vez en lo personal.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1 Historia de los Reality Shows

Reality shows proviene de la lengua inglesa que se ha hecho común en el habla hispana, esto es una “ficción de la realidad”, donde personas común y corriente exponen su vida frente a cámaras y miles de espectadores, para demostrar sus destrezas ya sea física o mental.

En la actualidad existe un porcentaje mayor del 50% en la parrilla televisiva que se basa en programas realitie.

El primer programa de telerrealidad que se transmitió fue “Candy Camera”, en el año 1948, en Estados Unidos. Luego fueron apareciendo programas como certámenes de belleza por la década de los 50; llegando a la televisión realities tipo concursos por los años 70, donde familias competían por ganarse regalos y viajes.

Pero fue por los años 90 donde aparece uno de los más reconocidos programas reality llamado “Gran Hermano”, que causó gran conmoción y marcó al mundo televisivo, expuesto en televisión a inicios del año 2000 en Holanda, encerrando en una mansión a varios hombres y mujeres con el único fin de que sobrevivan y superen el encierro por un determinado tiempo. Obteniendo gran acogida este formato se fue expandiendo a más de 70 países a nivel mundial.

Big Brother, o como comúnmente se lo conoce en Latinoamérica como Gran Hermano, fue una catapulta para que muchas casas televisivas a nivel mundial puedan lanzar al mercado sus propios reality shows, cambiando rotundamente el formato encierro por competencias físicas o a su vez combinando el encierro con las agilidades y destrezas de los participantes.

Las producciones ecuatorianas han ido cambiando con el paso del tiempo sacando del aire programas de carácter educativo, anteriormente se podía apreciar una variedad de programaciones para niños y adolescentes hasta llegar a la era de los reality shows, quienes han ganado mayor espacio y aparentemente gran popularidad en la pantalla chica.

Realities de competencia transmitidos por casas televisivas nacionales como Combate, Calle7, BLN la Competencia, Escuadrón Gajes y Los Nuevos y los Ex; son estos quienes al parecer llegaron para quedarse anclados en la televisión ecuatoriana.

En esta investigación de carácter netamente periodístico se dará a conocer los programas que aparentemente gozan de popularidad a nivel nacional, estos son, Calle7 que se transmite por la tarde y BLN la Competencia que lo difunden en la franja nocturna.

Calle7 es una producción chilena que nace en 2009 y es transmitido por la cadena televisiva TVN, programa dirigido al ámbito juvenil-familiar. Este formato llega a Ecuador en 2012 por la señal de TC televisión.

Así mismo aparece BLN la Competencia transmitido por canal UNO, que a sus inicios tenía el nombre de “Baila La Noche”, programa que se enfocaba en hacer bailar a personajes conocidos en el ámbito televisivo con el único fin de dar apoyo benéfico a una fundación. Drásticamente se cambió el formato a “BLN la Competencia”, donde tanto hombres como mujeres tienen que competir en pruebas físicas, con un solo propósito, llegar a la recta final y ser los campeones.

Los realities no dejan de causar furor en los telespectadores ecuatorianos, aunque estos ya no son novedad en la plataforma televisiva entre las programaciones variadas, miles de individuos lo siguen a diario para estar al tanto de todo lo que acontece con sus personajes de ficción.

Es por eso que en esta investigación vamos a profundizar y a su vez investigar en diferentes campos profesionales, para así poder dar a conocer cuáles son las falencias que tienen estos programas que dañan al consumidor en este caso a los adolescentes del conglomerado estudiantil quienes son aparentemente su gran número de seguidores.

2.2 Antecedentes

La revista prestigiosa estadounidense Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine, publicó tres estudios que aseguran que la televisión es influyente en el rendimiento de los estudiantes.

Según los investigadores antes de los 3 años ya se ve televisión en sus hogares y el fracaso escolar es mucho más probable, pero todo depende de los tipos de programaciones que consuman.

Este estudio asegura que no todos los medios tecnológicos son perjudiciales; los estudiantes que tienen un televisor en sus habitaciones poseen un promedio por debajo de ocho en materias como matemáticas y lenguaje, por otro lado, los que usan un computador en casa tienen mejores notas en estas materias.

La causa de que los estudiantes tengan un televisor en sus habitaciones, es que duermen menos, mientras que los que poseen un computador o algún otro aparato tecnológico tienen mayor comunicación con sus familiares y amigos, además de tener información libre a temas académicos.

Kimberlee Salmond, investigadora que pertenece al Instituto de Investigaciones de Girl Scout, indicó que realizaron una encuesta nacional a más de 1.141 niñas de 11 a 17 años de edad, dando como resultado que los reality shows son una influencia negativa en las adolescentes.

El Instituto de Investigación de Girl Scouts de Estados Unidos, demuestra que las adolescentes que consumen los programas realitie esperan situaciones intimidantes y dramáticas en su diario vivir. Dándole mayor significado a su apariencia física, creyéndose divertidas, inteligentes y extrovertidas viéndose como líderes y modelos a seguir.

Las investigaciones deducen que cerca de la mitad de telespectadores estadounidenses prefieren ver estos tipos de programas, dando como resultado un 78% que indican que contar algún chisme es algo normal en la sociedad, pero un 54% advierten que eso no está bien.

El 68% de las adolescentes que consumen estos programas indican que ser competitivas entre ellas es algo natural de las mujeres, en comparación del 50% de las niñas que no ven estos tipos de programas.

Este estudio, también dio a conocer resultados donde indica que el promedio de los reality shows han aumentado en los últimos años, gracias al crecimiento de los canales televisivos por cable y señal satelital.

En el país vecino Perú, un estudio revela que los programas más visto por los niños y adolescentes son los famosos reality shows. Un 50% de menores de edad admiran a los llamados “Chicos Reality”, queriendo ser como sus ídolos; así lo indica ConcorTV.

El Consejo Consultivo de Radio y Televisión (ConcorTV), realizó una encuesta donde demuestra que el 52,8% de los niños y adolescentes peruanos admiran a los participantes de los reality shows y que a futuro quieren seguir sus pasos.

En Perú, la televisión tiene un porcentaje de consumo mayor del 99,8%, mientras que la radio alcanza el 93,6%. Así también, el 26% de los peruanos encuestados afirman mirar programas televisivos mientras están consumiendo sus alimentos.

Las caricaturas son los programas, con 21%, que son vistos por los menores de edad sin la necesidad de ser acompañados de un adulto, mientras que las telenovelas y series ocupan un 17%, y los realities de competencia llevan un 12%, que son consumidos en familia.

El portal web de ConcorTV, demuestra los resultados basados en las encuestas a los adolescentes peruanos y, también hace un hincapié a todos los diferentes ministerios, así también a los padres de familia y a los propios medios de comunicación que difunden estos tipos de programas.

2.3 Fundamentación Comunicacional

Los medios audiovisuales van teniendo un gran avance tecnológico, estos juegan un papel muy importante en la vida cotidiana de cada ser humano adentrándose cada vez más en el ámbito doméstico. Remontándose al pasado se podía apreciar solo un televisor en la sala de la casa, este servía para que las familias se reuniesen y puedan disfrutar de programaciones variadas; hoy en día el desarrollo tecnológico ha ido avanzando y las personas prefieren tener individualmente sus aparatos de tecnología, esto ha introducido modificaciones sustanciales en la comunicación y la dinámica de las familias.

El impacto visual de los medios modifica la manera de actuar de las personas y, la privacidad la intimidad han sufrido cambios a raíz del ingreso de la tecnología donde el ámbito privado adquiere un estatus público y su difusión es normal. Es por ello que existen muchas interrogantes.

- ¿Qué grado de influencia tienen los medios en la manera de pensar de las personas?
- ¿La privacidad y la intimidad han dejado de ser una parte primordial en el ser humano y han pasado a ser conceptos extintos?
- ¿En qué medida se ha modificado el concepto de intimidad?

Cada ser humano crea su propio modelo mental, es decir, un conjunto de historias, valores y experiencias que interpretan el mundo a su manera de actuar.

2.3.1 La intimidad en los reality show

La intimidad es la esfera personal de cada ser humano, es un derecho y una necesidad que cada hombre sobre la tierra necesita para guardar ciertas cosas consigo mismo.

En los reality show cada participante incluyendo los presentadores tienen cuentas en diferentes redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram entre otras; donde hacen publicaciones a diario de fotos, pensamientos y lo que hacen en su diario vivir exponiendo a sus seguidores su vida personal para ir cada vez más ganando seguidores.

2.3.2 Crítica de los medios de comunicación hacia los reality

Son muchos los medios escritos que hacen diferentes críticas a los reality shows, tanto extranjeros como ecuatorianos, entre estos medios están los de mayor circulación a nivel nacional como son: El Universo, El Telégrafo, El Comercio, Diario Expreso; a este también se suma un medio internacional muy reconocido a nivel mundial como es CNN en español.

a. El Universo

Al parecer no solo los adultos son el blanco de los mediáticos programas realitie, también existen menores de edad que son expuestos a estas programaciones el cual son criticados fuertemente por diferentes medios de comunicación.

Diario El Universo publicó en unas de sus páginas, un reportaje sobre la crítica de un reality show americano llamado “Princesitas”, donde pequeñas de no más de 12 años de edad, son expuestas a mostrarse artificialmente recorriendo un camino forzoso el cual tienen que pasar largas horas en sesiones de fotos, pruebas de maquillajes, implantes artificiales y todo lo que haga satisfacer a los jurados quienes son los encargados de calificar a estas inocentes para que continúen en el programa.

Pero quienes están en el ojo del huracán son sus padres, ya que ellos son los que invierten tiempo y dinero forzando a sus pequeñas a que perezcan a tan temprana edad a este tortuoso camino de vanidades, para salvar su situación económica, a costillas de un infante que está forzada a verse adulta; sin pensar que esto puede ocasionar problemas psicológicos a futuro porque no les dejan vivir ni desarrollar su etapa de niñez.

Este reality show lleva varias temporadas al aire y goza de un éxito total de televidentes que al parecer lo único que les interesa es la belleza superficial.

b. La CNN y EL Comercio

Ecuador Tiene Talento, programa transmitido por la casa televisiva Ecuavisa, es una franquicia inglesa llamada God Talent, reality show que se basa en descubrir talentos de toda clase como canto, baile, magia, etc. En la temporada numero 4 una fuerte polémica fue la que generaron sus jurados al discriminar a una joven por sus creencias religiosas, al parecer esto dio mucho de qué hablar porque hasta los medios internacionales como lo es la CNN, se hicieron presente ante esta discordia generada por las juezas de ETT, tan grande fue el problema que fueron blanco de fuertes críticas y hasta la Asociación de Ateísta del Ecuador, se hicieron presente frente a esta situación deduciendo que su comunidad fue “agredida”, por los duros comentarios de los jurados.

Gustavo Lamota, quien fuese el presidente de esta asociación, hizo un pedido a la cadena televisiva donde pedía una copia del programa completo sin editar para revisarlo detenidamente ya que se sintieron afectados, a lo que el medio de comunicación involucrado entregó dicha copia, pero no con el contenido completo fueron las palabras de Lamota a CNN.

Lamota, afirmó a CNN que serán las autoridades competentes encargadas las que impongan la sanción a Ecuavisa “pedimos como mínimo disculpas públicas o que los productores del programa elijan un jurado de calidad”, adjuntó el presidente de la asociación atea de Guayaquil.

Por otra parte, diario El Comercio, hizo énfasis a las duras críticas que realizara el cantautor ecuatoriano Juan Fernando Velasco, vía redes sociales; rechazando la actitud que tomó el jurado hacia la joven y así mismo felicitando a la participante indicando que ella tiene un gran oído y que siga adelante con su carrera musical.

Siguiendo con la línea de diario EL Comercio, este realizó una nota referente a los fuertes enfrentamientos entre los amantes de los realities y los que no lo son, vía redes sociales, tras la aparición de un nuevo reality show llamado “Yingo”, en la cadena televisiva Ecuavisa, sacando del aire a una reconocida serie de anime.

Una ola de quejas surgió en las redes ya que los fanáticos de esta serie no podrían ver más su programa favorito y protestaron en contra de “Yingo”, que tenía una similitud a los realitie de competencia Calle7, BLN y Combate.

Los amantes del Internet emprendieron una campaña en las diversas redes sociales contra las cadenas televisivas RTS y TC Televisión, pidiendo que dejen de transmitir los realities con el hashtag #FueraCalle7, #FueraCombate y #QueremosNochesDeOscar. Pero así mismo existe una contraparte y son los amantes de estos reality quienes también se hicieron notar con el hashtag #CombateNoSeVa, el mismo que estuvo entre los trending topic de Ecuador.

Generando una tendencia como se lo denomina, #CombateNoSeVa obteniendo una audiencia de 170.321 usuarios, pero ganando mayor éxito fue #FueraCombate, con 412.751 usuarios y #FueraCalle7 160.113 usuarios de Facebook y Twitter.

c. El Telégrafo

Este medio que también tiene gran acogida entre los lectores ecuatorianos; no se queda atrás y, también lanza sus dardos hacia los reality shows, en esta ocasión habla sobre los amoríos falsos enfocándose en BLN la Competencia que es transmitido por canal UNO.

El escritor de esta columna se refirió a un falso matrimonio de unos participantes del reality que fue televisado por el canal, deduciendo que todo fue una farsa por lo poco creíble y por lo libretado que este fue, con jueces netamente reales. No importa hacer show y divertir a sus espectadores con una boda de telenovela y que todos saben que esto es una pantomima, pero muy poco recomendable por las consecuencias que estas tendrían a futuro.

d. Expreso

Este medio impreso, realizó una entrevista a una reconocida actriz ecuatoriana que lleva más de 25 años en la pantalla chica, resaltando todas sus cualidades y virtudes.

Adriana Manzo, reconocida actriz y una de las primeras presentadoras del desaparecido programa *Complicidades*, expresa lo que ella piensa sobre los reality shows llamando “aberrante”, a estos programas y que los participantes no tienen la formación actoral la cual no excluye a quienes nacieron con ese don y su catapulta ha sido esta.

Pero que son los productores y directores quienes deben ayudar a sus talentos para que puedan llegar al éxito, pero con otra modalidad que no sea los reality enfocándose más en lo cultural; estos programas bautizados como “telebasura”, han invadido la televisión ecuatoriana que, bajo una nueva Ley de Comunicación, se esperaban producciones ecuatorianas de alta calidad y no por estos programas que ofrecen contenidos sin calidad para el televidente. De manera que se está dando al consumidor ignorancia y vulgaridad.

Lo bueno sería que los canales ecuatorianos demuestren a sus televidentes producciones de calidad que nos eleven al nivel internacional pero que lastimosamente por la difusión de los reality show, eso se ha perdido, aclara la actriz.

2.3.3 La Telebasura

Es denominada televisión basura a varios programas que tienen un contenido de mala calidad como son los talk-shows, programas de farándula, informativos con contenido sangriento y, lo que está “en boga”, los reality de competencia como Calle7, Combate y, BLN la Competencia programaciones en donde abunda la vulgaridad, las peleas, el morbo y, muchas veces escenas de carácter pornográfico. La televisión puede ser el mayor aliado de la educación y, puede ir de la mano con los valores de los ciudadanos.

Los programas basura cada vez van teniendo mayor espacio en las cadenas televisivas y, son el pan diario de los televidentes al encender la famosa caja negra que cada vez se va poniendo más nítida y plana.

2.3.3.1 Causa y efecto de la telebasura

Mucho se dice de la televisión basura, que acoge programas que no ayudan a la formación educativa de la juventud y que, por el contrario, fomenta conductas que dañan a los niños y adolescentes que son seguidores de los participantes; que da mucha cabida a situaciones deplorables que son el centro de atención de muchos niños que los empobrece mentalmente.

2.3.3.2 Marcha en contra de la Telebasura en Ecuador

En el país miles de ecuatorianos han hecho notar su malestar por medio de las redes sociales, vía muy favorable y, con mayor afluencia de internautas es por eso que ya se han realizado marchas en contra de la tv basura.

Rafael Valverde, estudiante de economía de la Universidad de Guayaquil, fue uno de los mentalizadores de esta actividad, idea que surgió luego de que en un reconocido programa de farándula de RTS, se anunciara el ingreso de Brigitte Quiñonez, como reportera del mismo; dicha mujer se hizo conocida por subir a las plataformas de internet videos con palabras soez y mostrado escenas deplorables.

Esto hizo que el Consejo de Regulación y desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom), tomara cartas en el asunto ante este terrible atropello con la comunicación, emitiendo un comunicado al medio televisivo pidiendo que no usara la imagen de Quiñonez, para explotarla. Ante esto el canal hizo caso al comunicado sacando del medio televisivo a la mujer en mención.

Así también miembros de la Asociación Ateísta del Ecuador, se hicieron presente encabezando dicha marcha, portando camisetas blancas y carteles, para defender a su organización, dado que una joven miembro de esta organización fue víctima de discriminación

en el reality show Ecuador Tiene Talento, que es transmitido por Ecuavisa, marchando por toda la avenida 9 de octubre, en pleno centro de Guayaquil.

No solo en el Ecuador, se reflejan las malas producciones, también en el vecino país Perú, protestan en contra de los reality de competencia. Y es que cientos de peruanos se volcaron a las calles de Lima, para protestar en contra de la televisión basura, programas que son considerados de pobreza cultural.

Un grupo de jóvenes fue quien convocó a esta marcha, haciendo un recorrido por todos los medios televisivos de señal abierta, con una pancarta gigante que decía “Queremos televisión, pero sin agresión”, haciendo énfasis a los programas que poseen contenido sexual y que son transmitidos en horarios familiares.

Las cadenas televisivas América y ATV, transmiten los reality Esto es Guerra y Combate, programaciones similares donde sus participantes compiten con prendas diminutas y, también exponen sus vidas y sus romances sea este real o ficticio; los manifestantes tomaron como vivo ejemplo a estos programas que causan daño a los jóvenes promoviendo antivalores.

2.4 Fundamentación Psicológica

El Colegio Oficial de Psicología de las Islas Baleares (COPIB), lamentan que muchos especialistas en la rama de la psicología se involucren en los reality shows y den credibilidad a estos programas el cual ellos lo denominan (intrascendente, banal y superficial).

El canal de televisión Antena 3 de España transmite un reality show producido por Warner Bros, llamado “Casados a Primera Vista”, en el que un grupo de Psicólogos y Psiquiatras realizan un test de 400 preguntas para realizar entrevistas a diferentes candidatos que quieren pertenecer a dicho reality y puedan encontrar parejas para que se casen sin tan si quiera conocerse.

El COPIB, indica que realizar un test de compatibilidad y puedan encontrar al amor sin conocerse es muy osado; pero que de una manera u otra cada persona es libre de encontrar el amor y ser felices, piden reflexionar sobre estos espacios televisivos y sobre el comportamiento de las personas.

Muchas veces estos programas son falsos con tal de obtener mayor audiencia y también hacen énfasis diciendo que la psicología es la ciencia que estudia el comportamiento del ser humano y sus consecuencias. Es por eso que EL COPIB, lamenta que diversos programas tomen el nombre de la psicología para hacer notar que estos tienen credibilidad; con el único interés para su bien propio.

La psicología se ha involucrado en los medios de comunicación sobre temas psicológicos, los expertos de la psicología utilizan técnicas de comunicación basadas en el conocimiento de los mecanismos psíquicos para quienes lo consumen. Para lograr entender este fenómeno que está causando mucho daño a los adolescentes como son la depresión, el fracaso escolar, problemas alimenticios, problemas sexuales entre otros; son temas que causan daño en la sociedad en la que vivimos.

Los profesionales de la psicología deducen que estos programas venden morbo, chismes y amoríos entre ellos dejando de lado los juegos y ese valor de competencia; también deducen que los chicos de hoy en día, les dan mucha importancia a estos programas dejando en segundo plano los estudios y convirtiéndose en fanatismo al ser seguidores de los mismos.

Entre los realities y los programas televisivos como series, telenovelas o shows hay una diferencia fundamental ya que unos son ficticios que fueron creados con el único fin de entretener, mientras que, por otro lado; otros tienen un porcentaje mayor de ser reales como su nombre mismo lo indica.

En una entrevista realizada al psicólogo peruano Luis Ávila, manifiesta también sobre los fanáticos de cada participante y las peleas que estos jóvenes tienen en redes sociales por defender a sus seguidores muchas veces agrediendo moralmente, dice que los participantes de los realitys vienen a ser protagonistas de los programas ganándose el cariño de los espectadores y, es desde allí donde forman club de fans para apoyar a capa y espada a su competidor favorito.

El doctor Ávila, también hace énfasis a los formatos que tienen estos programas y explica que antes los “programas concursos”, se enfocaba netamente en competencia, pero que todo ha cambiado con el paso del tiempo ya que más se enfocan en la vida privada personal de los participantes, y que las producciones tienen que fijarse en transmitir mensajes positivos y dejar una enseñanza para los jóvenes espectadores, los concursantes son los modelos a seguir y, buscan personas con estereotipos diferentes a lo que se puede apreciar en la calles, haciendo que los jóvenes se obsesionen con sus cuerpos y no se acepten como son, en el caso de los hombres volviéndose narcisistas con sus cuerpos y las mujeres queriéndose ver cada vez más delgadas en ambos casos perjudicando su salud.

¿Por qué lo ven?

Los reality shows, son un retrato de lo que somos en la vida real, la manera en que un ser humano común y corriente vive, siente, reacciona o se relaciona en su diario vivir, esto causa un efecto espejo al identificarse con diferentes reacciones que muestran sus protagonistas.

Estos programas para tener un éxito total hacen que los espectadores tengan una afinación y a su vez conexión con el programa dejándolos involucrarse de diferentes maneras, ya sea permitiéndoles acudir al programa, enviando sus votos vía redes sociales y en otros casos con llamadas en vivo para poder apoyar a su favorito y así dándole más poder y credibilidad al programa.

La mayoría de las emociones que se vive dentro de un reality show son semejantes a lo que una persona vive en la vida misma y al captar esto en televisión hace creer que son parecidos a los llamados “famosillos”, y que todo lo que se puede observar es verdad. La gran mayoría de televidentes tienen un parecido a los personajes de los realities por vivir situaciones semejantes a ellos.

2.4.1 Psicología de la televisión

La televisión, influencia positiva o negativa de socialización para los adolescentes

Existen muchos puntos de vista dependiendo de lo que estén observando los adolescentes, si ellos están acostumbrados a ver programaciones que los ayude en su desarrollo, preferiblemente si son educativos con el fin de que estos tengan mensajes positivos; si el adolescente está acostumbrado a ver programas informativos esto influye de manera positiva en su desarrollo.

La televisión es un mundo que enseña sin darse cuenta de lo que está enseñando, de ello se aprende por imitar a los modelos de comportamiento que expone al consumidor; esto se puede apreciar en las telenovelas, caricaturas y diversos programas mayormente visto por adultos y niños, con el paso del tiempo las personas tienden a utilizar el vocabulario que oyen en la televisión especialmente los niños y adolescentes.

Por ende, es necesario profundizar un poco en lo que muestra la televisión, específicamente en la violencia televisiva; con el paso del tiempo tienden a imitar lo que observan y no es prudente dejar que los niños y jóvenes tengan un control total a todas las programaciones. De manera que surgen varias interrogantes que muchos de los padres se han planteado.

Lo que se muestra en tv no siempre es bueno ya que los niños y adolescentes pueden observar violencia y comportamientos negativos que afectan a su desarrollo cognitivo conductual, es por ello que no se recomienda a los padres dejar que sus hijos tengan el completo control de ver la programación que quieran; haciéndoles ver que hay ciertos programas que no son adecuados para ellos para que no intenten imitar las conductas indeseadas.

2.4.2 La psicología y los medios de comunicación

La psicología ha ido adentrándose cada vez más en los medios de comunicación, por diversos temas psicológicos y espacios televisivos.

Existen varias cuestiones que se van complejizando para entender el fenómeno televisivo, que comienza a querer resolver temas ocultos como son el desorden alimenticio, la depresión, el fracaso, los problemas sexuales entre otros; son temas que hablan por sí mismo en la sociedad en la que vivimos.

Se quiere destacar que las nuevas técnicas de comunicación, en este caso los audiovisuales, pueden influir sobre los individuos; podemos plantearnos cuál es la postura del psicólogo en esta situación, pero es necesario distinguir entre la radio, prensa escrita y por otro lado la televisión.

En la radio y prensa escrita el receptor es más activo ya que tiene la posibilidad de interactuar con los medios, frente a la pasividad en la que se ve sometido el televidente cuando está conectado a un programa porque en la televisión los segundos perdidos son dinero que afecta a la casa televisiva, aunque la televisión se jacta de ser “interactiva”, pero no se da esa participación con el televidente.

La radio y la prensa escrita tienen un objetivo principal, informar, formar y divertir a sus consumidores a diferencia de la tv que solo busca divertir durante las horas de máxima audiencia; pero como lo hacen, quizás hay que mencionar lo que está causando mayor acogida en estos últimos tiempos que son sin duda alguna los reality shows.

Estos programas reality tienen un éxito total ya que lo realizan con un bajo coste de producción, exhibiendo personajes que aparecen de la nada con falta de profesionalismo y mostrando su vida privada frente a una gran afluencia de telespectadores. Las producciones son muy bajas al mostrar contenidos poco educativos, haciendo mostrar a sus personajes de ficción tal y como son en la “vida real”, pasando al exhibicionismo y tanto el emisor como el receptor tienden a tener una relación primordial.

En los reality shows abunda lo actuado y lo sobre pensado haciendo creer a los televidentes que es algo real y utilizando un lenguaje no apto para los niños y adolescentes, es aquí donde los psicólogos hacen su participación en este tipo de programaciones.

2.5 Fundamentación Sociológica

La definición de la Sociología es determinar el origen etimológico, la unión de sus palabras Socius que significa (socio o individuo) y Logía que quiere decir (estudio), por lo tanto, se puede decir que la Sociología es el estudio del socio o individuo.

Se dice que la sociología es la ciencia que estudia a un grupo de individuos que permanecen agrupados, analizando las formas internas de la organización y las relaciones que los individuos mantienen entre sí.

Es por eso que para realizar esta investigación hay que ver el aspecto sociológico de los individuos que se encuentran involucrados en los programas realities, para poder apreciar la otra cara de la moneda y así definir su comportamiento en su agrupación, en este caso en su equipo al cual pertenece.

2.5.1 Los reality son experimentos o falsedades (verdades o mentiras)

El reconocido y hasta la vez recordado reality Gran Hermano, nació de un experimento sociológico, así lo afirma un medio escrito español llamado “EL Parcial”, en este reportaje hacen énfasis sobre la veracidad de dicho programa, abriendo en debate que una ONG, llamada CEAR (comisión española de ayuda al refugiado), hace una denuncia hacia un reality show llamado “Perdidos en la Tribu”, dicho programa se trata de cuatro personas supuestamente perdidas en una tribu donde tienen que sobrevivir.

Esta ONG (organización no gubernamental), realizó esta denuncia porque los creadores o mentalizadores de este reality han desprestigiado a sus comuneros haciendo ver en televisión nacional que ellos son “alcohólicos”, engañando a sus espectadores.

2.5.2 El éxito de los realities show

El sociólogo Francesc Núñez Mosteo, explica cuáles son los recursos emocionales que utilizan para triunfar estos programas y sus principales personajes de la telerrealidad indicando que sirven para posicionarnos a nosotros mismos, que nos gusta y que no; que rechazamos y que aceptamos y sobretodo en que nos consideramos mejores ante la ventana abierta de la televisión con relación a nuestras emociones y valores. Más que juzgar a los protagonistas intentamos parecernos a ellos y, que estos programas nos sacan de la rutina diaria en la que vivimos “son como un laboratorio de experiencias y emociones”, expresa el sociólogo.

El espectador tiene el poder de ver, juzgar y decidir sobre lo que está consumiendo, pero que lamentablemente estos programas hipnotizan al televidente como lo dice el estudio “El impacto visual del chisme”, de Eric Anderson, publicado en la revista Science, demostrando que nuestro cerebro le da más importancia a las personas que hacen cosas negativas de las que generan cosas positivas.

Al parecer la ciencia tiene una explicación del porque estos programas de la telerrealidad o como algunas personas lo tildan de telebasura; lo que llama mucho la atención o despierta emoción a los televidentes es lo que sale de lo normal y que la mayoría de las emociones son negativas más que las positivas, ante todo esto el espectador quiere escapar de la rutina así lo afirma el sociólogo Francesc Núñez.

2.5.3 Sociología de las Pantallas

La comunicación ha ido obteniendo un conjunto de cambios en nuestra sociedad, y esto se puede interpretar a medida que la comunicación ha ido cambiando con un nuevo modelo; un modelo no de masa sino de red, así mismo se puede identificar un conjunto de cambios contextuales.

2.5.4 La comunicación y su nuevo modelo

Las sociedades de hoy en día se caracterizan por modelos de comunicación más no por modelos de información. Nuestras sociedades han sido testigos de los cambios que se han venido dando en la comunicación a manera de dar su información, si se construye un modelo de comunicación en la sociedad es cierto que el principal paradigma señala como será un determinado sistema de medios.

Los contenidos televisivos ya sea este noticioso, de información o de entretenimiento aparentemente han cambiado debido a la fuerte aparición de diferentes programaciones que gustan a los usuarios de los medios. El entretenimiento es uno de los mayores cambios más que los noticiosos o de información, la innovación que van teniendo día tras día es para gustar más a los consumidores de diferentes empresas de comunicación experimentando formas y contenidos de formatos, con esto van rebasando fronteras borrando programas con contenidos de valores sociales para adentrarse en la privacidad del ser humano dejando la ética de lado.

A la vista de estos fenómenos se puede afirmar que nos encontramos en medio de dos redes, televisivo e internet ya que estos se van entrelazando cada vez más porque los consumidores buscan entretenerse y no informarse por ende tienen mayor interactividad.

La tecnología se comparte al momento de crear enlaces, el usuario del (siglo XXI) ha dejado de lado la lectura, esto no significa que no se lean los periódicos, sino que este es un modelo de comunicación secundario están más atentos respectivamente a la televisión y al internet.

El cambio cultural que se vive en la actualidad es de una “persona informada”, no en el ámbito informativo noticioso sino en ofertas de televisión pagada, tecnología e internet, para estar al día en las telenovelas, series y también para estar conectados al internet y poder participar en votaciones, navegar en diversas redes, enviar correos y escribir blogs y también para trabajar en innovación.

2.5.5 Medios jóvenes

La influencia de los medios de comunicación en redes es bastante evidente entre los medios presentes que llevan muchos años luchando para estar posicionados en un nivel cada vez más altos, aunque la imagen que hoy tengamos de ellos se haya creado en el siglo pasado, están cada vez innovando; es por eso que la radio, la televisión y la prensa tienen una alianza cada vez mejor con el internet.

2.5.6 La televisión no es una tecnología, es una narrativa

La televisión se ha convertido en algo más complejo y ha empezado a ocupar otro espacio en nuestras vidas, la caja negra (televisión) que tenemos en casa está siendo manejada por diferentes empresas; entre estas están compañías de televisión, empresas de internet, empresas de telecomunicaciones, grupos de comunicación, empresas de software y publicidad, todas las empresas y compañías en mención al parecer están descubriendo un nuevo potencial de negocio esto surge desde que la banda ancha ha pasado a ser un verdadera realidad.

Esto busca combinar contenidos que gusten a sus telespectadores para obtener mayor inversión y ganancias lanzando al mercado telenovelas, series, películas y reality shows, con esto se tiene claro que es necesaria la interoperabilidad entre redes.

Hay que tener en cuenta que cada país tiene su propio modelo de televisión, por su variación en contenidos, por ejemplo, en Europa existe un único prime-time y los estilos de vida de cada país adoptan su propio modelo de televisión.

2.6 Fundamentación Educativa

¿Cómo influye la televisión en la educación escolar?

Existen aparatos tecnológicos que influyen negativamente en la enseñanza de los estudiantes; uno de estos es la televisión, que a pesar de mantenernos informados y entretenernos afectan en el aprendizaje de los estudiantes.

Si en un hogar no existiese la famosa caja boba, los alumnos preferirían leer un libro y hacer sus tareas para obtener un aprendizaje excelente, pero lamentablemente en cada casa hay un aparato de estos que se convierte en el centro de atracción para los niños y jóvenes dejando de lado los estudios prefiriendo ver programas poco educativos.

En los últimos tiempos la llamada caja boba se ha convertido en una droga muy consumida por los seres humanos, dicho por diferentes especialistas “una vez que la empiezan a consumir no quieren dejarla por nada”, muchas veces los estudiantes no prefieren culturizarse y ver programaciones que los ayude a su desarrollo, sino más bien les encanta consumir programas que no son adecuados para ellos.

La revista digital de España “El Recreo”, emite un reportaje sobre la influencia de la televisión en los alumnos, indicando que esta, puede ser un núcleo para transmitir a los niños y

jóvenes una gama de valores y conocimientos de forma muy divertida; existen varias programaciones con la que los niños pueden aprender y tener amplios conocimientos.

En la problemática televisiva, es que existen muchos programas que contienen contenido poco adecuado para los menores de edad, los adolescentes no diferencian entre realidad y ficción y, comúnmente suelen adoptar los comportamientos agresivos que observan en televisión. Es importante que sus personajes favoritos muestren valores y conductas para ser un modelo a seguir.

2.6.1 Televisión educativa en Ecuador

El Ministerio de Educación, lanzó su primer programa educativo televisado llamado “EDUCA”, este proyecto dio apertura el 1 de octubre del 2012, por la señal de más de 100 canales de televisión nacionales y regionales del país.

Educa ha transmitido una variedad de programas con identidad ecuatoriana, en una franja familiar, buscando concientizar a los niños y adolescentes a que consuman un producto educativo, para fomentar los valores desde una perspectiva diferente y entretenida.

Este grandioso proyecto de mantener la programación educativa en diversos canales, se debe a la Ley de Radiodifusión y Televisión que se basa en transmitir una hora de programación con contenidos educativos, esto también incluye un día con programas del Canal Encuentro de Argentina; gracias a los convenios entre los canales de televisión educativa y con la Asociación de Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas.

Este proyecto televisivo ha ido cosechando sus frutos, obteniendo un galardón gracias al programa “Corazón de Cucharon”, en la categoría infantil, al participar en el primer encuentro de Televisión Digital y Participación Ciudadana, organizado por la Asociación de Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas.

2.7 Fundamentación Legal

2.7.1 Constitución de la República del Ecuador

En la Constitución de la República del Ecuador, emitida en 2008 se encuentran plasmados diferentes puntos específicos, debido a este proyecto de investigación periodístico se dará a conocer cuáles son los derechos que tienen los ciudadanos con respecto a la comunicación.

En el Título II Sección Tercera, habla referente a la comunicación e información; pasándonos directamente al artículo 18 en el primer punto nos indica “buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural sin censura previa

acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general y con responsabilidad ulterior”.

El artículo 19 exhorta “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”.

Así también se prohíbe la transmisión 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.

El título VII expone el régimen del buen vivir, dentro de este, en la sección séptima habla sobre la comunicación social; en el artículo 338 “el sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la libertad de expresión.

El estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

La libertad de expresión y opinión, el cual todas las ecuatorianas y ecuatorianos tienen todo el derecho a expresarse y opinar con libertad de cualquier manera y, por cualquier medio, pero serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

La Ley de Comunicación ha hecho que existan muchos debates en el país, pero para muchos ya era hora que exista una ley que regule la comunicación del siglo pasado. La responsabilidad de llevar la verdad es la que nos otorga la libertad expresión.

2.7.2 Ley Orgánica de Comunicación

La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, comprende de 119 Artículos, que incidirá en parte en la vida de los ciudadanos; existen ocho temas que supuestamente afectarán a los usuarios:

- Los contenidos de la red, sin regulación
- La inclusión de un contenido intercultural
- Habrá un nexo entre el medio y las audiencias
- La protección a la gente en casos judiciales
- Habrá más publicidad hecho en Ecuador
- Mayor difusión de la producción nacional
- Contenidos televisivos de acuerdo a un horario
- Los ciudadanos y el derecho a la réplica

Esta Ley de Comunicación, es muy importante para tener una excelente prensa y, a su vez vital para los ciudadanos; los ecuatorianos tienen en sus manos un instrumento efectivo para exigir una prensa ética y evitar abusos de los medios de comunicación.

Dicha Ley tiene sus ventajas; sirve para que los afectados puedan reclamar sus derechos a la réplica de los errores que comete la prensa, rectificación y aclaración. Antes de que exista esta Ley de Comunicación, una rectificación dependía de las ganas que tenga el dueño del medio de comunicación y no se respetaba los derechos de los ciudadanos.

El punto principal habilita que el 60 por ciento de los contenidos televisivos sea netamente producciones ecuatorianas, por otra parte, las radios nacionales deben difundir un 50 por ciento de producto hecho en Ecuador.

También dispone que todos los medios de comunicación ya sean estos públicos, comunitarios y privados deben remitir códigos deontológicos; si no se llegase a cumplir con este código las organizaciones o ciudadanos podrán demandar ante la Súper Intendencia de la Información y Comunicación.

En el Título II, Capítulo I, Artículo 10; enuncia sobre las Normas deontológicas “todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones”:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar

En el mismo artículo 10 indica algunos puntos clave, que deberían ser tomados en cuenta por los diferentes medios de comunicación y aplicarlos en las programaciones que difunden, especialmente en los grupos de atención prioritaria, en este caso en los niños, niñas y adolescentes que son los que están fielmente conectados al televisor.

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con grandes patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes y menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos, salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;

- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

En el título IV de la Ley Orgánica de Comunicación, habla sobre la regulación de contenidos, en el artículo 60 explica sobre la identificación y clasificación de los tipos de contenidos, teniendo seis puntos específicos; siendo la E para entretenimiento.

Así también hace énfasis, que todos los medios de comunicación ya sean estos privados, públicos o comunitarios deben corroborar el tipo de contenido que transmiten; y establecer si son o no aptos para todo público, con el único fin de que los espectadores puedan decidir sobre la programación de su preferencia.

En el artículo 65 explica sobre la clasificación de audiencia y franjas horarias, en el numeral uno indica que la programación debe ser clasificación “A”, apta para todo público, esta comprende desde las 06h00 hasta las 18h00.

Evidentemente todas las programaciones transmitidas por televisión deben respetar las franjas horarias, pero al parecer el reality Calle7 es transmitido en la franja familiar, el cual expone peleas tanto físicas como verbales entre los competidores y enseñando atuendos diminutos entre

otras características que no aportan en la educación o formación de valores; deberían estos programas trasladarse a la franja horaria de adultos que es desde las 22h00 hasta las 06h00.

2.8 Marco Conceptual

Reality shows

Es un programa de televisión, que expone personajes reales de la sociedad con sus problemas; son transmisiones permitidas por varios protagonistas a través de concursos donde los participantes compiten por un premio.

Talk shows

Los talk shows son programas donde el presentador es el encargado de entrevistar a personas que no son “famosas”, sobre diversos temas, estos pueden ser amoríos, problemas del diario vivir, etc.

Prime time

El prime time es el momento más importante para las cadenas televisivas que empieza a partir de las 22:30, es el horario de mayor número de espectadores tienen.

Medios audiovisuales

Se denomina medios audiovisuales a los medios de comunicación que combinan imagen y sonido para que el receptor pueda ver y escuchar el mensaje, entre estos se encuentran el cine, la televisión y el internet.

Producción televisiva

Se le llama producción televisiva a las diferentes tareas que se necesitan para la creación de un programa de televisión.

Contenido televisivo

Es lo que se muestra diariamente en los espacios televisivos, es decir todas sus programaciones variadas.

Formato televisivo

Los formatos televisivos son creados por productoras con el único fin de venderlos a varias cadenas televisivas, cuando se habla de un formato en televisión, no solo se habla de un programa, sino de una idea diseñada.

Parrilla televisiva

El significado de parrilla quiere decir el tiempo de las programaciones de los canales de televisión, indicando el comienzo y el final de cada programa. Los programas se repiten semanalmente, por lo que una parrilla se define cada semana.

Ficción

La noción de ficción es la que narra hechos imaginarios, es decir permite la existencia de algo que no aparece en el plano real.

Telerrealidad

Es un formato que da la manera de entender el entretenimiento como se muestra en diferentes programaciones, que demuestran la vida en directo de sus participantes perdiendo así su intimidad frente a un sin número de espectadores.

Sintonía

Es toque musical que le dan al comienzo o final de un programa de radio y televisión, con esto se puede identificar al programa.

Telebasura

Este término es utilizado para los programas de televisión con muy baja calidad, caracterizada por el morbo, el amarillismo, el sensacionalismo y los escándalos en el cual se encuentran inmiscuidos los personajes de la prensa rosa.

Rating

Es el argot que utilizan los medios de comunicación sobre la cantidad de personas que están mirando o escuchando algún programa de televisión o radial.

Casting

El término casting es el proceso de selección de actores, modelos, o cualquier personaje que desee trabajar en pantalla, los postulantes deben mostrar cuáles son sus habilidades para poder convencer a los jueces encargados de seleccionar a los mejores.

Fama

Es utilizado para nombrar a celebridades del espectáculo que por su trayectoria laboral se vuelven famosas y su vida privada pasa a ser pública.

Popularidad

Se la emplea en nuestro idioma para designar sobre la gran aceptación de la gente, que posee generalmente un artista, un deportista o tal vez un político.

Competencia

El significado de esta palabra hace referencia al enfrentamiento que tienen dos o más sujetos, en el ámbito deportivo la competencia tiene una clasificación, con ganadores y perdedores.

Chicos Reality

Es un calificativo que se les ha dado a los personajes que participan en programas concurso de televisión, chicos con exceso de musculatura y mujeres que dejan ver sus cuerpos a través de diminutos uniformes, que deben enfrentarse a diferentes desafíos. Los llamados chicos reality no tienen vida privada, están expuestos a ojo público por sus romances y peleas.

Mediáticos

Esta palabra se utiliza a menudo para nombrar a ciertos individuos que logran alcanzar popularidad en televisión gracias a sus escándalos y polémicas.

Extrovertidos

Es un término de la lengua española, la cual es usada como adjetivo para nombrar aquellas personas que tienen facilidad de expresar sus sentimientos y suelen ser sociables y muy afectuosos con los demás, simplemente lo expresan abiertamente.

Fanático

La palabra fanático hace referencia a un individuo que posee admiración hacia un personaje, programa de televisión o deporte, dando apoyo incondicional sobre algo que lo deslumbra.

Influencia

Se refiere a los efectos de la autoridad o poder de una persona sobre otro sujeto para controlar y modificar las percepciones.

Ídolo

Un ídolo es una persona o imagen que genera un amor o admiración en un grupo social, esto surge como un modelo a imitar, por lo general se pueden apreciar a través de los medios de comunicación.

Tendencia

La tendencia es un estilo o costumbre que deja huella por un tiempo parcial, también utilizada como sinónimo de moda, en lo que respecta a redes sociales las personas pueden estar más de cerca a sus artistas favoritos.

Telespectador

Es la persona que mira a diario un espectáculo que es televisado.

Practica de valores

La práctica de valores es hablar de principios y creencias, es una decisión personal ya que cada persona es responsable de cómo actuar sobre las distintas situaciones que enfrenta en la vida

Rivalidad

Proviene de la palabra latina “rivalitas”, que significa enemigo, es la condición de dos o un conjunto de personas cuando compiten entre sí.

Morbo

Procede del latín “morbus”, que significa enfermedad, esto quiere decir que siente atracción sobre algo desagradable o inmoral, es considerado malsano, puede ser de distintas maneras relacionado con la muerte, sexo, violencia y accidentes.

Exhibicionismo

Este término posee dos significados diferentes, por un lado, trata de la conducta poco cívica y el otro vendría a ser un tema sexual, pero más trata del aspecto sexual donde un sujeto siente placer al mostrarse frente a los demás.

Capítulo III

Metodología

3.1 Tipo de investigación

Este trabajo de investigación emplea un diseño descriptivo, los cuales son cuantitativos y cualitativos con la intención de mostrar cual es el grado de influencia que tienen los reality shows en los adolescentes del conglomerado estudiantil.

En el caso de la investigación aplicada permite al investigador profundizar más sobre el tema escogido, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades el cual se está abordando.

En este trabajo de carácter investigativo se utiliza una investigación de campo, porque la información que se obtiene proviene de entrevistas, artículos, encuestas y cuestionarios el cual es un instrumento de investigación con el propósito de obtener información.

La combinación de estos métodos permite que no existan errores al analizar lo que se busca demostrar, si los programas realitie afectan negativamente en el diario vivir de los adolescentes; esta investigación no consiste solo en acumular datos el investigador debe analizar y procesar la información obtenida.

3.2 Enfoque de la investigación

Cuando se habla de enfoque de investigación, se está hablando de paradigmas que emplean procesos sistemáticos para generar más conocimientos; existen tres enfoques principales que son: cualitativo, cuantitativo y mixto, porque se recoge y analiza datos en un mismo estudio.

Esta investigación está enfocada, en qué grado de influencia se encuentran los reality shows hacia los adolescentes del Colegio Carlos Cevallos, ya que toman como símbolos o modelos a seguir a los participantes de los programas Calle7 y BLN, programas que “supuestamente fomentan el deporte”.

Para poder conocer a ciencia cierta cuál es el pensar de los adolescentes, se realizará las encuestas respectivas a los estudiantes, lo cual permitirá realizar un análisis cualitativo sobre la recepción de los programas realitie Calle7 y BLN, y así sacar las conclusiones que se necesitan para esta investigación desde el punto de vista educativo.

Los resultados que arrojen las encuestas, nos dará a conocer como verdaderamente influyen estos tipos de programaciones en los adolescentes del Colegio Carlos Cevallos, si es que en realidad afecta o no en su personalidad o les brindan algún tipo de conocimiento educativo que les ayude a fortalecer su intelecto personal.

3.3 Técnicas de investigación

Como técnicas de investigación empleadas en este estudio, se utilizará la encuesta como técnica, el formulario de preguntas como un instrumento físico de apoyo y la observación se usará para saber cuál es la conducta que transmiten los protagonistas de los realities frente a un sin número de seguidores adolescentes.

Siempre es muy importante observar y escuchar el comportamiento de los competidores dentro del programa ya que ellos son los principales protagonistas de los reality shows, sabiendo que la mayoría de sus seguidores son niños, adolescentes y jóvenes que los tienen como molde a seguir y acaparan todo lo que ellos hacen y dicen en televisión nacional.

La encuesta se la realizará a una muestra de adolescentes aficionados del Colegio Carlos Cevallos del Cantón El triunfo, comprendidos entre 12 a 15 años de edad, en la cual se evaluará en que les ha ayudado los programas realitie, si causan algún problema o si se identifican con algún participante.

También se realizará algunas entrevistas a los participantes de los realities, a los productores del mismo y a algunos periodistas para que compartan su punto de vista periodístico sobre los programas que han llegado para quedarse en la televisión nacional.

3.4 Población

Es la definición del grupo total de personas u objetos que poseen algunas características comunes, para lo cual se realizará el estudio en un lugar o momento determinado. En este caso es finito cuando constituye un grupo ilimitado que están en un curso, en una escuela, en una institución o cuando se desconoce quienes la conforman, debe tomarse en cuenta algunas características esenciales como tiempo, espacio y cantidad.

La presente investigación tiene un universo finito porque se ha considerado 100 estudiantes del colegio Carlos Cevallos, ubicado en el Cantón El Triunfo, provincia del Guayas, cuyas edades oscilan entre los 12 y 15 años de edad.

Se ha tomado en cuenta esta unidad educativa, porque la mayoría de los estudiantes del ciclo básico poseen calificaciones bajo a lo normal, y con esta investigación de campo se quiere conocer cuáles son uno de los factores influyentes a su bajo rendimiento académico.

3.5 Análisis e interpretación de los resultados

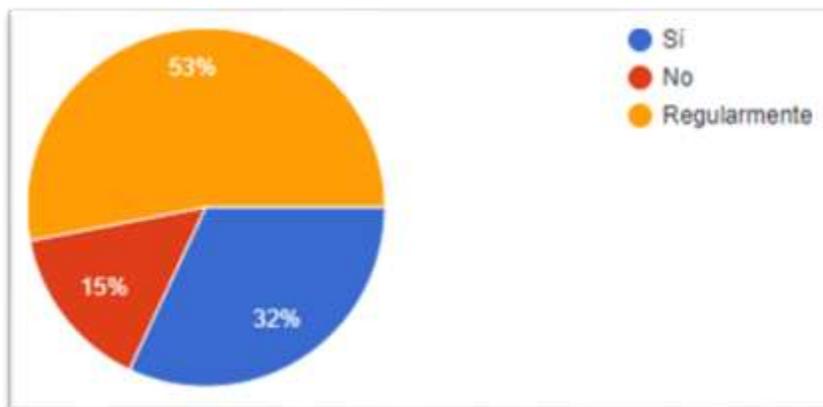
1. ¿Usted es consumidor de los reality shows?

Tabla 1

Opción	Frecuencia
Si	32
No	15
Regularmente	53
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 1



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

El gráfico estadístico indica que, de cien estudiantes encuestados, un 53% consumen regularmente los reality shows, el 32% dice que si son consumidores activos y el 15% de los adolescentes no lo consumen.

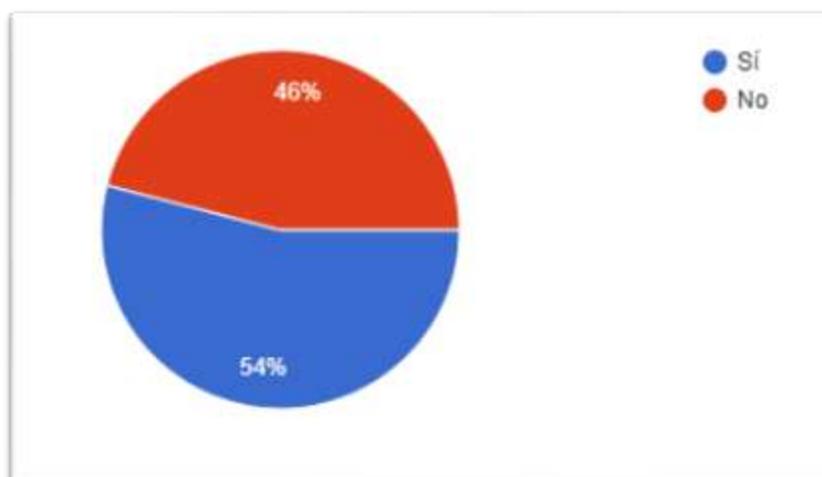
2. ¿Le gustaría participar en un reality shows?

Tabla 2

Opción	Frecuencia
Si	54
No	46
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 2



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

De los cien estudiantes encuestados un 54% coincide que, si le gustaría formar parte de un reality shows, a diferencia del 46% que contestó que no le gustaría participar en alguno de estos programas.

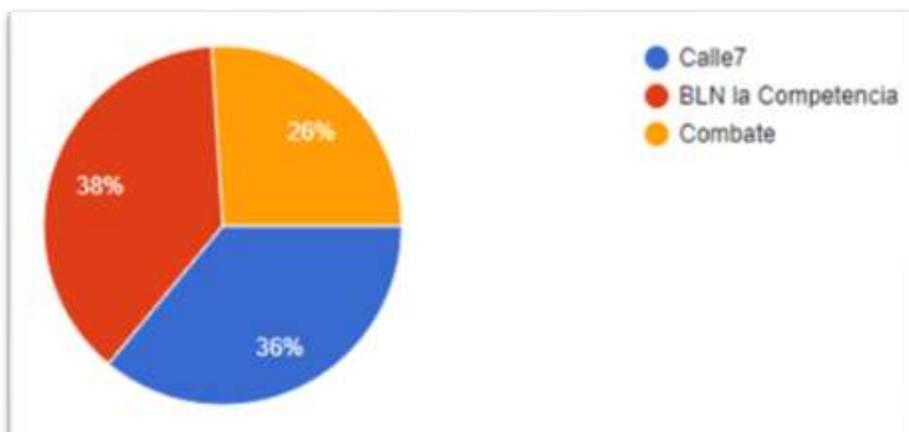
3. ¿Cuál de los siguientes reality de competencia usted mira?

Tabla 3

Opción	Frecuencia
Calle 7	34
BLN	38
Combate	26
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 3



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

El 38% de los adolescentes encuestados observa más el reality BLN la Competencia, programa de clasificación “C”, dispuesto por la Ley Orgánica de Comunicación, el Art. 65 indica que es apta solo para personas mayores de 18 años, franja horaria que será transmitida a partir de las 22h00 hasta 06h00; un 36% de los adolescentes encuestados mira el reality Calle7, de género juvenil familiar, a diferencia del 26% que mira Combate.

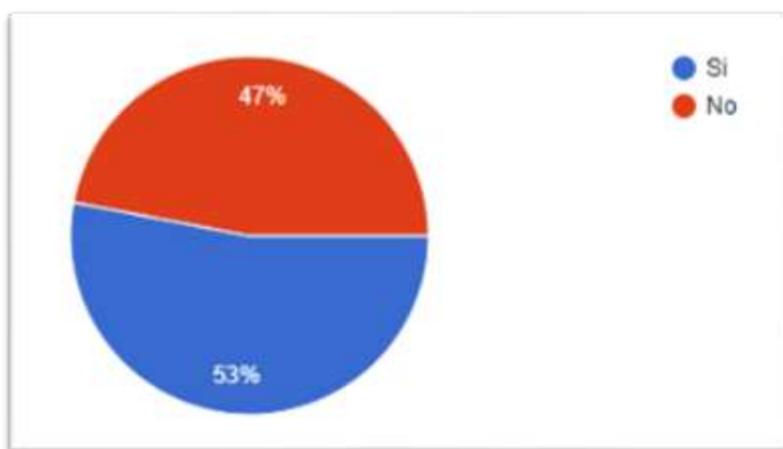
4. ¿Se identifica usted con algún equipo o participante?

Tabla 4

Opción	Frecuencia
Si	53
No	47
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 4



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

Del presente cuadro y gráfico estadístico de las encuestas realizadas, se extrae que un 53% de los estudiantes encuestados se identifican con los equipos y participantes de los reality shows, un 47% indica que no se identifican en lo absoluto.

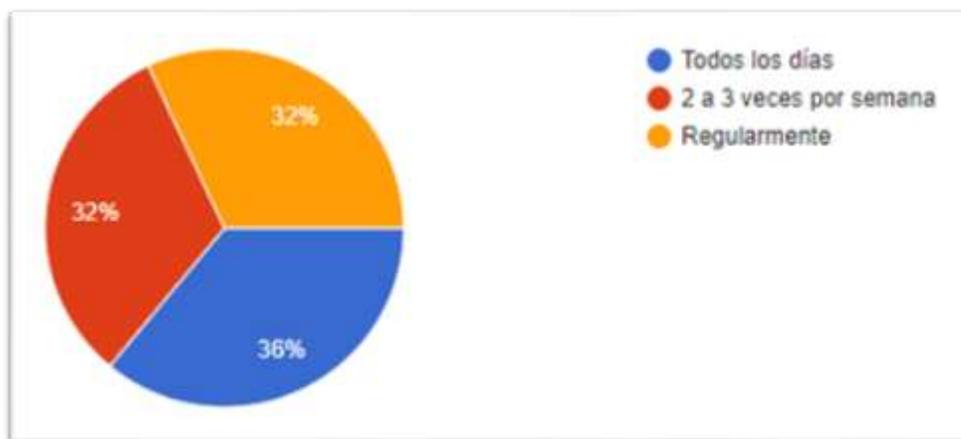
5. ¿De los programas reality antes mencionados con qué frecuencia los mira?

Tabla 5

Opción	Frecuencia
Todos los días	36
2 a 3 veces por semana	32
Regularmente	32
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 5



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

Luego de saber cuál de los reality de competencia es su preferido, es necesario entablar esta pregunta y saber con qué frecuencia lo miran. El gráfico de tabulaciones demuestra que 36% dijo que todos los días miran su reality favorito, dando con un porcentaje igualitario del 32% dos a tres veces por semana y regularmente.

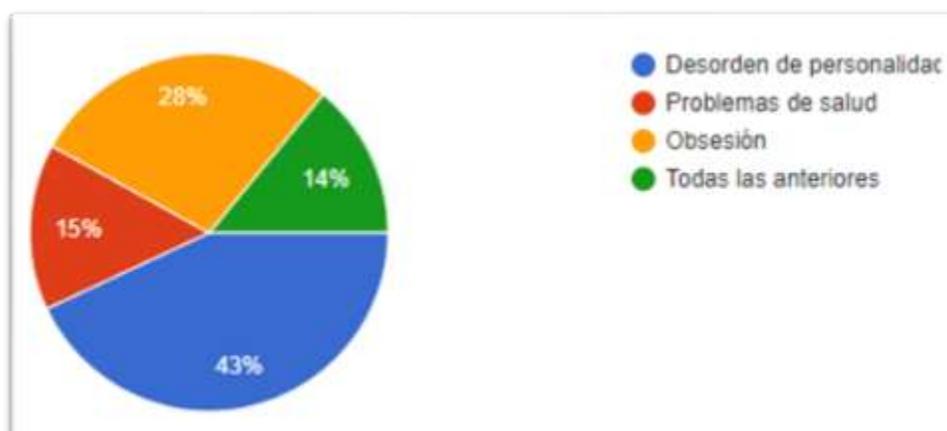
6. ¿Qué problemas cree usted que causan a los adolescentes los reality shows?

Tabla 6

Opción	Frecuencia
Desorden de personalidad	43
Problemas de salud	15
Obsesión	28
Todas las anteriores	14
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 6



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

El 43% de los adolescentes encuestados coinciden que los reality shows provocan desorden de personalidad, un 28% indican que causan obsesión, por otro lado, el 15% concuerdan que estos programas causan problemas de salud y para el 14% indican que todas las anteriores dañarían a los consumidores adolescentes.

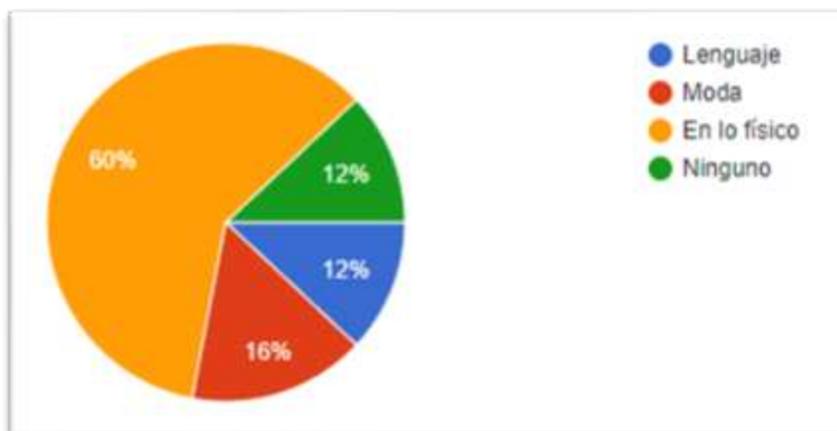
7. ¿De qué manera pueden influenciar los reality shows en los adolescentes?

Tabla 7

Opción	Frecuencia
Lenguaje	12
Moda	16
En lo físico	60
Ninguno	12
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 7



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

Del total de encuestados el 60% cree que los reality shows pueden influenciar en los adolescentes en lo físico, para el 16% el lenguaje es una forma más de influencia, el 12% lo cogen como una moda y para el otro 12% piensan que ningunos de estos aspectos puede influenciar en la vida cotidiana del adolescente.

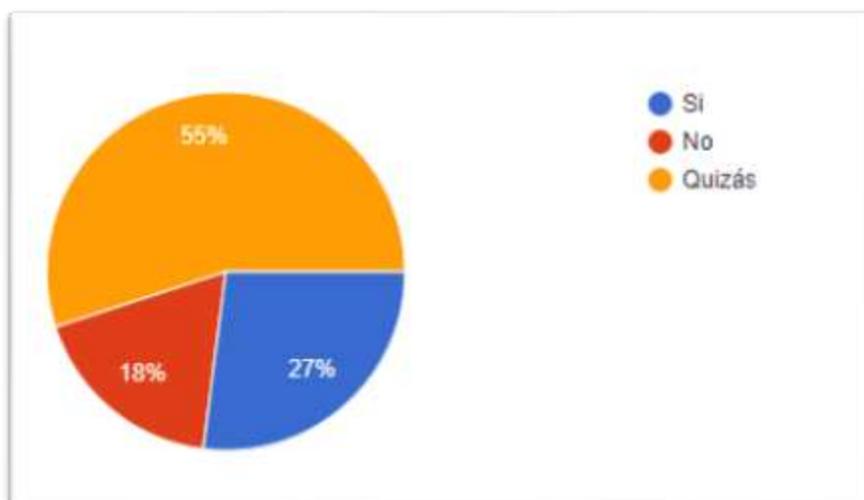
8. ¿Cree usted que los adolescentes tienden a imitar a los participantes de los realities?

Tabla 8

Opción	Frecuencia
Si	27
No	18
Quizás	55
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 8



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

De los cien estudiantes encuestados el 57% coinciden que quizás los adolescentes imitan a los chicos reality, un 27% dice que sí, mientras que un porcentaje del 18% no está de acuerdo con la pregunta realizada.

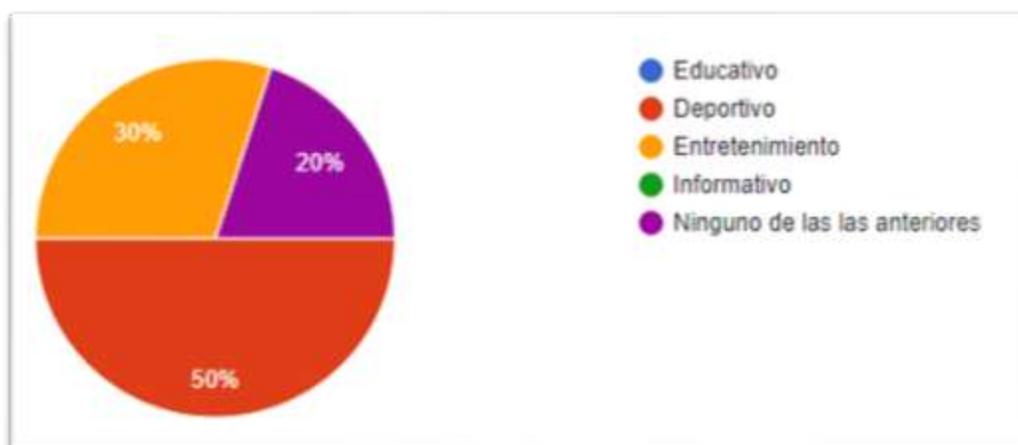
9. ¿Cómo cataloga usted a estos reality shows?

Tabla 9

Opción	Frecuencia
Educativo	0
Deportivo	45
Entretenimiento	30
Informativo	0
Ninguno de los anteriores	25
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 9



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

El 50% de los estudiantes encuestados catalogan a estos programas como deportivo quizás por el tipo de competencia algo extrema que tienen, el otro 30% como entretenimiento y para el otro 20% le es irrelevante, por otra parte, la opción de educativo e informativo se encuentran con un porcentaje del 0%.

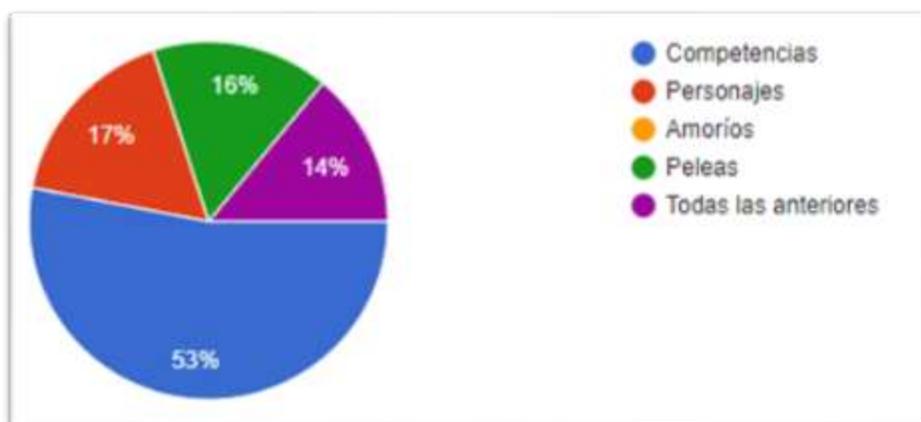
10. ¿Qué le llama la atención observar este tipo de programas?

Tabla 10

Opción	Frecuencia
Competencias	53
Personajes	17
Amoríos	0
Pelas	16
Todas las anteriores	14
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 10



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

Un total de 53% indica que le llama la atención observar estos programas por la competencia, un 17% gustan de estos realities por sus personajes quienes son los protagonistas, el otro 16% por las peleas que ocurren dentro del programa, un 14% piensan que todas las opciones llaman la atención al ver estos programas de competencia y, un total del 0% tiene la opción de amoríos.

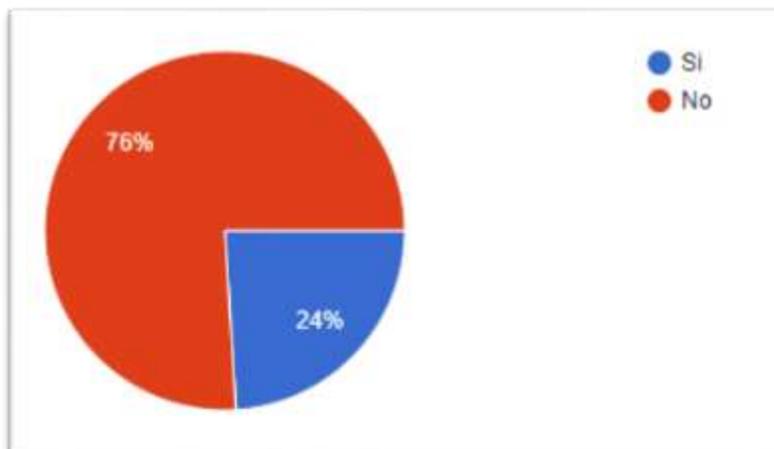
11. ¿Usted tiene algún control de sus padres al ver estos programas?

Tabla 11

Opción	Frecuencia
Si	24
No	76
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 11



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

De los cien estudiantes que se encuestaron un 76% concuerda que no tienen ningún control de sus padres al observar estos programas, mientras que el 24% admite que si llevan un control en casa para poder verlo.

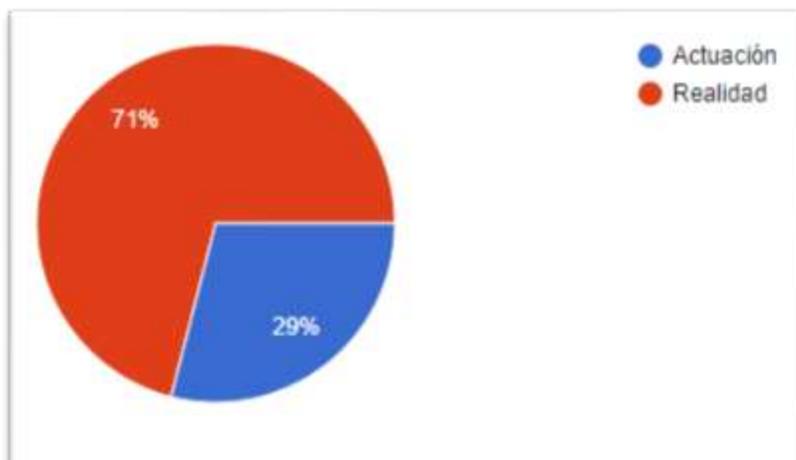
12. ¿Considera que todo lo que sucede dentro del programa es?

Tabla 12

Opción	Frecuencia
Actuación	29
Realidad	71
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 12



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

Los resultados de las encuestas realizadas a los adolescentes estudiantes demuestran que el 71% piensan que todo lo que sucede en los realities es realidad, mientras que el 29% está de acuerdo que todo lo que ven es actuación.

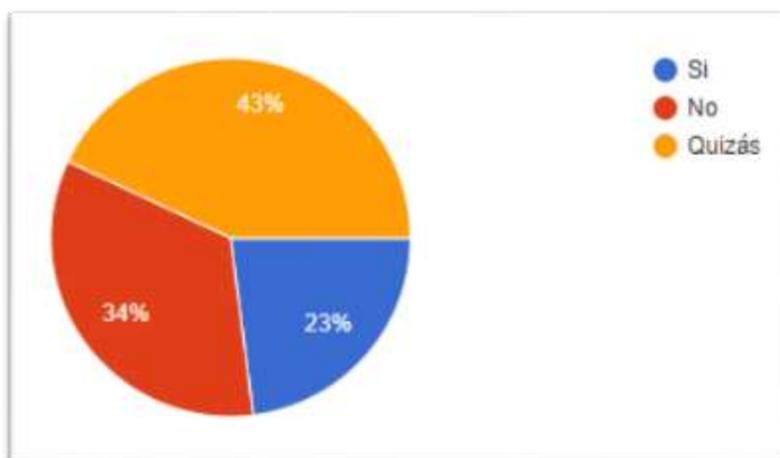
13. ¿Cree que el participante que más peleas tiene, gana mayor popularidad?

Tabla 13

Opción	Frecuencia
Si	23
No	34
Quizás	43
Total	100

Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Gráfico 13



Elaborado por Luis Fernando Toscano Molina

Análisis

El 43% de los estudiantes encuestados indican que el participante que más peleas tiene quizás tiene mayor popularidad, un 34% concuerdan que no ganan popularidad a diferencia del 23% que indican que los participantes que tienen conflictos si ganan más popularidad.

3.5.1 Interpretación global de los resultados

Se puede apreciar en el cuadro estadístico que el consumismo de estos programas tiene una gran influencia en los adolescentes encuestados.

No todo lo que se aprecia en televisión es realidad, muchas veces las situaciones exageran y salen de contexto; pero los televidentes no tienen clara esta situación ya que mal interpretan todo lo que ven siendo este el caso de los reality shows, su nombre mismo lo dice, que es un programa de televisión donde expone a personajes reales compitiendo por un premio.

Los reality shows muestran una variedad de contenidos, pero los adolescentes prefieren la competencia, los personajes y las peleas, son tres factores que atraen a los que visualizan estos tipos de programaciones, puntos estratégicos para enganchar a los televidentes, en este caso los adolescentes quienes más gustan de estos programas.

Al parecer la mayoría de los adolescentes son tentados a querer participar a futuro en estos programas, la mayoría de ellos quieren formar parte del mundo televisivo como competidor de los reality shows, programas que hoy en día tienen gran acogida.

De todos los estudiantes encuestados afirman ser consumidores totales de los reality shows, donde existe la violencia tanto física como verbal, sexismo, morbo, etc. Parece ser que la televisión del siglo XXI no tiene ese interés de vender un producto donde incite los valores y buenas costumbres, sino todo lo contrario.

Se dice que son los padres tienen el deber de controlar a sus hijos en todo lo que miran en televisión, pero al parecer son los propios adolescentes quienes indican que no tienen ninguna restricción cuando están frente a la llamada “caja boba”. Los adolescentes de hoy en día gustan ver más los programas de clasificación “C”, programaciones que solo pueden ser visualizados por público adulto mayores de 18 años, en horario de 22h30 en adelante, al parecer no existe un control en sus hogares que les regule el consumismo de estos programas.

La mayoría de los encuestados afirman que los reality shows causan desorden de personalidad, ya que los adolescentes tienden a imitar todo lo que los participantes hacen en televisión, porque están en una transición de cambios; por otra parte, muchos chicos y chicas son obsesionados por los protagonistas de estos programas y esa misma obsesión acarrea problemas de salud.

Esto da a conocer que los protagonistas y sus equipos, son fielmente seguidos por su fanática noche tras noche, dando a entender que los participantes tienden a ser un molde a seguir para los adolescentes que tratan de ser o quizás imitar todo lo que los "chicos reality", hacen frente a una cámara.

Muchos de los adolescentes cogen diversas situaciones como una moda aplicándolo en su diario vivir, piensan verse bien aparentemente teniendo un cuerpo firme y tonificado, o quizás en tener un mejor rostro para agradar al resto y no pasar desapercibido; desde el punto de vista deportivo estaría perfecto, pero lamentablemente los adolescentes lo toman por moda y tratan de aparentar ser como los personajes de pantalla.

Al adolescente identificarse con algún participante o equipo da entender, que se sienten identificados con los protagonistas del programa por alguna razón que se desconoce, existen “chicos reality”, que saben ganarse a su público sin necesidad de estar inmiscuidos en peleas y amoríos, sino que lo hacen de una manera sutil y se rigen solo en la competición fomentando así el deporte a quienes miran el programa, mientras que otros participantes buscan el camino más fácil que es ganar seguidores por motivo de sus polémicas.

Para los productores es un realce que le dan al programa porque supuestamente eso gusta al televidente. Cuando realizan un casting masivo, lo que tratan de buscar en los jóvenes es que sean frontales, en sí que sean conflictivos para ganar un rating elevado y ser los líderes en programaciones.

Las cadenas televisivas y sus producciones llenan los bolsillos al mostrar frente a miles de espectadores un comportamiento inadecuado de sus participantes, pero no se dan cuenta que los mayores consumidores de los realities son los niños, adolescentes y jóvenes.

3.6 Análisis de las entrevistas

“Nos caracterizamos por ser un programa de entretenimiento deportivo”



Edgar Jaramillo, Productor Ejecutivo de Calle7

Edgar Jaramillo, quien desempeña el cargo de Productor Ejecutivo en el reality de competencia Calle7, indica que la temática general del programa es divertir a los televidentes ya sean estos chicos o grandes, transmitiendo televisivamente un producto de calidad para así poder ganar mayor realce.

Sostiene que, como programa siempre marcan la diferencia, tomando en cuenta que la finalidad del reality es divertir de una manera sana y lo fundamental es ser bien vistos por todos sus seguidores. Muy aparte de ser un reality de competencia lo que el programa busca, es proyectar a la juventud a que se motiven en seguir más el deporte.

El programa es transmitido en horario familiar, está dirigido a todo público y por su elevado rating, están seguros que desde casa lo ven las amas de casa, las asistentes domésticas, los adolescentes, jóvenes y niños. “Nos caracterizamos por ser un programa de entretenimiento deportivo”, obviamente en ocasiones se muestran ciertas controversias, pero son temáticas suaves, muchas veces usando un libreto, fueron las palabras de Jaramillo.

Aclara que el programa no menosprecia el talento nacional, porque toda la producción es ecuatoriana, pero deben ser conscientes que al país le falta más preparación y que no se compara a los demás países “el talento es mucho más preparado, pero con esto no estoy apocando ni diciendo que el ecuatoriano no lo es, porque existen personas que si hacen ese intento de prepararse para estar en televisión”.

Muchas veces hay gente que llega de la nada y tiene el carisma que se requiere en televisión y una vez estando dentro, ellos deciden si se preparan o no; no hay que hacerse el de la vista gorda porque lamentablemente el público ecuatoriano prefiere a los talentos extranjeros, es decisión de cada persona.

En el aspecto de competencia y disciplina considera que el programa tiene sus normas y reglas, los competidores tienen muy claro las cláusulas que hay dentro del programa “quizás existen situaciones que obviamente no la podemos catalogar como educativas”.

Muchos de los adolescentes ven un patrón a seguir en los competidores, pero lamentablemente ya depende de la idiosincrasia de cada quien si quiere seguirlo tal cual es o si quiere tener solamente un reflejo de lo que ve, ellos deciden si quieren ser exactamente iguales a los competidores o solo tomar las cosas buenas y dejar a un lado las cosas malas, entonces eso depende de la educación que tenga cada persona.

¿Quién en la vida no tiene problemas y conflictos?, quizás muchas veces mostramos un poco de lo que sucede en la vida real obviamente sin exagerar y tampoco salirnos de esa línea, porque al final todos los problemas tienen una solución.

Gran parte de los conflictos dentro del programa son libretado, pero muchas veces como es en vivo hay cosas que se les escapan de las manos a la producción y los chicos se exceden un poco, esto puede ser por la euforia que se vive en el momento de competir, pero así mismo son sancionados fuertemente, incluso muchos de los participantes terminan renunciando al canal por las fuertes medidas que la producción toma.

“La televisión ecuatoriana se deja llevar mucho por estereotipos”



Luis Alfredo Itachy, competidor de BLN la Competencia

Lucho, como lo llaman dentro del realitie BLN, siempre ha sido un aficionado a la competencia; afirma haber acudido a un casting masivo de canal Uno, y dijo

que esa era su oportunidad para abrirse paso al mundo televisivo, así que decidió probar suerte y fue uno de los seleccionados para ingresar al realitie. Aunque no fue fácil porque tuvo que pasar unas seis pruebas, cada una diferente a la otra hasta llegar a formar parte del programa que se transmite por las noches.

Habla respecto a cómo se siente estar dentro del BLN, indicando que es una experiencia diferente, que no es como se lo ve desde afuera o como cuando se está frente a la pantalla, afirma que es totalmente diferente estar frente a una cámara, existen parámetros que como competidor tienen que seguir, pero lo bueno es que les dan la oportunidad de brillar, la producción les da un par de reglamentos que tienen que seguir “el resto es de uno y hay que ver la manera de venderse ante el público”.

Con respecto al aprendizaje sostiene que la televisión ecuatoriana se deja llevar mucho por estereotipos, si tú quieres realmente triunfar en la televisión pues tienes que asemejarte mucho a lo que ellos buscan; si lo eres pues perfecto explotas y si no lo eres y quieres entrar a la televisión pues tienes que tratar de parecerte lo máximo que puedas a lo que ellos buscan.

Al preguntarle si estos programas ayudan en algo positivo a los adolescentes él indica que, dependiendo de cómo el público lo quiera ver en realidad, el programa lo ven muchos niños, pero aduce que esa no es hora de que ellos estén despiertos frente a la televisión, indica también el como padre no dejaría ver el programa a un hijo menor de 13 años, las personas se llevan un concepto del programa que no es, explica que en BLN no solo se va a ver competencia como en otros realities acá van a poder observar bailes y todo lo que engloba lo artístico.

Este competidor es de la provincia de Los Ríos, y dice ser una inspiración para quienes persiguen sus sueños ya que muchas personas de afuera de la ciudad tienen miedo ir a un casting porque piensan que no le van a dar la oportunidad “todo está en que tu veas que es lo que quiere la televisión y te vayas por ese camino, puedes venir del pueblo más recóndito del Ecuador, pero si tienes esa chispa que agrada a la producción tenlo por seguro que te quedas dentro”.

Con respecto a los competidores extranjeros, se pronuncia al respeto y dice que eso es algo muy personal de la producción y que él no tiene idea de lo que la producción ve en ellos, lo que sí puede decir es que muchos de ellos ya llegan con un historial televisivo y tienen ese plus gigante y es por ley que se van a ganar esa oportunidad.

También aduce que la culpa no es de la producción, que ellos hacen el mayor trabajo posible para que su programa esté número uno a nivel de rating, entonces si a ellos les toca traer a una estrella de cine pues la traen con tal de que se les desborde el rating día a día “si tú haces una encuesta al televidente y pones a un extranjero y a un ecuatoriano, el televidente se va a ir por el extranjero porque lo ve diferente, así nunca va avanzar la televisión ecuatoriana porque el mismo televidente prefiere lo de afuera”.

Afirma que ha ganado mucha experiencia dentro del programa y que gracias a ello existen nuevos proyectos y que al paso que va es posible que se den “pero yo amo la competencia la verdad es mi pasión competir no sé qué pueda pasar más adelante nada está dicho, tiempo al tiempo”.

“Me interesa rosarme con personas que tienen el poder, para que me den la oportunidad o ese chance de poder alcanzar mis sueños en televisión”



Danilo Mideros, competidor de Calle7

Este competidor de Calle7, estudia comunicación social y vio la oportunidad de ingresar al realitie no porque le guste la competición sino porque es una catapulta y una puerta de entrada para ingresar al mundo televisivo y para que productores puedan apreciar su talento.

Indica que su manera de ser tras cámaras y frente a cámaras era la misma, nunca ha sentido la necesidad de ser diferente “me sentía como en realidad yo soy, decía las cosas tal cual son no intentaba cambiar o parecer a otra persona”.

Dice ser de las personas que no le gusta ir alabando a la gente, si tiene el talento lo tiene, si tiene la belleza la tiene, y que no es necesario andarlo repitiendo porque ese no es su estilo; manejarse lineal y respetuoso es suficiente, mas no tener que ir alabando por la vida; se considera una persona demasiado frontal y cuando tiene que decir las cosas las dice de frente y trata siempre de ser recto.

Al preguntarle sobre su aprendizaje dentro del programa sostiene que el no aprendió, que ellos aprendieron de él; lo que si aclara que le interesa muchas veces rosarse con personas que tienen poder y que para eso necesita hacerse el tonto y alabarlos, que ellos creen que tienen ese poder para que le puedan dar esa oportunidad que necesita para poder avanzar, siempre manejando una línea de respeto con los productores y animadores.

Refiriéndose si ayudan en algo positivo a los adolescentes afirma no saberlo, porque cada quien tiene una perspectiva diferente de como ver cada situación, pero de que aportan en entretenimiento lo aportan; afirma que la televisión no fue creada para enriquecer intelectualmente a diferencia de un libro, es más el programa no se vende como educativo, porque si ese fuera el caso ningún televidente ecuatoriano lo consumiera en lo absoluto. Existen programas de ámbito educativo, pero cree que del 100% lo consumirán un 20% no más.

Asegura que en televisión se verán cosas buenas y malas, pero todo depende del filtro principal que son los padres, y que el también creció viendo televisión, pero si veía que algo era malo no lo seguía. Entonces cada persona realmente tiene la capacidad de identificar lo bueno y lo malo.

Mideros, indica que no tuvo mucha acogida de los adolescentes, que sintió más acogida por el público adulto porque se identificaban con su personalidad, muchas veces su forma de ser a algunos jóvenes o los adolescentes en este caso no les gustaba y que está bien porque cada quien es un mundo diferente.

A cerca de los créditos internacionales habla al respecto, y dice que mientras la persona tenga talento y vaya aportar al programa, no hay ningún inconveniente; se les da la oportunidad a los extranjeros muchas veces por su físico “te pongo un ejemplo si ponemos a un extranjero que muestra cuerpo y rostro junto a un ecuatoriano con talento, todo se va a demostrar en pantalla es lo único que te puedo decir”.

Como en todo programa televisivo los personajes no son estables, habla sobre si le tocaría salir del programa seguirá tocando puertas, aunque una persona que ha hecho las cosas bien en televisión la van a volver a buscar si no es en este reality puede ser en otro programa “pero como dije al principio lo mío no es mucho la competencia, ingresar a este reality show me está ayudando a que uno que otro productor me llame para realizar cosas pequeñas que en realidad me gustan y en un futuro quien sabe me vea como un presentador”.

“Según la Ley de Comunicación, no permite transmitir un programa de este target en horario familiar”



Tatiana Domínguez, Periodista

Domínguez, quien es Periodista de profesión, se desempeña como locutora y productora radial, da su punto de vista y cree que no existe ningún contenido a nivel profesional de cada uno de los participantes de los reality shows como ella lo dice sin discriminar, se ve mucho drama, mucha polémica, amores que no son amores; situaciones que a la larga no te dan ningún beneficio a la teleaudiencia más crece el morbo y el hecho de ver cómo el participante se comporta dentro de los realitie.

Es una persona negativa ante estos programas, “tal vez en algún momento veo alguna producción que hace algún canal X, con entretenimiento de baile, canto, me gusta en ese aspecto mas no la polémica. Está el hecho de que tú quieras promocionar un programa, pero también debemos de ser conscientes de que tú no puedes promocionar un programa a base de polémicas”.

Con respecto al horario que es transmitido el reality Calle7, indica que la Ley de Comunicación, no permite transmitir un programa de ese target en ese horario “entonces o nos saltamos la Ley de Comunicación Social, o la respetamos. He tenido la oportunidad de verlo en

ocasiones no porque me guste, sino por accidente”, aclara que no existe contenido dentro de estos programas “se ve la falta de madurez personal de cada uno de los participantes por decirte el que habla más fuerte es el más popular, la que más llora es la más dramática entonces no me parece conveniente que esta clase de programaciones sean transmitidos a nivel nacional”.

Se debería respetar en si el tema de la Ley de Comunicación, y proyectar como canal de televisión algo productivo para los adolescentes; entonces son situaciones que a la larga al televidente le molestan porque no tienen absolutamente nada que aportar a la sociedad.

Acota que las producciones de los diferentes canales deberían dejar de libretear aquellas situaciones embarazosas que le pasa a cada uno de los participantes, saber que cada uno de los competidores tienen una familia de tras de ellos, a veces el Ecuador en general es muy vanguardista o sea todavía no explora o explota el hecho de poder ser un país tercermundista en pensamiento el país todavía está muy enraizado en las creencias que nuestros abuelos nos han enseñado, entonces deberían de dejar de hacer libretos de amoríos de peleas y controversias porque a la larga afecta la imagen de la persona que está participando.

La Periodista, asegura que ella también trabaja con productoras, y que a la larga tiene que acatar y encaminarse a lo que le dicen sus jefes, pero que no llega al extremo de ridiculizar su carrera profesional, se ha perdido mucho la cultura general en estos tiempos, entonces tienen que enseñar algo que nutra al televidente, definitivamente la televisión ecuatoriana va de mal en peor si se sigue compartiendo como televidentes el hecho de seguir viendo este tipo de realities.

La comunicadora se remonta en los tiempos pasados y habla sobre los programas concursos como la Feria de la Alegría, Haló que tal América, El Show de Bernal, A Todo Dar, programas que eran excelentes y entretenían al televidente sanamente. Eran programas espectaculares hablando de conocimiento y de cómo lo transmitía al público “como comunicadora y como televidente es lo que a mí me gustaría que haya hoy en día en la televisión ecuatoriana”.

Con respecto al programa que el gobierno lanzó llamado educa, asegura que no le parece ni entretenido ni educativo “claro que toca temas culturales, familiares, temas sobre la raza y todo lo demás, pero no cumplen con las expectativas para poderlo transmitir y que la gente lo vea”.

Considera que se encasillaron en producir algo tan rápido y no se fijaron en los límites y las consecuencias de este producto, porque es un producto que el televidente lo vas a consumir; a parte indica que la hora no es la adecuada, porque termina un programa de farándula súper polémico y luego sale al aire el programa en mención, entonces es un bajón que tiene, porque lo ponen a competir con programas de farándula y al televidente lo confunden y lo que hace es apagar su televisor y esperar un nuevo programa que lo entretenga a su manera.

Desde su punto periodístico asegura que los reality shows son telebasura “yo empecé a trabajar con la vieja escuela como se le llaman, entonces los comunicadores sociales de antes nos nutríamos mucho somos muy autodidactas y tenemos otra mentalidad, entonces para mí es telebasura, no lo recomiendo ni lo recomendaría nunca”.

Con respecto a la programación actual que la televisión brinda a los adolescentes, Domínguez, dice que primero al joven se lo va formando desde su casa, que la escuela, el colegio y la universidad es una ayuda para fortalecer el conocimiento de cada ser humano; pero lastimosamente la televisión muestra drogas, matanza, secuestros, violaciones, chicas semidesnudas entre otras situaciones negativas para el televidente adolescente “entonces el joven piensa que todo lo que mira en televisión está correcto, el ecuatoriano en si es morboso en el buen sentido de la palabra”.

Se ha hecho mucha referencia con respecto a si los chicos realities son un ejemplo a seguir para la juventud, es por esto que la periodista da su punto de vista, indicando que de cien chicos realities cinco sobresalen, el resto se quedan estancados en lo mismo “no te hablo como comunicadora te hablo como televidente no le ofrecen absolutamente nada bueno a la juventud de hoy en día que ellos puedan aprender”.

CONCLUSIONES

- ❖ Los reality shows venden a los telespectadores situaciones negativas, donde influye mucho el morbo, conflictos entre otras situaciones dejando de lado la parte deportiva, que es por la cual se caracteriza el programa.
- ❖ Las producciones de estos programas buscan personas con estereotipos diferentes al resto, para poder enganchar a sus seguidores y así generar un rating elevado sin pensar el daño que ocasionan a los niños, adolescentes y jóvenes que son los mayores consumidores de los reality.
- ❖ Los participantes en diversas ocasiones hacen cosas que no está permitido hacerlo en televisión nacional, con el único fin de ser el centro de atención y ganar mayor popularidad sin importar las consecuencias que esto acarrea.
- ❖ Al vender a sus consumidores un producto que carece de ética y valores están ganando un desprestigio como programa y canal, bajando su calidad audiovisual.
- ❖ La influencia que tienen los reality shows hacia los adolescentes es verdaderamente alarmante, porque ellos lo toman como moda o modelo a seguir y afectan psicológicamente a futuro.

RECOMENDACIONES

- ❖ Deben crear reality shows que realmente promuevan el deporte y así incentivar a los niños, adolescentes y jóvenes a que se incluyan positivamente a estos proyectos que sirven de mucha ayuda hoy en día

- ❖ Incluir a los verdaderos deportistas nacionales, que son quienes realmente aman el deporte y así mismo lo fomentan positivamente, sin importar su físico.

- ❖ Antes de empezar a transmitir un reality shows, la producción debería explicar y dar a conocer cuál es la temática del programa, si es realidad o ficción para que los televidentes puedan diferenciar entre lo real y lo ficticio.

- ❖ Exigir a los productores de televisión a que fomenten a través de sus participantes la ética, los buenos valores y costumbres así también el buen vivir, para que los adolescentes puedan captar situaciones positivas y lo puedan aplicar en sus vidas.

- ❖ Que la influencia de estos programas no afecte negativamente a los adolescentes y que los participantes sean un modelo a seguir para bien de la juventud que son fieles seguidores de los reality shows.

ANEXOS

Anexo 1.

Entrevistas

- Edgar Jaramillo, productor ejecutivo de Calle7
- Luis Alfredo Itachy, competidor de BLN
- Danilo Mideros, competidor de Calle7
- Tatiana Domínguez, Periodista y productora radial.

Anexo 2.

Formato de las encuestas realizadas a los estudiantes del colegio Carlos Cevallos

Anexo 3.

Fotografías de las entrevistas realizadas

Anexo 4.

Fotografías de las encuestas realizadas a los alumnos del Colegio Carlos Cevallos

Edgar Jaramillo, Productor Ejecutivo de Calle7

¿Cuál es la temática principal del programa, y que genero de entretenimiento se caracterizan?

La temática general del programa es divertir a los televidentes ya sean estos chicos o grandes, transmitiendo televisivamente un producto de calidad para que así podamos ganar mayor realce siempre marcando la diferencia, tomando en cuenta que nuestro fin como programa es divertir de una manera sana y ser bien vistos por todos nuestros seguidores. Mira, muy aparte de ser un reality de competencia lo que buscamos proyectar a la juventud es que se motiven a seguir más el deporte.

Ya te había mencionado que el programa es transmitido en horario familiar, entonces Calle7 es un programa dirigido para todo público, lo ven las amas de casa, las asistentes domésticas, los adolescentes, etc. Tenemos un rating muy bueno, por ende, nos caracterizamos por ser un programa de entretenimiento deportivo, obviamente en ocasiones se muestran ciertas controversias, pero son temáticas suaves muchas veces usando un libreto.

¿Por qué en algunas temporadas de Calle7 se han incluido competidores extranjeros si se supone que es una producción nacional?

Haber te explico el porqué; no debería menospreciar el talento nacional, primero porque soy ecuatoriano es mas no lo estoy menospreciando, pero debemos ser conscientes que nos falta más preparación en otros países hay mayor preparación, el talento es mucho más preparado, pero con esto no estoy apocando ni diciendo que el ecuatoriano no lo es porque existen personas que si hacen ese intento de prepararse para estar en televisión, pero no todo el mundo se prepara para estar en televisión.

Muchas veces hay gente que llega de la nada y tiene el carisma que se requiere en televisión y una vez estando dentro, ellos deciden si se preparan o no; no hay que hacerse el de la vista gorda porque lamentablemente el público ecuatoriano prefiere a los talentos extranjeros y bueno es decisión de cada persona, no podemos mandar en ellos.

¿Considera que el contenido dentro del programa es educativo, por qué?

En el aspecto de competencia y disciplina considero que sí, porque el programa tiene sus normas y reglas, te hablo en el aspecto de competencia, los competidores tienen muy claro las reglas que hay dentro del programa, quizás existen situaciones que obviamente no la podemos catalogar como educativas.

¿Usted como parte de la producción cree que los adolescentes se sienten identificados con el programa, por qué?

Definitivamente si, muchos de ellos ven un patrón a seguir, pero lamentablemente ya depende de la idiosincrasia de cada quien si quiere seguirlo tal cual es o si quiere tener solamente un reflejo de lo que ve, ellos deciden si quieren ser exactamente iguales a ellos o solo tomar las cosas buenas y dejar a un lado las cosas malas porque déjame decirte que no todas las personas son perfectas, entonces eso depende de la educación que tenga cada persona.

¿Porque el programa transmite contenido de violencia verbal, si se encuentra dentro del horario familiar?

Como te decía anteriormente quien en la vida no tiene problemas y conflictos, quizás muchas veces mostramos un poco de lo que sucede en la vida real obviamente sin exagerar y tampoco salirnos de esa línea, porque al final todos los problemas tienen una solución, gran parte de los conflictos dentro del programa son libretado, pero muchas veces como es en vivo hay cosas que se nos escapan de las manos y los chicos se exceden un poco, esto puede ser por la euforia que se vive en el momento de competir pero así mismo son sancionados fuertemente no te puedo decir como pero si existe una sanción para ellos; incluso muchos de ellos termina renunciando al canal por las medidas que la producción toma.

Luis Alfredo Itachy, competidor de BLN la Competencia**¿Qué le inspiró a usted participar en este reality?**

Bueno a mí siempre me gustó la competencia, justo hubo un casting masivo en canal Uno y dije esta es mi oportunidad así que decidí probar suerte y mira la suerte estuvo conmigo porque fui seleccionado. Aunque no fue fácil porque tuve que pasar unas seis pruebas cada una diferente a la otra hasta llegar a ser parte del programa.

¿Cómo se siente usted estar dentro de este reality show?

Es una experiencia diferente, no es lo que tú piensas o crees cuando estas frente a la pantalla, cuando tu estas como televidente te creas una imagen de como es el programa, pero déjame decirte que es totalmente diferente, existen parámetros que uno como competidor tiene que seguir lo bueno es que a uno le dan la oportunidad de brillar, la producción nos da un par de reglamentos que hay que seguir, el resto es de uno y hay que ver la manera de venderse ante el público.

¿Cuál es el aprendizaje que ha obtenido dentro del programa?

Como se maneja la televisión ecuatoriana que es lo que realmente busca, te cuento que la televisión ecuatoriana se deja llevar mucho por estereotipos si tú quieres realmente triunfar en la

televisión pues tienes que asemejarte mucho a lo que ellos buscan; si lo eres pues perfecto explotas y si no lo eres y quieres entrar a la televisión pues tienes que tratar de parecerle lo máximo que puedas a lo que ellos buscan.

¿Usted piensa que estos programas ayudan en algo positivo a los adolescentes?

Dependiendo de cómo tú lo quieras ver en realidad, el programa lo ven muchos niños, pero a esa hora creo que ya deberían estar durmiendo “risas”, yo como padre no dejaría ver el programa a un hijo menor de 13 años, las personas se llevan un concepto del programa que no es me entiendes, en BLN no solo se va a ver competencia como en otros realities acá vas a ver competencia de bailes y todo lo que engloba lo artístico.

¿Cree que con su competición dentro de este programa los adolescentes se sienten identificados con usted?

Puede ser, lo que pasa es que como yo soy de la provincia de Los Ríos, mucha gente de fuera de pueblo hablando así, tienen miedo ir a un casting porque piensan que no le van a dar la oportunidad me entiendes; pero como te digo todo está en que tu veas que es lo que quiere la televisión y te vayas por ese camino, puedes venir del pueblo más recóndito del Ecuador, pero si tienes esa chispa que agrada a la producción tenlo por seguro que te quedas dentro. Así que yo si pienso que algunos, no todos se identifican, porque quizás soy esa inspiración que les anima a perseguir sus sueños.

¿Qué piensas sobre los créditos internacionales que ingresan al programa?

Te voy a decir que eso es algo muy personal de la producción no sé lo que la producción ve en ellos, lo que si te puedo decir es que muchos de ellos ya llegan con un historial televisivo y tienen ese plus es por ley que se van a ganar esa oportunidad.

Te voy a decir algo, la culpa no es de la producción, ellos hacen el mayor trabajo posible para que su programa esté número uno a nivel de rating, entonces si a ellos les toca traer a una estrella de cine pues la traen con tal de que se les desborde el rating día a día. Te voy a ser sincero si tú haces una encuesta al televidente y pones a un extranjero y a un ecuatoriano, el televidente se va a ir por el extranjero porque lo ve diferente, así nunca va avanzar la televisión ecuatoriana porque el mismo televidente quiere ver a un extranjero.

¿Cuál es su aspiración luego de salir del reality?

Mira he ganado mucha experiencia dentro del programa, existen nuevos proyectos, al paso que voy es posible que se den, pero más que todo es trabajar en uno mismo, pero yo amo la competencia la verdad es mi pasión competir no sé qué pueda pasar más adelante nada está dicho, tiempo al tiempo.

Danilo Mideros, competidor de Calle7**¿Qué le inspiró a usted participar en este reality?**

Hay personas que ingresan a un reality no sé porque, si es de competencia porque quieren competir, si es de canto porque quieren ser cantantes; yo estudio Comunicación Social y lo vi como una puerta de entrada para ingresar al mundo televisivo y que me puedan ver productores, fue por eso, mas no porque en realidad me guste la competencia.

¿Cómo se siente usted estar dentro de este reality show?

Tras cámaras y frente a cámaras era la misma persona, nunca sentí la necesidad de ser diferente, me sentía como en realidad yo soy, decía las cosas tal cual son no intentaba cambiar o parecer a otra persona.

Yo soy de las personas que no me gusta ir alabando a la gente si tienes el talento lo tienes, si tienes la belleza la tienes, no es necesario que te la esté repitiendo porque al menos a mí no me gusta ser así; que te manejes lineal y respetuoso es suficiente mas no tener que ir alabando por la vida y cuando tengo que decir las cosas las digo de frente y trato siempre de ser recto no intentar hablar un tema con pinzas.

¿Cuál es el aprendizaje que ha obtenido dentro del programa?

No, no aprendí, creo que ellos aprendieron de mí; lo que si te puedo decir es que me interesa muchas veces rosarme con personas que tienen el poder y obviamente necesitas hacerte el tonto y alabarlos, que ellos crean que tienen ese poder para que te den la oportunidad o ese chance de poder avanzar, siempre manejando una línea de respeto con los productores y animadores.

¿Usted piensa que estos programas ayudan en algo positivo a los adolescentes?

Si ayudan o no, no lo sé porque cada quien tiene una perspectiva diferente de como ver cada situación, pero de que aportan en entretenimiento lo aportan; es que la televisión no fue creada para enriquecerte intelectualmente a diferencia de un libro es más el programa no se vende como educativo, porque si ese fuera el caso créemelo que ningún televidente ecuatoriano lo consumiera en lo absoluto. Existen programas de ámbito educativo, pero creo que del 100% lo consumirán un 20% no más.

En televisión vas a ver cosas buenas y malas, pero todo depende del filtro principal que son los padres, yo también crecí viendo televisión, pero si yo veía que algo era malo no lo seguía. Entonces cada persona realmente tiene la capacidad de identificar lo bueno y lo malo.

¿Cree que con su competición dentro de este programa los adolescentes se sienten identificados con usted?

Más que adolescentes, sentí más acogida por el público adulto porque se identificaban con mi personalidad, porque muchas veces mi forma de ser a algunos jóvenes o los adolescentes en este caso no lo aceptan y está bien porque cada quien es un mundo diferente.

¿Qué piensas sobre los créditos internacionales que ingresan al programa?

Mientras la persona tenga talento y venga aportar al programa, no hay ningún inconveniente; yo te digo algo se les da la oportunidad a los extranjeros muchas veces por su físico, te pongo un ejemplo si ponemos a un extranjero que muestra cuerpo y rostro junto a un ecuatoriano con talento todo se va a demostrar en pantalla es lo único que te puedo decir.

¿Cuál es su aspiración luego de salir del reality?

Seguir tocando puertas, aunque una persona que ha hecho las cosas bien en televisión la van a volver a buscar si no es en este reality puede ser en otro programa, pero como te dije al principio lo mío no es mucho la competencia, ingresar a este reality show me está ayudando a que uno que otro productor me llame para realizar cosas pequeñas que en realidad me gustan y en un futuro quien sabe me vea como un presentador.

Tatiana Domínguez, Periodista

¿Desde su punto de vista, que contenido educativo reflejan los reality shows?

Definitivamente creo que no existe ningún contenido a nivel profesional de cada uno de los participantes claro está sin discriminar, se ve mucho drama, mucha polémica, amores que no son amores; situaciones que a la larga no te dan ningún beneficio a la teleaudiencia más crece el morbo el hecho de ver pues como la gente se comporta dentro de los reality shows.

Yo soy una persona negativa ante esas cosas, tal vez en algún momento veo alguna producción que hace algún canal “X”, con entretenimiento de baile, canto, me gusta en ese aspecto más no la polémica. Está el hecho de que tú quieras promocionar un programa, pero también debemos de ser conscientes de que tú no puedes promocionar un programa a base de polémicas.

¿Usted cree que el horario que se transmite calle7 es el correcto?

Según la Ley de Comunicación no te permite transmitir un programa de ese target en ese horario, entonces o nos saltamos la Ley de Comunicación Social, o la respetamos. He tenido la oportunidad de verlo en varias ocasiones no porque me guste, sino por mi familia, aparte de que no hay contenido se ve la falta de madurez personal de cada uno de los participantes por decirte el que habla más fuerte es el más popular, la que más llora es la más dramática entonces no me

parece conveniente, deberíamos respetar en si el tema de la Ley de Comunicación, y proyectar como canal de televisión algo productivo; entonces son situaciones que a la larga a mí como televidente me molestan porque no tienen absolutamente nada que aportar a la sociedad.

¿A su percepción que se puede modificar dentro de estos programas?

Primero dejar de libretear aquellas situaciones embarazosas que le pasa a cada uno de los participantes, saber que cada uno de los participantes tiene una familia, a veces el Ecuador en general es muy vanguardista o sea todavía no explora o explota el hecho de poder ser un país tercermundista en pensamiento el país todavía está muy enraizado en las creencias que nuestros abuelos nos han enseñado, entonces deberían de dejar de hacer libretos de amoríos de peleas de controversias porque a la larga afecta la imagen de la persona que está participando.

Yo también trabajo con productoras y a mí me dicen tú tienes que venderme esto y lo tienes que hacer de esta manera, entonces nosotros que trabajamos a la larga tenemos que acatar y encaminarnos a lo que nos dicen; se ha perdido mucho la cultura general en estos tiempos estuve viendo en un video donde le hacían preguntas a los participantes y nadie supo responder a lo que le estaban preguntando, entonces tienen que enseñar algo que nutra al televidente, pero muchas personas dicen a no “chévere”, pero definitivamente vamos de mal en peor si seguimos compartiendo como televidentes el hecho de seguir viendo este tipo de realities vamos en mal camino.

¿Qué programas se podrían transmitir en vez de los realities?

Podría ser programas concursos tipo la Feria de la Alegría, A Todo Dar, programas de cocina, infantiles; recuerdo mucho la época de Haló que tal América, un programa excelente, también te puedo decir el Show de Bernal, un programa espectacular o sea te hablo de conocimiento de cómo lo transmitía al público, como comunicadora y como televidente es lo que a mí me llegó, el hecho de como ellos conducían esos tipos de programas y como lo manejaban.

Existe un programa que el gobierno lanzó llamado educa, te digo que no lo veo porque no me parece ni entretenido ni educativo, claro que toca temas culturales, familiares, temas sobre la raza y todo lo demás pero siento que no cumple las expectativas para poderlo transmitir y que la gente lo vea, creo que se encasilló en producir algo pero fue tan rápido el hecho de que lo produjeron que no se fijaron los límites y las consecuencias de este producto, porque es un producto que tú lo vas a consumir pero viéndolo; a parte la hora no es la adecuada, por ejemplo termina un programa de farándula súper polémico y luego sale el programa en mención, entonces es un bajón que tienen, de que estas arriba como la polémica y de repente baja con este programa y al televidente lo confunde, lo que hace el televidente apagar el televisor y se acabó el asunto.

¿Se considera estos programas telebasura o entretenimiento?

Mi punto personal y periodístico es una telebasura definitivamente, a pesar de la edad que tengo porque soy joven, yo empecé a trabajar con la vieja escuela como se le llama, entonces los

comunicadores sociales de antes nos nutríamos mucho somos muy autodidactas y tenemos otra mentalidad, vemos otras cosas, entonces para mí es telebasura no lo recomiendo ni lo recomendaría nunca.

¿Usted cómo comunicadora piensa que la televisión y su nueva programación ayuda a formar a los jóvenes ante la sociedad?

No, primero al joven se lo va formando desde su casa, te ayuda el colegio la escuela y la universidad, pero lastimosamente tergiversan la información que te dan en tu casa y en donde tu estudias, porque la televisión te muestra drogas, matanza, secuestros, violaciones, chicas semidesnudas y te puedo seguir nombrando muchas situaciones, entonces el joven piensa que todo lo que mira en televisión está correcto, el ecuatoriano en si es morbosos en el buen sentido de la palabra.

¿Piensa usted que los chicos reality son un ejemplo a seguir para la juventud?

No, para nada, de cien chicos realities cinco sobresalen, el resto se quedan estancados en lo mismo; no te hablo como comunicadora te hablo como televidente no le ofrecen absolutamente nada bueno a la juventud de hoy en día que ellos puedan aprender.

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
ENCUESTA PARA PROYECTO DE TESIS

Título del proyecto: Influencia de los Realities de Competencia en estudiantes del ciclo básico superior del Colegio Carlos Cevallos.

Género: Masculino (___) Femenino (___)

Edad: _____

Seleccione con una (X), la respuesta que usted considere conveniente.

1. ¿Usted es consumidor de los reality shows?

SÍ (___) NO (___) Regularmente (___)

2. ¿Le gustaría participar en un reality shows?

SÍ (___) NO (___)

3. ¿Cuál de los siguientes reality de competencia usted mira?

Calle7 (___) BLN la Competencia (___) Combate (___)

4. ¿Se identifica usted con algún equipo o participante?

SÍ (___) NO (___)

5. ¿De los programas reality antes mencionados con qué frecuencia los mira?

a) Todos los días (___)

b) 2 a 3 veces por semana (___)

c) Regularmente (___)

6. ¿Qué problemas cree usted que causan a los adolescentes los reality shows?

a) Desorden de personalidad (___)

b) Problemas de salud (___)

c) Obsesión (___)

d) Todas las anteriores (___)

7. ¿De qué manera pueden influenciar los reality shows en los adolescentes?

- a) Lenguaje (___)
- b) Moda (___)
- c) En lo físico (___)
- d) Ninguno (___)

8. ¿Cree usted que los adolescentes tienden a imitar a los participantes de los realities?

SÍ (___) NO (___) Quizás (___)

9. ¿Cómo cataloga usted a los reality shows?

- a) Educativo (___)
- b) Deportivo (___)
- c) Entretenimiento (___)
- d) Informativo (___)
- e) Ninguno de los anteriores (___)

10. ¿Qué le llama la atención observar este tipo de programas?

- a) Competencias (___)
- b) Personajes (___)
- c) Amoríos (___)
- d) Peleas (___)
- e) Todas las anteriores (___)

11. ¿Usted tiene algún control de sus padres al ver estos programas?

SÍ (___) NO (___)

12. ¿Considera que todo lo que sucede dentro del programa es?

Actuación (___) Realidad (___)

13. ¿Cree que el participante que más peleas tiene es el más popular?

SÍ (___) NO (___) Quizás (___)

Fotografías de las entrevistas realizadas.

Figura 1



Periodista Tatiana Domínguez, productora radial.

Figura 2



Edgar Jaramillo, productor ejecutivo de Calle7.

Figura 3



Luis Alfredo Itachy, competidor de BLN.

Figura 4



Danilo Mideros, competidor de Calle7.

Fotografías de las encuestas realizada a los estudiantes del colegio Calos Cevallos

Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4

