



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO**

TEMA:

Manipulación e influencia mediática de la programación reality

TÍTULO:

“Análisis de la estructura del formato reality show y del lenguaje televisivo del programa BLN La Competencia, y su influencia mediática en la ciudad de Guayaquil”

AUTOR (A):

Mayra Elizabeth Sánchez Echeverría

TUTORA

Msc. Diana Àuz Espinoza

Periodo Lectivo

2019



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Análisis de la estructura del formato reality show y del lenguaje televisivo del programa BLN La Competencia, y su influencia mediática en la ciudad de Guayaquil

AUTORES:

Mayra Elizabeth Sánchez Echeverría

REVISORES O TUTORES:

Diana Auz Espinoza

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Grado obtenido:

Periodista

FACULTAD:

Facultad de Ciencias Sociales y Derecho

CARRERA:

PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2019

N. DE PAGS:

119

ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e información

PALABRAS CLAVE: competencia deportiva, influencia social, televidente, televisión.

RESUMEN

El presente trabajo analiza el formato y el lenguaje del programa de reality show BLN La Competencia, y la influencia mediática que tiene este programa en los jóvenes de entre 18 y 25 años.

Para ello, el proyecto se ha dividido en tres capítulos. En el primero se plantea el problema, la sistematización y los objetivos del tema para luego dar paso a la investigación. El segundo capítulo se sustenta con las bases teóricas (libros, artículos y otras fuentes válidas) que refuerzan la problemática planteada y sirven de guía para desarrollar la investigación. Además, se analizan las leyes que respaldan el proyecto.

Por último, en el marco metodológico (capítulo 3) se realiza la indagación de campo. Se realizan encuestas a jóvenes con el fin de sustentar los objetivos del trabajo, además,

de entrevistas a cinco profesionales relacionados, quienes desde su experticia analizan el tema tratado.		
N. DE REGISTRO (en base de datos)	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Mayra Elizabeth Sánchez Echeverría	Teléfono: 0991078322	E-mail: mayrachat1493@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Ms. Marco Oramos Salcedo (Decano) Teléfono: (04) 2596500 Ext. 249 E-mail: moramass@ulvr.edu.ec Título.Mg Lcdo.Federico Varas Chiquito (Director de Carrera) Teléfono: (04) 2596500 Ext. 251 E-mail: fvarasc@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS urkum.docx (D49959129)
Submitted: 3/31/2019 7:12:00 PM
Submitted By: mayrachat1493@gmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN LUIS VILLON.docx (D21847861)
Pierina Noemí Cedeño Andrade PARA URKUND.docx (D44107777)
tesis urkund.docx (D43138054)
DAMIÁN SÁNCHEZ RAMOS. MSC G RENELLA.pdf (D40926508)
Informe Final.docx (D31407279)
Informe Final Obando.docx (D31650855)

Instances where selected sources appear:

11



**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS
PATRIMONIALES**

Yo, MAYRA SÁNCHEZ ECHEVERRÍA, declaro bajo juramento que la autoría del presente proyecto de investigación, “Análisis de la estructura del formato reality show y de lenguaje televisivo del programa BLN La Competencia, y su influencia mediática en la ciudad de Guayaquil”, me corresponde en su totalidad, por lo que 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 los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

Firma:



Mayra Sánchez Echeverría

C.I. 0950958371

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Manipulación e influencia mediática de la programación reality, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil:

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “Manipulación e influencia mediática de la programación reality”, presentado por la estudiante MAYRA SÁNCHEZ ECHEVERRÍA como requisito previo, para optar al Título de PERIODISTA, encontrándose apto para su sustentación.



Msc. Diana Auz Espinoza

CI: 0915194625

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su infinito amor, por haberme permitido llegar hasta aquí y cumplir esta meta. A mi madre, por su entrega incondicional en todo momento, y a personas muy valiosas que siempre estuvieron apoyándome y alentándome desde que empecé mi camino profesional.

A los hermanos Jonathan y Geovanny García, por sus conocimientos y ayuda brindada que fueron de gran aporte para el desarrollo del presente trabajo.

A mis amigos Rachel Lazcano, Josué Cantos, y a quienes por circunstancias de la vida ahora no están presentes, pero también formaron parte de este proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a una persona muy especial que ya no se encuentra con nosotros, a mi abuela Rosa Elvira Impertí Litado, que en paz descansa. A mi madre, Jacqueline Echeverría, por su apoyo en todas las etapas de mi vida.

Y finalmente a aquellos que, de una u otra manera, me dieron su respaldo y que en cierto momento también me acompañaron durante el proceso.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.2.1 Formulación del Problema	4
1.2.2 Sistematización del Problema	4
1.3 Objetivo General	4
1.4 Objetivos Específicos	4
1.5 Justificación de la investigación	5
1.6 Delimitación o alcance de la investigación	5
1.7 Idea a defender	5
1.8 Línea de Investigación	5
CAPÍTULO II	6
1.1 Marco Teórico Referencial	6
1.1.1 Antecedentes	6
1.1.2 Los medios de comunicación en el Ecuador	7
1.1.3 Historia de BLN La Competencia, caso en estudio	9
1.1.4 Características comunes en los reality shows	11
1.1.5 Tipos de reality shows	12
1.1.5.1 La llegada de los reality shows a Ecuador	14
1.1.5.2 Estudio del reality show	15
1.1.5.3 Manipulación e influencia mediática	15

1.1.5.4	Los elementos del discurso	17
1.1.5.5	El lenguaje periodístico	17
1.1.5.6	Los paradigmas mentales	18
1.1.5.7	Los planteamientos estratégicos	19
1.1.5.8	Los procedimientos	19
1.1.6	Fundamentación psicológica	20
1.2	Marco Conceptual	21
1.3	Marco Legal	25
	CAPÍTULO III	28
2.1	Marco Metodológico	28
2.1.1	Metodología de la Investigación	28
2.1.1.1	Tipos de investigación	28
2.1.1.2	Software que se utilizará	30
2.1.2	Entrevistas	35
2.1.3	Encuestas	47
2.1.4	Rating de BLN La Competencia	61
2.2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	63
2.2.1	Encuestas	63
	CONCLUSIONES	68
	RECOMENDACIONES	69
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	70
	ANEXOS	74
○	ANEXO 1 FOTOS DE ENCUESTA	74
○	ANEXO 2 FOTOS DE ENTREVISTA	76
	ANEXO 3 ENTREVISTAS Y FORMATOS	81
		IX

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Baila la Noche en 2013	9
Tabla 2 BLN La Competencia desde 2014	10
Tabla 3 Ficha de Observación (BLN La Competencia-Bloque 1-10/01/2019)	31
Tabla 4 Ficha de Observación (BLN La Competencia-Bloque 2-10/01/2019)	31
Tabla 5 Ficha de Observación (BLN La Competencia-Bloque 1-11/01/2019)	32
Tabla 6 Ficha de Observación (BLN La Competencia-Bloque 2-11/01/2019)	32
Tabla 7 <i>Datos de Priscila Riera</i>	36
Tabla 8 <i>Datos de Víctor García</i>	37
Tabla 9 <i>Datos de Lili Larrea</i>	41
Tabla 10 <i>Datos de Robert Párraga</i>	43
Tabla 11 <i>Datos de Eduar Candelario</i>	45
Tabla 12 Género de la Población Encuestada	48
Tabla 13 Edades	49
Tabla 14 Pregunta Conoce usted lo que es un reality show como	50
Tabla 15 Pregunta ¿Sabe de qué se trata el programa BLN, la competencia?	51
Tabla 16 Pregunta ¿Por qué ve el programa?	52
Tabla 17 Pregunta ¿Considera usted que BLN La Competencia aporta con valores para la juventud?	53
Tabla 18 Pregunta ¿Considera usted que el programa y el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia influye en los jóvenes?	54
Tabla 19 ¿De qué manera influye?	55
Tabla 20 Pregunta ¿Considera usted que el programa BLN La Competencia aporta en el lenguaje y en la educación de los jóvenes?	56
Tabla 21 Pregunta ¿Utiliza alguna de las expresiones que ha escuchado en el programa?	57
Tabla 22 Pregunta ¿Cómo califica a las presentaciones de “baile” que se realizan en el programa?	58
	X

Tabla 23 Pregunta ¿Cómo califica su contenido audiovisual?	59
Tabla 24 Pregunta ¿Considera a los participantes modelos a seguir para los jóvenes?	60
Tabla 25 Resumen de los resultados de las encuestas	64
Tabla 26 Resumen (Porcentaje) de los resultados de las encuestas	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cálculo del tamaño de la muestra	47
Figura 2 Encuestas	48
Figura 3 Porcentaje de Encuestados	48
Figura 4 Porcentaje de edades	49
Figura 5 Resumen de los tipos de programas de TV	50
Figura 6 Pregunta ¿Sabe de qué se trata el programa BLN, la competencia?	51
Figura 7 Pregunta ¿Por qué ve el programa?	52
Figura 8 Pregunta ¿Considera usted que BLN La Competencia aporta con valores para la juventud?	53
Figura 9 Pregunta ¿considera usted que programa y el comportamiento de los participantes de BLN, la competencia influye en los jóvenes?	54
Figura 10 ¿De qué manera influye?	55
Figura 11 Pregunta ¿Considera usted que el programa BLN La Competencia aporta en el lenguaje y en la educación de los jóvenes?	56
Figura 12 Pregunta ¿Utiliza alguna de las expresiones que ha escuchado en el programa?	57
Figura 13 Pregunta ¿Cómo califica a las presentaciones de “baile” que se realizan en el programa?	58
Figura 14 Pregunta ¿Cómo califica su contenido audiovisual?	59

Figura 15 Pregunta ¿Considera a los participantes modelos a seguir para los jóvenes?	60
Figura 16 Rating de BLN La Competencia (5/sep/2016)	62
Figura 17 Rating de BLN La Competencia (6/sep/2016)	62

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 FOTOS DE ENCUESTA	74
ANEXO 2 FOTOS DE ENTREVISTA	76
ANEXO 3 ENTREVISTAS Y FORMATOS	81

RESUMEN

Los reality shows, en español programas de telerrealidad, aparecieron en la década de los 70 en Estados Unidos. El primero en salir al aire fue *An American Family*, que consistía en proyectar en la televisión la convivencia de una familia los siete días a la semana. Y es justamente eso lo que buscan este tipo de programas, calificados por algunos autores como “telebasura”, ya que no tienen nada que aportar. De acuerdo con lo explicado por F. Perales, los reality shows exponen la convivencia de un grupo de personas, quienes tratan de superar a sus rivales mediante una competencia, la misma que es expuesta a la audiencia. Actualmente, existen diversas clases; sin embargo, el común denominador de casi todos estos programas, que todavía tienen acogida a nivel mundial, es la competición y las relaciones románticas-sexuales. La presente investigación busca analizar el formato y el lenguaje del caso en estudio: el reality BLN La Competencia y la influencia mediática que tiene este programa en los jóvenes de entre 18 y 25 años. Para ello, se realizó una investigación teórica y un estudio de campo, el mismo que consistió en realizar encuestas a jóvenes, quienes son los principales televidentes del programa, además de entrevistas a profesionales, con el fin de obtener información sobre el tema y analizar el estudio del tema en cuestión.

Palabras claves: competencia deportiva, influencia social, televidente, televisión.

ABSTRACT

The reality show, in Spanish reality TV shows, appeared in the 70s in the United States. The first to go on the air was *An American Family*, which consisted in showing the television of the coexistence of a family seven days a week. And that is precisely what this type of programs seek, described by some authors as "telebasura", since they have nothing to contribute. According to what Perales explained, reality shows expose the coexistence of a group of people, who try to overcome their rivals through a competition, which is exposed to the audience. Currently, there are different classes, however the common denominator of almost all these programs, which still have a global reception, is competition and romantic-sexual relationships. This research seeks to analyze the format and language of the case under study: *BLN La Competencia*, and the media influence that this program has on young people between 18 and 25 years old. For this, a theoretical investigation and a field study were carried out, the same one that consisted in carrying out surveys to young people, who are the main viewers of the program, in addition to interviews with professionals, in order to obtain information on the subject and analyze the I study the subject treated.

Keywords: tv, viewer, social influence, sports competition.

INTRODUCCIÓN

Entre los años sesenta y setenta, en Ecuador se crearon nuevos periódicos y también canales, últimos que nacieron primero con el objetivo de solo entretener. Cuarenta años después, en el 2000, la televisión buscó incursionar en un nuevo formato, que fue copiado de Argentina, el cual tuvo gran acogida en nuestro país. Se trató de los reality shows.

Aparecieron programas como “El Gran Hermano” que tuvo una gran audiencia en Ecuador. Tiempo después, Combate y Calle 7, que ya no están al aire, pero otros sí como BLN La Competencia, un reality que se transmite de lunes a viernes, a las 22:00, por Canal Uno. El programa consta de dos equipos (Fantásticos y Vengadores) que se enfrentan en distintas competencias de habilidades (bailes, habilidad física, entre otros), y que representa el caso de estudio en este proyecto para analizar la influencia mediática que tiene este programa en la juventud. Para realizar la investigación, se escogió la parroquia Carbo Concepción (centro de Guayaquil), por ser una zona de gran afluencia de personas y que cuenta con una población de 4035 habitantes. El rango de edad escogido para realizar la encuesta fueron jóvenes de 18 a 25 años, debido a que después de los adolescentes, ellos son los más susceptibles para ser influenciados con el contenido que se transmite, de acuerdo con los especialistas.

Para analizar el lenguaje televisivo del programa y su formato, se realizaron fichas de observación de dos episodios del mismo y para analizar su influencia mediática se realizaron las antes mencionadas encuestas y entrevistas a expertos en la materia.

En el capítulo 1 se expone el planteamiento del problema, cómo se desarrollan los reality shows, de qué manera pueden influir y los objetivos: general y específicos del proyecto de investigación.

En el capítulo 2, se desarrollan las bases teóricas e históricas que respaldan esta investigación, desde la creación de los formatos reality show hasta cómo se producen en la actualidad, combinadas con el marco conceptual y legal para complementar este capítulo.

En el capítulo 3, se desarrolla el proceso metodológico para el análisis y la resolución de problema. Se recopila información con investigación de campo, entre ellas las encuestas que son expuestas en cuadros estadísticos. Además, cuenta con entrevistas a especialistas en la materia que con sus conocimientos refuerzan la investigación.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Manipulación e influencia mediática de la programación reality

1.2 Planteamiento del Problema

En Ecuador, el formato reality show ha generado un impacto considerable en el consumo de la televisión nacional. Este se ha venido presentando en diferentes tipos ya sea concurso, supervivencia, baile o competencia que son los más comunes. Sin embargo, hasta la presente siguen siendo cuestionados por el formato sensacionalista que los productores adoptan y que no influyen de manera positiva a la sociedad.

Los reality shows son un formato televisivo en donde un grupo de participantes compite entre sí y son expuestos a la teleaudiencia.

Respecto a los personajes que se incluyen en los reality shows, estos generalmente son adolescentes o veinteañeros, por lo que los reality shows generan la atención de una audiencia mayormente juvenil y detrás de este tipo de programas hay un equipo de producción responsable de su desarrollo, conformado por profesionales guionistas, productores, directores, mientras que el perfil psicológico de los concursantes es escogido según los intereses del programa.

Una audiencia, educada bajo estos parámetros, exige intuitivamente una programación con unos valores que se ajusten a ellos.

Se considera que en 1971 la televisión norteamericana fue la primera en experimentar con el género de la telerrealidad, uno de los programas con amplia aceptación fue *An American Family*, que consistía en la filmación *veinticuatro siete* de la convivencia de la familia Loud. Los Loud se sometieron a siete meses de grabación y el éxito fue rotundo para aquella época llegando a 20 millones de espectadores.

En la actualidad es común observar a diario en nuestras pantallas la clase de contenido que se brinda, ya sea en cualquier canal que sintonicemos lo más probable, siempre será ver algún programa de farándula o competencia, en los que solo destacan el morbo de sus personajes mediáticos. Lo mismo ocurre en el reality BLN la competencia, en donde se puede observar el fomento del conflicto, el exhibicionismo y el uso de un lenguaje inapropiado.

De mantenerse esta tendencia, el desarrollo educativo y cultural de la sociedad podría tener un impacto en lo que respecta a la formación de individuos informados, reflexivos y activos. El problema radica en cómo el lenguaje de cada personaje, su forma de expresarse y lo puesto en escena pueden llegar a influir en la formación social y cultural de los jóvenes.

Meses atrás en redes sociales se viralizó un video de una de las presentaciones del programa BLN la competencia, el cual fue duramente criticado por su alto contenido sexual, sin embargo, ante las reacciones negativas que generó, el reality a través de su cuenta oficial de Instagram procedió a la desactivación de comentarios de sus seguidores, donde expresaban su total desacuerdo con las presentaciones.

A pesar de la aceptación que también tiene el programa es evidente también el rechazo en sus redes sociales, donde algunos lo califican de *vulgar* o piden el cambio de su formato al ser visto por jóvenes, ya sea dentro de la franja que este se emite, o en sus plataformas digitales donde ponen al tanto a sus televidentes.

El dilema se mantiene debido a los beneficios económicos que aporta a los canales este tipo de programación, la falta de control de los medios en cuanto a lineamientos éticos, y la poca intervención de los adultos en este caso de los padres de familia como orientadores en el empleo de los medios y del análisis de sus mensajes.

Es de importancia exponer el análisis al colectivo social de los contenidos que actualmente se ofrecen, principalmente a los jóvenes quienes son más vulnerables a la influencia del medio y al mismo tiempo quienes tienen en gran medida la capacidad de percibir, cuestionar, y captar otros puntos de vista entorno a la programación que consumen.

Dicen que en televisión la imagen es lo que vende, pero al parecer en los denominados *reality* no solo les basta con vender la imagen de su *modelo* o participante, su cara o cuerpo bonito

no son suficientes mientras no hagan uso de aquellos atributos y utilicen un lenguaje con el que pueden llegar a sus televidentes, que no siempre es el correcto.

1.2.1 Formulación del Problema

¿De qué manera influye el formato y el lenguaje que se utiliza en el *reality show BLN La Competencia* en los jóvenes de Guayaquil?

1.2.2 Sistematización del Problema

- ¿Qué clases de programas con formato reality se han transmitido en Ecuador y el mundo?
- ¿Cómo está estructurado el reality BLN La Competencia?
- ¿De qué forma influye el lenguaje del programa BLN La Competencia en los jóvenes?
- ¿El medio de comunicación cumple con lo establecido en los códigos deontológicos, como la Ley de Comunicación y la Constitución a la hora de transmitir su programa?

1.3 Objetivo General

Analizar el lenguaje televisivo y la estructura del formato del reality show BLN La Competencia, y cómo influye en los jóvenes de Guayaquil.

1.4 Objetivos Específicos

- Determinar los antecedentes de estudio teórico de la programación del reality show a nivel nacional e internacional.
- Establecer si la estructura del programa BLN La Competencia cumple con los códigos deontológicos (LOC y Constitución) a la hora de transmitirse.
- Explicar la estructura del formato reality show del programa BLN La Competencia, definir el tipo de lenguaje que se utiliza en el programa BLN la Competencia y de qué forma influye en los jóvenes.
- Definir por qué los jóvenes gustan ver el programa BLN La Competencia y si este aporta con valores a la juventud, de acuerdo con los códigos deontológicos (LOC y Constitución)

1.5 Justificación de la investigación

La televisión siempre ha sido un medio masivo de consumo por la sociedad, su impacto radica en lo que esta ofrece y en cómo llega a determinados grupos generando hábitos de consumo, y modelos de comportamiento.

Su influencia cultural, en especial la de la TV ecuatoriana, ha sido sujeto de críticas por el tipo de contenido que brinda, principalmente los denominados programas reality en donde sus participantes promueven el conflicto y hacen uso de un lenguaje inapropiado.

Programa como BLN La Competencia son considerados Telebasura, este término está asociado a programas con contenido escandaloso, sensacionalistas, y morboso donde se usa a sus figuras públicas, en este caso a sus participantes para convertirlos en los protagonistas de todo el show transmitido a la audiencia televisiva.

Algunos programas son transmitidos en las franjas horarias bajo supervisión de un adulto y otros en horario solo para adultos, sin embargo hay casos que no hay el control debido, es más los padres son parte de la audiencia, por eso es necesario analizar la influencia mediática que tienen estos programas, tomando como caso específico el de BLN La Competencia.

1.6 Delimitación o alcance de la investigación

Ubicación geográfica: Guayaquil

Tiempo: 2018 - 2019

Población: Jóvenes 18 a 25 años

Campo de acción: Comunicación

1.7 Idea a defender

La estructura del formato y el lenguaje que presenta el programa reality BLN La competencia cautiva a un público joven, quien se puede volver susceptible a los contenidos expuestos.

1.8 Línea de Investigación

Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

1.1 Marco Teórico Referencial

En el siguiente capítulo puntualizaremos las bases teóricas e históricas que sustentan este proyecto, que va desde los inicios del formato reality hasta llegar a cómo es su adaptación a la presente fecha, cómo se ha transformado, su aporte a la sociedad, cómo influye a quienes lo consumen, y quiénes son más atraídos por este tipo de programación.

1.1.1 Antecedentes

Los reality shows empezaron a aparecer a inicios de la década de los 70, la televisión pública estadounidense fue la primera en sacar a la luz el programa *An American Family*, el cual consistía en la proyección de la convivencia familiar veinticuatro siete. Durante nueve meses de filmación diaria y sin interrupciones sucedieron muchas cosas, como la confesión de homosexualidad de uno de los hijos y hasta la separación del matrimonio lo que dio fin a la sintonizada novela real. (Delgado, 2005)

Este formato empezó a aparecer entre la década de los 60 y 70 en países como Inglaterra, Alemania e Italia. Pero fue a inicios de los años 90, donde comenzó su auge con la aparición de los medios privados que se encargaron de su expansión con diferentes franjas horarias buscando nuevas audiencias. (Castro, 2002)

Después de 19 años lo que hoy conocemos como formato *reality* eran llamados los famosos “Talk Shows”, la cadena MTV realizó conscientemente la selección de personas para que sean partícipes de la serie- espectáculo con todos los ingredientes que apreciamos a diario en el contenido de estos programas.

El éxito fue rotundo en toda Europa en esta época, ya que el condumio principal del contenido de los Talk shows era el hurgar de la vida ajena, la ventilación de intimidades al aire, y la malicia entre los *actores* de aquella ficción diaria. A medida que pasaba el tiempo era evidente la evolución y la amplia aceptación que tenía estos programas. (Delgado, 2005)

Conforme se iban presentando cada vez más los Talk shows basados en estas características, fueron catalogados para aquel entonces como *trash tv* televisión basura o telebasura. Otro

experto, el sociólogo y comunicador Horacio Pérez Henao, también concuerda con el calificativo que se le da estos programas:

Los reality shows son considerados uno de los géneros televisivos que han tenido un considerable impacto en la historia de la televisión mundial. Debido a sus singulares características, que van desde la polémica al exhibicionismo, ha sido sujeto a críticas que lo descalifican y lo ubican dentro de la llamada telebasura. (Henao, 2010).

Cinco años más tarde en Europa, una productora sueca lanzó su proyecto *Expedition Robinson*, el cual se trataba de una serie de supervivencia y convivencia de los participantes en una isla, fue innegable el éxito obtenido que hasta los mismos creadores quedaron asombrados. Sin embargo, como recuerdo de aquella experiencia dejó el fallecimiento de uno de los concursantes, el cual se suicidó un mes después de su salida del programa.

Pero es ya en 1999 donde podríamos concretar el punto de donde empieza el auge de los famosos reality shows, con de *Big brother*, o Gran hermano creado por la empresa holandesa Endemol, el cual tenía presencia en todo el mundo y consistía en la observación ininterrumpida a chicos que compartían una misma casa.

Los jueces eran los televidentes, quienes decidían por votaciones quién quedaba o seguía permaneciendo en la casa del Gran Hermano. Este recurso fue la clave para el despunte del programa. Sin olvidar las peleas, discusiones, amoríos que surgían entre los chicos. (Delgado, 2005).

Ante la buena aceptación que demostraba, ya en el año 2000 España decidió también mostrar en las pantallas el criticado programa con las mismas características y generación de más polémicas y debates, convirtiendo así a sus personajes en seres mediáticos, y al concurso en el más sintonizado. (Perales, 2011)

1.1.2 Los medios de comunicación en el Ecuador

En el siglo XVIII (en el año 1755) Ecuador inicia su historia mediática, con la llegada de la imprenta al país, en la que se realizan las primeras publicaciones, entre ellas el primer periódico llamado Primicias de la Cultura de Quito, fundado por Eugenio Espejo.

Tras ello, a finales del siglo XIX, nace El Telégrafo, en 1884, conocido como el “decano de la prensa nacional” o “el diario de los tres siglos”, porque se mantiene hasta la actualidad.

Sin embargo es en el siglo XX cuando los medios de comunicación se consolidan con la fundación de otros periódicos como El Comercio (1906) y El Universo (1922), y la aparición de la radio y la televisión.

Durante este siglo XX se inicia también un debate político e ideológico en América Latina, debido a las fuertes dictaduras militares y a que los poderes se concentraban en manos de pocas personas. Los medios fueron utilizados como guerras psicológicas, las cuales se emplearon para controlar a las masas de manera directa e indirecta, y al transcurrir los años sesenta se crearon medios de carácter de administración familiar.

Bajo este marco es cuando se da paso a los medios televisivos en el territorio ecuatoriano. La primera televisión ecuatoriana (1960) fue Canal 4, antes Telesistema y ahora RTS (Red Telesistema). Tras ello, se creó Ecuavisa (1967), Teleamazonas (1967) y Gamavisión (1977) de la mano de los grupos económicos de aquella época y durante el mismo tiempo fueron fundados los diarios Expreso (1973) y La Hora (1982).

Casi a finales de los 70 se regresa a la democracia y el panorama para los medios de comunicación y los ecuatorianos cambia. Se utilizan nuevas tecnologías, que permiten la difusión de más contenidos, el florecimiento y modernización de los contenidos televisivos, y esto se da conjuntamente con la doctrina de neoliberalismo.

De acuerdo con los estudios realizados por Edgar Jaramillo y Eduardo Tamayo, desde 1988 a 1991, los principales diarios del país incitan a la privatización de los servicios públicos, ya que estaban alineados a los pensamientos de los banqueros, y grupos económicos de la época.

Conforme al lineamiento de América Latina, el 80% de los ingresos de los medios televisivos provenía de ingresos privados. En Ecuador, durante la presidencia de Oswaldo Hurtado (1981-1984), la relación con los medios de comunicación fue cercana y en la cual no se mencionaron reclamos por parte de los medios televisivos ecuatorianos.

Pero en la presidencia de León Febres Cordero (1984 -1988) en la cual se dio la lucha contra las guerrillas de aquella época, comenzaron varios ataques contra los periodistas y, a su vez, existieron amenazas de cierres de medios de comunicación y donde ciertos periodistas tenían la aceptación popular.

La historia de Canal Uno es breve. Comenzó el 6 de noviembre de 1992 cuando CRE Televisión Canal 12 salió al aire el 3 de enero de 1994. En ese mismo año, el 18 de abril inicia transmisiones un nuevo canal llamado SITV, hasta que el 6 de mayo del 2002 inicia Canal Uno, el cual se ha mantenido hasta la actualidad.

1.1.3 Historia de BLN La Competencia, caso en estudio

El programa Baila la noche estuvo al aire entre los años 2013 y 2014 y fue transmitido por Canal Uno. En el año 2013 inicia su primera temporada. Este programa tuvo exactamente tres temporadas y en cada una de ellas tuvo diferentes presentadores, tal como se muestra en la tabla a continuación.

Tabla 1 Baila la Noche en 2013

Temporada	Presentadores	Ganadores
Temporada 1	Gustavo Navarro y Carolina Jaume	Tony Corral
Temporada 2	Gustavo Navarro y Carolina Jaume	Francesca Menessini
Temporada 3	Eduardo Andrade y Carolina Jaume	Ámbar Montenegro

Fuente: Programa Baila la noche

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

A mediados del año 2014 surgió un cambio en el formato y el programa pasa de llamarse Baila la Noche a BLN La Competencia. Actualmente está en la octava temporada y ha tenido diferentes presentadores y ganadores. En la tabla a continuación se muestra la información.

Tabla 2 BLN La Competencia desde 2014

Temporada	Año	Presentadores	Equipo Ganador	Ganadores
Temporada 1	2014	Eduardo Andrade Carolina Jaume	Fantásticos	Antonio Abril y Jomayra Cedeño
Temporada 2	2015	Eduardo Andrade		Jimar Vera y Erika Valencia ¹¹
Temporada 3			Jimar Vera y Erika Valencia ¹¹	
Temporada 4	2016	Karim Barreiro y Carlos José Matamoros	Vengadores	Ricardo Blanco y Sara Toscano
Temporada 5				Ricardo Blanco y Sara Toscano
Temporada 6	2017			Larry Sojo y Sara Toscano
Temporada 7				Larry Sojo y Pamela Echeverría
Temporada 8	2018-2019			

Fuente: Programa Baila la noche

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Pero ¿cómo pasó a ser de Baila la Noche a BLN, la Competencia? Uno de sus productores, Víctor García explica que Baila la Noche era un reality de baile entre famosos, pero fueron probando hasta que se cambió totalmente el programa, como la escenografía y el formato, aunque se mantuvieron los participantes y los animadores.

En su tercera temporada, Baila la Noche tuvo un elenco bueno. De hecho, comenta que tuvo tres temporadas, pero dentro de la tercera empezaron a experimentar con ellos. Los jóvenes no solo bailaban, por lo que tenían que ir al canal todos los días, no como en las temporadas anteriores que solo iban cuando les tocaba concursar en el baile.

García agrega que los participantes tenían que llegar, bailen o no bailen. Entonces comenzaron a hacer juegos, pero muy sencillos, como preguntas y respuestas, “sketches” cómicos y pruebas de baile sacándose una pieza. Así empezó todo.

Un día el director del programa, Jean Paul, dispuso probar una semana sin baile y los chicos recibieron uniformes. Tras ello, los dividieron en dos equipos: fantásticos y vengadores, que se mantienen hasta la actualidad y se hicieron concursos de juegos.

En esa temporada no hubo una final. Los uniformes eran muy básicos (top de algodón y short para las chicas y una camiseta sin mangas de algodón y una pantaloneta para los chicos) y

sin dibujo sin escudos porque se hizo para una semana, y el programa se seguía llamando Baila la Noche, pero los chicos no bailaban.

Por eso, cuenta García, y por el factor audiencia, se decidió cambiar; además porque el canal no tenía un reality show de competencia en equipos, sino que habían producido durante tres años programas como Báilalo. Así que el canal decidió arriesgar, compró los equipos y se cambió el nombre y la escenografía.

1.1.4 Características comunes en los reality shows

Como características dominantes y determinantes en este género podemos destacar los siguientes (Lamarca, 2009):

- Las historias allí presentadas presuntamente son historias comunes y corrientes pertenecientes a una realidad actual y cotidiana.
- Los protagonistas no son actores profesionales, por hombres y mujeres comunes y corrientes, que están dispuestos a ventilar su vida privada a cambio de fama y fortuna.
- Los personajes o participantes responden al prototipo de “ciudadano medio”.
- Las acciones de los protagonistas son basadas en hechos relacionados con su vida privada y su intimidad.
- A diferencia de un programa que incluya actores profesionales, los reality shows son económicos, versátiles y fácilmente comercializables.
- Se pueden adquirir en mercados americanos y europeos y adaptarse al lugar en donde se emite a través de la adopción de características, idiosincrasias y a los mercados de cada país.
- Hay un pequeño monopolio de productoras que lideran el mercado del reality (Endemol, Boomerang, Globomedia, etc.).
- Estos son productos transculturales para una audiencia masificada y globalizada con adaptaciones locales.
- Han impulsado y mejorado el repertorio de la televisión, a nivel mundial y local.
- Explotan y profundizan en distintos grados y métodos, los sentimientos y la desnudez psicológica de los protagonistas, así como la de los espectadores.

- Se basan en la remoción de pasiones en la teleaudiencia para que emerja en ella la sensibilidad y los sentimientos.
- Fomentan una cultura casi voyerista.
- Son seguidos por grandes masas de audiencia.
- El público se identifica con los personajes allí mostrados ya que son personas anónimas como ellos.
- Promueven la creación de vínculos de lealtad por parte de la audiencia.
- Se rompe la línea entre la realidad y la ficción ya que los reality shows están en el medio.
- Los tipos más comunes son la cámara oculta, el encierro y el concurso de telerrealidad.
- La espectacularización de lo real consiste en ver la vida de las personas comunes y corrientes, aunque conviene echar mano de otros ingredientes como el morbo y la expectación.
- Promueven la participación de la teleaudiencia con mensajes, llamadas y las redes sociales.

1.1.5 Tipos de reality shows

De acuerdo con Roxana Verónica Rivas Cruz, y José Luis Férrez Vergara en su artículo publicado sobre el impacto de los programas reality shows, existen los siguientes:

- **De observador pasivo:** Consiste en la filmación del comportamiento y de las diferentes actividades que realizan un conjunto de personas dentro del espacio el cual conviven. Situaciones como discusiones, romances, y drama, que también son transmitidas en directo para el público televidente.
- **De cámara escondida:** En este tipo de reality los participantes no saben que están siendo observados por una cámara, por lo que se transmite se presenta tal cual cómo va sucediendo. (Wendel, 2013)
- **De supervivencia:** Un grupo de personas deben subsistir en un lugar sin los recursos necesarios, para poder lograrlo deben competir entre ellos, y el que llegue hasta el final será el ganador del premio. Un ejemplo es el conocido programa *Survivor* donde dieciséis

personas eran elegidas para estar en una isla desierta, en cada emisión todos los participantes votaban por la eliminación de uno de ellos hasta quedarse el último sobreviviente como ganador.

Su sintonía alcanzó cerca de 40 millones de televidentes, una de las características de este programa eran las confrontaciones que se daban entre los concursantes por obtener el premio, y la complejidad de los retos físicos e intelectuales que tenían que superar. (Rivas & Férez, 2018)

● **De encierro:** Los autores citando a León explican que este tipo de reality consiste en la convivencia de un grupo de personas de ambos sexos, los cuales son filmados en su diario vivir mostrando al público sus diferentes situaciones, reales o creadas por la misma producción del programa. (León, 2009)

● **Academia artística:** Este formato consiste en la agrupación de aspirantes a artistas con diferentes habilidades, ya sea cantar, bailar, o actuar. Ellos son entrenados por profesionales o coach para que así puedan presentarse a los escenarios a competir contra los demás. A medida que van avanzando en sus puestas en escena, son calificados por un jurado y eliminados de acuerdo a su puntaje, aunque en algunos pueden llegar a continuar en el reality por la aceptación o voto del público. Un ejemplo que podemos citar de este tipo de reality son La Voz, y Ecuador tiene talento de la Franquicia del reconocido America's got talent.

● **Tipo soltero:** Un hombre o una mujer solteros, deberá escoger entre una lista de pretendientes que se someterán a diferentes retos para llegar hasta el final a la elección por uno de ellos.

● **De modelaje:** Un grupo de jóvenes concursan para lograr su sueño de formarse y ser reconocidos en su carrera de modelaje. Las chicas o chicos que participan conviven en una casa donde estarán a la espera de su siguiente desafío para convertirse en el mejor. America's next top model o la siguiente súper modelo americana, conducido por Tyra Banks es uno de los más famosos, donde inicialmente varias chicas competían por ganar aquel reconocimiento y el gran premio. Luego de un tiempo, los aspirantes también podían ser chicos.

1.1.5.1 La llegada de los reality shows a Ecuador

La primera franquicia de reality show transmitido en Ecuador, fue Popstars, transmitido por el canal Teleamazonas en el año 2002. Este consistía en convocar un grupo femenino de concursantes con talento y vocación para el canto, de este reality show surgió el grupo musical Kiruba, integrada por María José Blum, Mariela Nazareno, Diana Rueda, Cecilia Calle y Gabriela Villalba.

Sin embargo, Gran hermano fue el punto de partida para el auge del fenómeno reality en Ecuador, ya que se expandió a nivel mundial llegando al país en el año 2003. Fue el primer programa en exponer al aire la convivencia de sus doce participantes encerrados en una casa sin poder salir, ni tener contacto a nivel externo a excepción de que fuese eliminado del concurso.

Todos al inicio muestran su mejor actitud, pero con el pasar del tiempo se presentan diferentes situaciones y conflictos mientras cada uno de ellos se van conociendo, costumbres, gustos, romances, y hasta celos, los ingredientes principales para captar la atención del público ecuatoriano.

Bajo la misma mecánica de la franquicia de este programa, al llegar a la final se dio por ganador a David Burbano, más conocido como *el lobo*, quien ganó \$20.000.

En el 2005 se anuncia nuevamente la llegada del polémico reality, pero esta vez bajo el nombre de *Gran Hermano del Pacífico*. Se trataba de una producción de Endemol conservando el formato original con la diferencia de que contaría también con la participación de los países de América del Sur, Chile y Perú.

El ganador fue el ecuatoriano Juan Sebastián López, de 18 participantes que compartían en la casa, la cual estaba en Bogotá, Colombia. Luego de este reality fueron surgiendo otros más, como “Soy el mejor”, “Bailando por un sueño”, “Yo me llamo”, “Ecuador tiene talento”.

En el país son varios los columnistas que han dado su opinión en cuanto al tema de la programación reality catalogada como TV basura, uno de ellos es Werner Vásquez Von, quien el 2 de mayo de 2018 publicó en diario *El Telégrafo*:

Y qué mejor que la TV basura para convertirse en el brazo difusor de la decadencia cultural. De la violación continua al respeto, a la dignidad de la persona; y eso encontramos en los

reality show, viejo formato de los noventa, del auge neoliberal, para una nueva embestida contra los derechos humanos. (Von, 2018).

1.1.5.2 Estudio del reality show

Los estudios que se han realizado frente a este fenómeno son muchos, pero todos en común se enfocan en los efectos que según provoca al público televidente, en Colombia, por ejemplo, la Comisión Nacional de Televisión patrocinó la investigación realizada por la Universidad Nacional de Colombia en la cual se demostraba el rechazo del formato en ese país, su fuerte cuestionamiento como aporte positivo a la sociedad y en la fomentación de valores en especial a los jóvenes.

Intromisión en la vida ajena, uso de un lenguaje inapropiado, la creación de falsos conflictos o amoríos, exhibicionismo, lo que es y no real, son algunos de los parámetros por los cuáles han sido analizados por otros estudios, que en conclusión lo catalogan al género reality de telebasura. (Pérez, 2010, p. 15).

Además de lo referido anteriormente, también se han realizado trabajos académicos en torno al contexto audiovisual, donde se evalúan su producción, narrativa audiovisual y los cambios que van surgiendo. Es decir, por un lado, se ha tratado del tema en torno a su calidad y aporte como contenido, y por otro, cuál es su impacto en el mundo de lo social. (Pérez, 2010, p. 15).

1.1.5.3 Manipulación e influencia mediática

Según Mosquera (2007), en referencia al concepto de manipulación indica que podría llegarse a la conclusión de que los medios de comunicación son manipuladores por naturaleza, ya que cumplen la función principal de mediadores entre lo real y la representación del mismo que quieren hacer llegar a sus receptores.

Joan Ferrés afirma que *“la televisión se ha convertido en el fenómeno cultural más impresionante en la historia de la humanidad”* es por eso que el término manipular de acuerdo con los conceptos de otros autores, se agrupa en dos campos semánticos. El primero tiene que ver a nivel etimológico totalmente neutral en el sentido ético de la palabra.

En cambio, el segundo se refiere a un concepto negativo, por ejemplo, el primer significado que encontraríamos en cuanto a *manipular* sería la acción de manejar o maniobrar algo con

las manos, una idea totalmente alejada de una connotación ética negativa como lo indica el autor, en cambio si hacemos énfasis en su segunda referencia Ferrés lo señala como:

Influir en alguien para hacerle pensar o actuar de una forma concreta. O cómo intervenir en algo alterándolo con habilidad y malicia para conseguir un objetivo. (Ferrés, 2002)

En el contexto audiovisual la televisión y la publicidad son una de las vías utilizadas para lograrlo, mediante técnicas de manipulación de la mente, así lo define Stella Rodríguez. Indica que día a día las personas son sometidas a este poder por parte de los medios de comunicación a través del lenguaje empleado en su imagen.

Esta manipulación puede llevarse a cabo a través de diferentes medios, uno de los que destaca la autora es la presencia de erotismo en el contenido, uno de los principales elementos por el que muchos espectadores son atraídos, que hasta hoy sigue siendo criticado y catalogado dentro de la tv basura. (Martínez S., 2005)

También podemos resaltar la comparación en cuanto a manipulación entre la publicidad y los medios televisivos, en ambos existe, ya que para poder llegar al cliente o espectador utilizan varios mecanismos con el fin de persuadir o seducir al consumidor, y así éste termine por encantarse con lo que se le está ofreciendo.

Entonces ¿Cuál es el fin de la manipulación televisiva? De acuerdo con Rodríguez, su finalidad es tener la gran aceptación del programa correspondiente, que se comprueba a través de la medición del mismo. Es decir, un promedio general de personas que en sus hogares prenden su televisor para verlo. (Martínez S., 2005)

El medio por el cual se logra esta influencia o manipulación es a través del lenguaje y entendamos por lenguaje no solamente a toda forma de expresión oral o escrita sino también a cualquier otra forma de discurso y en especial el audiovisual. Es la herramienta más poderosa que posee el hombre, además de ambivalente un medio difusor de la verdad y la mentira.

Hoy en día se dan posibilidades de conocer en común la verdad, y los recursos que permiten hacer una mala interpretación de las cosas, basta con manejarlos perfectamente para lograr dominar o influenciar a las personas. Según Rodrigo existen cuatro elementos utilizados en el lenguaje manipulador: los elementos del discurso, los paradigmas mentales, los planteamientos estratégicos y los procedimientos.

1.1.5.4 Los elementos del discurso

Es la composición del lenguaje audiovisual empleado, el cual está determinado por un conjunto de expresiones ordinarias, y que los medios promueven con gran eficacia. Todo esto representa valores que pocos se atreven a debatir y cuestionar por el poder que ejercen los medios ante la opinión pública.

Cuando todos estos elementos lingüísticos van acompañados de una imagen y sonidos adecuados, toma fuerza la acción manipuladora hacia el espectador ya que, para poder cautivar su sensación por ver, se hace juego con todos los recursos anteriormente mencionados, es decir con movimientos de cámara, efectos o sonidos que acompañen a la narrativa audiovisual.

Lo que permite al emisor del contenido actuar de una forma audaz en el envío de mensajes agresivos que capten la atención del televidente, e incidan en su deseo de seguir consumiendo lo que está viendo.

Todo esto en combinación con el lenguaje empleado, permite al receptor tener una percepción del mensaje que el emisor está enviando. A continuación, abordaremos acerca del mismo en el ámbito profesional.

1.1.5.5 El lenguaje periodístico

El lenguaje es una herramienta importante de comunicación entre las personas. Ya sea en cualquiera de sus formas, oral, escrito o gestual, comparten una misma función la cual es comunicar, y de ser un instrumento fundamental para la relación entre las personas. (Martínez M., 2012)

En el mundo del periodismo, según Mauricio Martínez, el lenguaje tiene como característica principal de ser pragmático, un sistema donde convergen el lenguaje en uso y las intenciones comunicativas, es decir el mensaje que se pretende dar al receptor, y que éste lo puede interpretar de diferentes maneras.

El autor Mauricio Martínez Rebollo en su libro Teoría del Periodismo, aporta una buena reflexión del periodista y catedrático Gonzalo Martín Vivaldi, la cual dice:

“Hablamos y escribimos para entendernos. Por tanto, el mejor lenguaje será el que con más facilidad lleve a otros lo que queremos decir, el que mejor descubra nuestro pensamiento o nuestros sentimientos”. (Martín, 2000)

El profesional de la comunicación para poder dirigir su mensaje, debe de utilizar un lenguaje particular y entendible, para todas las personas con distintos niveles culturales. Un mensaje claro y conciso, es el que debe procurar transmitir el periodista a través de sus contenidos.

Para elaborar un mensaje, el lenguaje a emplear no tiene que ser necesariamente escrito, podemos también recurrir a las otras formas de comunicación. Que a través de los códigos que está constituida, ya sean estas imágenes, sonidos, palabras o gestos, el receptor interpreta su significado.

Entonces podemos decir que, en el proceso, primero tenemos a un emisor interesado en expresar sus ideas, las cuales son ordenadas y elaboradas en forma de código anteriormente mencionado, para finalmente llegar a la transmisión de dicho mensaje mediante un tipo de lenguaje.

Para la construcción de un mensaje el periodista puede utilizar tanto un lenguaje verbal como un lenguaje visual. (Martínez M., 2012).

El lenguaje no únicamente es un sistema de signos (verbales, icónicos, de otro tipo) codificados y convencionales mediante el cual el ser humano se comunica, obteniendo resultados constatables y eficaces; no sólo es lengua instrumental y utilitaria del pensamiento. El lenguaje es más que lengua, más que facultad de comunicación resultado de cambios operados en las capacidades sensitivas, perceptivas y cognitivas. (Goyes, 2016)

1.1.5.6 Los paradigmas mentales

En cuanto a los paradigmas mentales la autora hace un análisis sobre el planteamiento que muchos jóvenes tienen hoy en día, el cual es que para ser o sentirse auténticos tienen que renunciar a todo aquello que se le ha sido inculcado por sus padres o maestros desde la infancia, adoptan conductas externas que ponen en tela de juicio los valores y costumbres con los que han crecido.

Queda más o menos así el enorme poder de los paradigmas mentales. De ahí que un manipulador sugiera que para ser autónomo en el obrar hay que dejar de ser heterónomo y no aceptar normas de conductas que vengan propuestas del exterior. (Martínez S., 2005)

1.1.5.7 Los planteamientos estratégicos

Los planteamientos estratégicos suponen al punto donde se pretende llegar a través de la influencia, a las sensaciones o susceptibilidad de las personas ante un escenario creado como realidad. Una buena toma o close up del centro de atención, acompañado de una melodía triste o de impacto, son los ingredientes perfectos para causar la empatía del televidente frente a la situación que está viendo.

Esto lo podemos observar a diario en todos los programas reality y sensacionalistas como de farándula, que, al momento de revelar intimidades o conflictos de personajes mediáticos, utilizan toda su artillería gráfica y audiovisual necesaria, para generar más polémica o drama a los espectadores.

Que se conmueva, se admire de la tragedia o dolor ajeno a través de la pantalla, es la finalidad del planteamiento estratégico.

1.1.5.8 Los procedimientos

Los mecanismos de manipulación empleados por los medios, son varios, según la autora éstos no siempre recurren a la mentira, basta con simplemente modificar un poco la realidad que se muestra, o presentarla incompleta. Otro procedimiento que se utiliza para dominar a los espectadores sin que lo perciban, es la de plantear sus contenidos cargados de intención ideológica.

No va más allá, se hacen afirmaciones contundentes, la propaganda diaria de esto ocasiona un cambio en la opinión pública, porque terminan aceptando lo que se afirma cómo algo que todos creen y están comentando.

La opinión pública es, con frecuencia, fruto de la redundancia desinformativa. Basta establecer un clima de superficialidad en el tratamiento de los temas básicos de la vida para hacer posible la difusión de todo tipo de falsedades. (Martínez S., 2005)

Los reality shows, por ejemplo, siempre quieren mostrar al público una “realidad” que a simple vista no es nada más que una situación ficticia creada, sin embargo, estas situaciones muchas veces van más allá de lo permitido.

Espectáculos, muestra en escena de los personajes con diminutos trajes, escándalos entorno a los conflictos que se suscitan en el set del programa, romances, y hasta la vida privada, son los aspectos que destacan más en este tipo de contenidos. Algunos dicen que todo lo expuesto al espectador forma parte de un show, otros mueren en su ley que es real, cuando muchas veces se ve todo lo contrario y hasta llevado al nivel de la exageración.

Real o no, la información o contenido que se emite al público deja mucho que decir, por el lenguaje audiovisual empleado y por la escasa calidad informativa o cultural que debería tener, muy aparte de entretener.

Si bien es cierto BLN la competencia se transmite en un horario para adultos, pero eso no quiere decir que no existe un conjunto juvenil que no lo vea, el cual indirectamente está siendo manipulado basándonos en las teorías que hemos tratado anteriormente.

1.1.6 Fundamentación psicológica

Kristina Lichmanova (2012), y otros, en un estudio realizado a nivel psicológico sobre la programación reality, también coinciden en que ésta influye y afecta a la población adulta ya que lo que se expone al televidente es una aparente realidad con la cual se identifica, y por ende capta su atención por seguir viendo.

Situaciones que como habíamos mencionado, cargadas de altas dosis de tragedia, exhibicionismo, sexualidad, y un lenguaje pobre e inapropiado son fundamentales para lograr el impacto y la atención esperada del público.

La televisión sabe qué es lo más efectivo para mantener y aumentar su audiencia: el impacto en el espectador. El impacto se refiere a una vivencia intensa de un estímulo inesperado que provoca cambios en el mundo interior de la persona a nivel cognitivo, emocional o psicosocial. (Lichmanova, Lloret, & Menárguez, Influencia de los “Reality shows” sobre las habilidades cognitivas en adultos, 2012)

Cabe destacar que este medio audiovisual ha sido fuente de información muy importante ya que permite conocer lo que sucede diariamente en el mundo. Sin embargo, con el pasar de los años ha venido decayendo su calidad informativa y de entretenimiento, al convertirse en un negocio donde el único objetivo es tener el mayor número de audiencia posible.

Se ha comprobado que el ser humano desarrolla su aprendizaje a lo largo de su vida, por ende, según las autoras a medida que pasa el tiempo, la persona va adquiriendo diferentes tipos de aprendizaje, uno de ellos es el vicario, el cual manifiestan que se logra a través de la observación de otras conductas.

En los programas reality siempre vamos a encontrar distintas conductas tachadas de anti valores por algunos, lo que detiene a las autoras a cuestionar bajo esta premisa, si estarían siendo influidas las personas gracias al aprendizaje vicario. Y que, de ser así, exista la probabilidad de que se vean afectadas sus habilidades cognitivas. (Lichmanova, Lloret, & Menárguez, Influencia de los “Reality shows” sobre las habilidades cognitivas en adultos, 2012).

Son muchos los estudios que se han realizado en cuanto a este tema con diferentes puntos en concreto, sin embargo, la mayoría de los autores coinciden en dos aspectos al tratar el éxito de estos programas: su rentabilidad y el poco riesgo que corren los canales de televisión al invertir en ellos ya que estos retornan excelentes beneficios económicos y de audiencia en gran número.

Los reality shows son utilizados también como base para la creación de otros espacios ya sea para exponer resúmenes de lo sucedido, notas, o debates. El éxito de estos programas anexos es también rotundo, ya que no se deja de abordar el eje principal de la temática que estamos tratando. (Normand, 2015)

1.2 Marco Conceptual

Ángulo: Cuando se habla de angulación o punto de vista se considera en ángulo imaginario que forma una línea que sale perpendicular al objetivo de la cámara y que pasa por la cara del personaje principal.

Según la angulación las posiciones pueden ser:

- **Cenital:** Desde la posición vertical superior al objeto o persona retratada. En posición Cenital, la cámara se encuentra enfocando en el suelo o lo que haya debajo.
- **Picada:** Es una angulación oblicua superior, o sea, por encima de la altura de los ojos y está orientada ligeramente hacia el suelo. Normalmente, el picado representa un personaje psíquicamente débil, dominado, inferior.

- **Normal o Ángulo neutro:** La posición de la cámara es a la altura de los ojos o si es un objeto es a una altura media paralela al suelo.
- **Contrapicada:** Con una angulación oblicua inferior, o sea, por debajo de la altura de los ojos y ligeramente orientada hacia arriba. El contrapicado normalmente representa un personaje psíquicamente fuerte, dominante, superior.
- **Nadir:** Es una posición de cámara desde la vertical inferior del objeto o persona.
- **Subjetiva:** La cámara muestra lo que el personaje está viendo.

Audiencia: Conjunto de personas que escuchan un programa de radio, ven un programa de televisión o acuden a un espectáculo.

Close up: Se refiere a hacer una toma cerrada de una parte (labios, ojos, nariz etc). Los detalles se agrandan al máximo y la carga emocional alcanza su punto álgido. También se denomina close up cuando se realiza encuadre central sobre una persona u objeto. Ello realmente permite dar más detalles sobre una parte de la escena, aunque no sobre la totalidad de la misma.

Conflicto: Factor de interés periodístico que se hace evidente cuando se presenta una lucha de contrarios.

Contenido: Significación de un texto o imagen, relacionado con el marco cultural que organiza el mundo en categorías dadas. Su importancia radica en que busca el sentido de todos los elementos presentes en un texto escrito o en una imagen, relacionándolas con el contexto.

Drama: Género literario teatral que tiene, como la tragedia, un conflicto efectivo y doloroso, ambientado en el mundo de la realidad con personajes menos grandiosos que los héroes trágicos y más cercanos a la humanidad corriente. Se incluyen el drama social, el drama poético, el drama histórico, el drama burgués, el drama rural, el drama épico y el drama religioso.

Erotismo: En la antigua Grecia, se utilizaba la palabra Eros para referir a la pasión o al deseo sexual. En la lengua española, el término erotismo connota y denota lo referido a la sexualidad, tanto en relación al mero acto sexual como a sus proyecciones.

Si hablamos de amor es una cuestión diferente tiene que ver con los sentimientos y lo espiritual, lo que va más allá de lo físico, aquí se mezclan conceptos del alma y la esencia humana, por el contrario, al hablar de erotismo hacemos alusión al placer, al deseo sexual y las relaciones sexuales y los placeres inmersos en ellas (Pérez & Merino, 2012).

Exhibicionismo: Es la inclinación de una exponerse en público, de forma espontánea llamativa y excesiva. El término también se refiere, específica y más convencionalmente a la conducta o perversión de mostrar los órganos sexuales y órganos considerados como partes íntimas: los genitales, glúteos, torso y pechos, a otras personas. Prurito de exhibirse. Perversión consistente en el impulso a mostrar los órganos genitales.

Lenguaje audiovisual: Es el que está compuesto por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que hacen posible esta particular manera de comunicación. Contiene elementos morfológicos, una gramática particular y determinados recursos estilísticos.

Plano: Los planos hacen referencia a la proximidad de la cámara a la realidad cuando se realiza una fotografía o se registra una toma.

Producción: El proceso de poner junto todo el contenido mediático para hacer un producto mediático terminado. También se puede referir al proceso de crear textos mediáticos, así como personas involucradas en este proceso.

Propaganda: Es la difusión y publicación de un contenido cuyo objetivo es influenciar y persuadir en el lector, oyente o espectador con un argumentaría concreto y sesgado.

Persuadir: Inducir, mover, obligar a alguien con razones a creer o hacer algo.

Rating: Es un término con varios usos. El más frecuente refiere a la cantidad de personas que está viendo un programa de televisión o escuchando un programa de radio. A mayor rating, mayor cantidad de gente consumiendo el medio de comunicación en cuestión.

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

Sensacionalismo: El problema principal que presenta el sensacionalismo es solo muestra la realidad a través de cosas o situaciones negativas por ejemplo golpes bajos, violencia, agresividad, situaciones de dolor y sufrimiento, catástrofes, etc. Esto genera en el público una mezcla de sensaciones que van desde los obvios dolor, tristeza o pena hasta los menos reconocidos como interés, fanatismo o búsqueda por seguir viendo el sufrimiento. Tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos.

Sexismo: Se denomina sexismo a la discriminación que se ejerce sobre un individuo por su sexo. Esto quiere decir que la persona es discriminada en un cierto ámbito ya que se considera que su sexo, por sus características, resulta inferior al otro. El término también alude a los prejuicios y a los estereotipos que pesan sobre mujeres u hombres por las condiciones que se le atribuyen a cada sexo.

Telebasura: El término telebasura se utiliza para definir una televisión caracterizada por el morbo, el sensacionalismo y el escándalo, con la firme intención de aumentar la audiencia televisiva y da un enfoque distorsionado de la realidad. Todo esto se lleva a cabo con la intención de convertir en espectáculo la vida de determinados personajes que, generalmente, se prestan a ser manipulados a cambio de la celebridad que les da la televisión o a cambio de contraprestaciones económicas.

Toxicomania: Hábito patológico de intoxicarse con sustancias que procuran sensaciones agradables o que suprimen el dolor.

Voz en off: La voz en off es esencialmente una voz que narra, describe o explica una escena. La mayoría de las veces está pregrabada, aunque no necesariamente, y no solo se utiliza en el mundo cinematográfico, sino también en televisión, radio y teatro.

Voyerismo: Es el trastorno psicosexual en el que el sujeto obtiene la excitación y el placer erótico observando clandestinamente a personas que se desvisten o están desnudas, o a parejas en actos sexuales. Los pacientes parecen totalmente ciegos, al menos respecto a una parte de su campo visual.

Telespectador: Persona que observa las imágenes transmitidas por el televisor y emitidas por los medios de comunicación audiovisuales.

Encubrimiento: Disimulo para mantener oculta la verdad.

Metamorfosis: Proceso de transformación o un cambio en la forma.

Influencia: Es cierta habilidad de poder ejercer cierto control sobre una persona o grupo de personas, esta puede ser positiva o negativas dependiendo de los resultados o del propósito de la misma.

Estereotipos: Es una imagen, idea o modelo que generalmente se asocia a un grupo social, que es atribuido a su aspecto, conducta, cualidades y habilidades.

Parrilla televisiva: Es la cantidad y disposición en el tiempo de los programas de un canal de televisión o una emisora de radio. Indica la hora de comienzo y fin de cada programa a lo largo del día. Los programas típicamente se repiten cada semana, por lo que una parrilla suele definirse semanalmente.

Crossfit: Es un tipo de entrenamiento físico que tiene como objetivo el desarrollo simultáneo de diez cualidades: agilidad, equilibrio, fuerza, coordinación, velocidad, potencia, precisión, fuerza, resistencia cardiovascular y flexibilidad.

1.3 Marco Legal

En este marco estableceremos los preceptos constitucionales, legales y doctrinales sobre la legislación ecuatoriana respecto, a la participación de los televidentes, presentadores y de los canales de televisión.

Ley Orgánica de Comunicación

El programa BLN, La Competencia, objeto del estudio, cumple con su clasificación de audiencia y franja horaria, establecido por la Ley de Comunicación (LOC), ya que se transmite a partir de las 22:30, horario para adultos, de acuerdo con el artículo 65, numeral 3:

Adultos.- Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.

Sin embargo, es necesario contrastar la misma LOC, en su artículo 8, que determina la prevalencia de tipo de contenidos que debe tener un medio de comunicación a la hora de transmitir sus programas, convirtiéndose, sobre todo, en difusores de valores. Sin embargo, el objetivo del programa, de acuerdo con sus productores, no apunta a la difusión de valores ni tampoco a difundir un contenido educativo o cultural, tal como lo dispone otro de sus artículos.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Constitución de la República del Ecuador

La actual Constitución de la República del Ecuador entró en vigencia el 20 de octubre de 2008, la cual establece los derechos, deberes y responsabilidades de todos los ecuatorianos y también forma parte del marco legal.

De acuerdo con su artículo 16, las personas tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. Sin embargo, destaca también la prevalencia de los tipos de contenidos antes mencionados en la Ley Orgánica de Comunicación.

Art.19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe también la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Sin embargo, cabe también destacar otro aspecto muy importante contemplado en la Ley Orgánica de Comunicación sobre los principios y derechos establecidos en su título capítulo I.

Art. 10.- 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.

Por otro lado, dentro de la misma Ley, se establecen las atribuciones que tiene El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación:

Art. 49.- Atribuciones. - El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación tendrá las siguientes atribuciones:

7. Elaborar estudios respecto al comportamiento de la comunidad sobre el contenido de los medios de información y comunicación.

Entonces, la pregunta es ¿qué tipo de aporte de carácter informativo, educativo o cultural brinda este programa a la juventud? Por tal razón, se hace necesaria la realización de un trabajo de investigación que tendrá como objetivo la aplicación de diferentes técnicas de investigación que servirán para delimitar las causas y efectos de esta problemática.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco Metodológico

2.1.1 Metodología de la Investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizará el método cuali-cuantitativo, con el que se realizará un estudio de la muestra seleccionada. El objeto de investigación en este proyecto es el programa BLN la competencia, su lenguaje, formato y su influencia en los jóvenes. El objetivo de este trabajo será sustentado con el análisis de carácter aleatorio de la población en cuestión, perteneciente a la parroquia Carbo Concepción, seleccionado para hacer las encuestas por ser un lugar de flujo masivo de personas.

2.1.1.1 Tipos de investigación

INVESTIGACIÓN CIENTIFICA

El método científico es un proceso investigativo que tiene como fin fundamentar el resultado de un estudio. Gortari (1981) lo amplía y explica que el método científico es una abstracción de las actividades que los investigadores realizan, concentrando su atención en el proceso de adquisición del conocimiento. Sin embargo, para Bunge (2004), es la estrategia de la investigación para buscar leyes.

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

El método de investigación cualitativa lleva a la recolección de información basada en comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para luego ser interpretados. Según Domínguez (2000), los métodos cualitativos consideran que el mundo social está formado de significados y símbolos, es por ello que la intersubjetividad es una pieza clave en la investigación cualitativa y punto de partida para captar reflexivamente la significación social. La investigación cualitativa es un intento de obtener una profunda comprensión de las definiciones y significados de la situación tal como la evidencian las personas. Para la ejecución de este trabajo, se hará uso de la misma, con el fin de obtener información de expertos que contribuirán a la sustentación de este proyecto.

Entre las personas que aportarán con la información está la productora de BLN La competencia, programa objeto de la investigación, Priscila Riera, y también el productor musical, Víctor García.

Para comprender la temática desde una óptica social, psicológica y legal, se cuenta con profesionales que aportarán con su análisis y experiencia en la elaboración de la presente investigación.

INVESTIGACION CUANTITATIVA

A diferencia de la información cualitativa, la cual genera información verbal no numérica que luego es analizada e interpretada, la cuantitativa se centra más en las cifras y en modelos estadísticos para llegar a una conclusión. Peñuelas (2010) expone que la investigación cuantitativa se basa en las causas o hechos del fenómeno social. El método cuantitativo utiliza como herramientas cuestionarios, análisis demográficos e inventarios los cuales producen números, los mismos que se pueden analizar estadísticamente con el objetivo de verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre variables definidas operacionalmente, Para presentar resultados se utilizan tablas estadísticas y análisis numérico.

Para efectos de la investigación, se empleará este tipo de investigación, la cual reafirmará el análisis tratado en el presente proyecto.

Se realizará encuestas a personas entre el rango de 18 a 25 años de edad, transeúntes del lugar descrito a inicios de este trabajo. Escogimos esa población por ser el target principal al que va dirigido el programa en cuestión. Según Sandhusen (2002), una encuesta es un conjunto de preguntas que permite obtener información relevante sobre un tema en común.

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Según Tamayo (2003), “la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos. Se la realiza sobre conclusiones dominantes o grupos de personas o cosas, funciona en presente”. Otra opinión similar la tiene Sabino (1992), quien afirma que la investigación descriptiva se enfoca sobre hechos y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Aquí la preocupación principal es descubrir alguna característica

fundamental de conjuntos homogéneos de fenómenos mediante la utilización de criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento pudiendo así obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada (Sabino, 1992).

En este trabajo será muy importante este tipo de investigación, ya que permitirá conocer la influencia mediática que tiene BLN La Competencia en los jóvenes y a que se debe esto. Para realizar la descripción y el análisis, se utilizará una ficha de observación en donde serán detallados dos programas emitidos el 10 y el 11 de enero de 2019.

2.1.1.2 Software que se utilizará

Después de aplicar los tipos de herramientas de investigación, fue necesaria la realización de un análisis para obtener las estadísticas para lo cual fue necesario utilizar programas como Microsoft Excel, Microsoft Word, SurveyMonkey.

- **Microsoft Excel:** Aquí se realizó la fase estadística de la investigación, donde se requirió la tabulación de datos, creación de tablas y gráficos.
- **Microsoft Word:** Se utilizó para realizar la narrativa de trabajo.
- **Asesoría Económica y Marketing:** Este programa se utilizó para el cálculo del tamaño de muestra, dato requerido para conocer el número de los individuos a encuestar.

3.4 El formato y lenguaje del programa

Para analizar el programa de BLN La Competencia, se registraron los detalles relevantes en una ficha de observación de dos programas emitidos el jueves, 10 de enero de 2019 y el viernes, 11 de enero de 2019.

Una ficha de observación se diseña dependiendo del objeto o fenómeno a observar y consiste en un registro válido, confiable y detallado de la conducta o comportamiento de algo (Hernández & Fernández, 2003).

Los parámetros que se midieron en esta ficha de observación son: el tipo de lenguaje que se utiliza en el programa, además de identificar si es de doble sentido, si son jergas populares, si los participantes hablan en tono agresivo, además de analizar si tienen un mensaje positivo, si difunden valores humanos y qué tipo de discurso se utiliza.

El día jueves, 10 de enero de 2019 se obtuvo información la cual está registrada en la tabla 3 que representa a la primera ficha de observación.

Tabla 3 Ficha de Observación (BLN La Competencia-Bloque 1-10/01/2019)

FICHA DE OBSERVACION-TV. PROGRAMA BLN, LA COMPETENCIA										
BLOQUE 1 (QUIEN ES EL AMOR DE YULEISI COCA EN LA PRUEBA DEL POLÍGRAFO) 10/01/2019										
PARÁMETROS	Nombre del segmento:	BLN	FECHA:	10/01/2019	HORA:	23H00	Nombre del observador:			
LENGUAJE	JERGAS POPULARES	DOBLE SENTIDO	AGRESIVO	MENSAJE POSITIVO (SÍ O NO)	VALORES HUMANOS (SÍ O NO CUALES)	ANÁLISIS DEL DISCURSO	PERSONAJES			
							CARACTERÍSTICAS VESTIMENTA			
¿QUÉ EXPRESIÓN?	LOCO	SI	SI	NO	SI	DIÁLOGO COLOQUIAL Y FRÍVOLO	PRESENTADOR	PRESENTADORA	PARTICIPANTES	
FRECUENCIA: CUÁNTAS VECES	7			NO			TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	
¿QUIÉN LO DICE?	(PARTICIPANTE VINCENT)			NO			SEMIFORMAL PANTALÓN AZUL	SEMIFORMAL	TRAJES DEPORTIVOS DE COLORES	
							CAMISETA NEGRA RELOJ ROLEX ZAPATOS NIKE NEGRO	VESTIDO NEGRO ZAPATOS NEGRO	AZUL Y NEGRO ROJO Y NEGRO	

Fuente: BLN, La Competencia

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Tabla 4 Ficha de Observación (BLN La Competencia-Bloque 2-10/01/2019)

FICHA DE OBSERVACION-TV. PROGRAMA BLN, LA COMPETENCIA										
BLOQUE 2- 10/01/2019										
PARÁMETROS	Nombre del segmento:	COMPETENCIA FÍSICA	FECHA:		HORA:		Nombre del observador:			
LENGUAJE	JERGAS POPULARES	DOBLE SENTIDO	AGRESIVO	MENSAJE POSITIVO (SÍ O NO)	VALORES HUMANOS (SÍ O NO CUALES)	ANÁLISIS DEL DISCURSO	PERSONAJES			
							CARACTERÍSTICAS VESTIMENTA			
¿QUÉ EXPRESIÓN?	ATACADA	SI	SI	SI	SI	DISCURSO COLOQUIAL Y FRÍVOLO	PRESENTADOR	PRESENTADORA	PARTICIPANTES	
FRECUENCIA: CUÁNTAS VECES	2			NO			TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	
¿QUIÉN LO DICE?	(PARTICIPANTE VINCENT)			NO			SEMIFORMAL PANTALÓN AZUL	SEMIFORMAL	TRAJES DEPORTIVOS DE COLORES	
							CAMISETA NEGRA RELOJ ROLEX ZAPATOS NIKE NEGRO	VESTIDO NEGRO ZAPATOS NEGRO	AZUL Y NEGRO ROJO Y NEGRO	

Fuente: BLN, La Competencia

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

El día viernes, 11 de enero de 2019 se obtuvo información, la cual está registrada en la tabla 5 que representa a la segunda ficha de observación.

Tabla 5 Ficha de Observación (BLN La Competencia-Bloque 1-11/01/2019)

FICHA DE OBSERVACION-TV. PROGRAMA BLN, LA COMPETENCIA									
BLOQUE 1- 11/01/2019									
PARÁMETROS	Nombre del segmento:	COMPETENCIA FÍSICA	FECHA:		HORA:		Nombre del observador:		
LENGUAJE	JERGAS POPULARES	DOBLE SENTIDO	AGRESIVO	MENSAJE POSITIVO (SÍ O NO)	VALORES HUMANOS (SÍ O NO CUALES)	ANÁLISIS DEL DISCURSO	PERSONAJES		
							CARACTERÍSTICAS VESTIMENTA		
¿QUÉ EXPRESIÓN?	LÁMPARA	SI	SI	SI	SI	DISCURSO COLOQUIAL Y FRÍVOLO	PRESENTADOR	PRESENTADORA	PARTICIPANTES
FRECUENCIA: CUÁNTAS VECES	7			NO			TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS
¿QUIÉN LO DICE?	(PARTICIPANTE JC PALMA)						SEMIFORMAL PANTALÓN AZUL	SEMIFORMAL	TRAJES DEPORTIVOS DE COLORES
							CAMISETA NEGRA RELOJ ROLEX ZAPATOS NIKE NEGRO	VESTIDO AZUL ZAPATOS BLANCOS	AMARILLOS AZULES

Fuente: BLN, La Competencia

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Tabla 6 Ficha de Observación (BLN La Competencia-Bloque 2-11/01/2019)

FICHA DE OBSERVACION-TV. PROGRAMA BLN, LA COMPETENCIA									
BLOQUE 2- 11/01/2019									
PARÁMETROS	Nombre del segmento:	COMPETENCIA FÍSICA	FECHA:		HORA:		Nombre del observador:		
LENGUAJE	JERGAS POPULARES	DOBLE SENTIDO	AGRESIVO	MENSAJE POSITIVO (SÍ O NO)	VALORES HUMANOS (SÍ O NO CUALES)	ANÁLISIS DEL DISCURSO	PERSONAJES		
							CARACTERÍSTICAS VESTIMENTA		
¿QUÉ EXPRESIÓN?	PREOCUPADA	SI	SI	SI	SI	DISCURSO COLOQUIAL Y FRÍVOLO	PRESENTADOR	PRESENTADORA	PARTICIPANTES
FRECUENCIA: CUÁNTAS VECES	2			NO			TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS
¿QUIÉN LO DICE?	(JURADO CARLOS MÉNDEZ)			NO			SEMIFORMAL PANTALÓN AZUL	SEMIFORMAL	TRAJES DEPORTIVOS DE COLORES
							CAMISETA NEGRA RELOJ ROLEX ZAPATOS NIKE NEGRO	VESTIDO NEGRO ZAPATOS NEGROS	AZUL Y NEGRO ROJO Y NEGRO

Fuente: BLN, La Competencia

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Análisis de la ficha de observación

El programa BLN La Competencia empezó siendo un concurso de baile, el cual se llamaba “Baila la noche” que era conformado por reconocidos personajes que competían en las diferentes disciplinas de baile y así obtener el premio que era destinado a fundaciones de ayuda.

Sin embargo, en 2014 cambió su nombre a BLN la competencia estando a la par con los demás canales que tenían en sus parrillas programas de competencia. BLN está conformado por dos grupos, los cuales se denominan Vengadores y Fantásticos, por cada reto que logren superar acumulan puntos para poder ganar el premio.

Sin embargo, a diferencia de los programas que actualmente en el país ya salieron del aire, BLN tiene contenido sexual y anti valores juzgados por algunos expertos (sociólogo y sicólogo), a pesar de transmitirse a las 22:30 de la noche siendo un horario para adultos.

Según Buganza (2019), un formato televisivo es el conjunto de elementos técnicos e intelectuales dirigidos a la realización de un programa de emisión pública y periódica con una estructura narrativa, unos personajes y unos elementos escénicos comunes para todas las emisiones, normalmente expresados en un documento. Mientras que Saló (2003) describe al formato televisivo como el desarrollo de una serie a través de elementos audiovisuales y de contenidos utilizados para un programa. El formato es el que diferencia un programa de otro, y Carrasco (2010) lo define como un conjunto de características formales para un programa determinado que posee una distinción y diferenciación respecto a otros programas.

BLN La Competencia es un programa que contiene un formato muy variado. Un día está estructurado solo con baile, combinado con competencias físicas, otro con competencias y humor y otro solo con competencias, donde los participantes compiten a diario en distintos circuitos y demuestran sus destrezas físicas y mentales. Aquí prima la polémica por diversos motivos (rupturas amorosas, engaños entre parejas, peleas por diferencias personales, peleas por liderazgo, poca empatía entre los miembros, mentiras, trampas, etc.), y en algunos casos los participantes llegan a los gritos.

Sin embargo, la esencia de este programa, a más de la competencia, está en tratar los conflictos de los participantes y en ocasiones se los trata con un tiempo excesivamente prolongado para fomentar el morbo de la teleaudiencia, por darle seguimiento minuto a minuto al conflicto. También los desnudos y escenas provocativas son utilizados aquí ya que su horario lo permite.

El lenguaje utilizado en el programa es claramente coloquial e informal con expresiones cotidianas que se escuchan diariamente en la jerga guayaquileña. Aquí los participantes tienen una fuerte inclinación al hablar en sentido ambiguo o lo que se conoce coloquialmente como el doble sentido.

En algunos casos ciertos participantes, dependiendo de la situación, utilizan un lenguaje agresivo acompañados de un lenguaje corporal similar, esto ocurre principalmente durante las competencias de habilidades cuando no están de acuerdo con algún resultado obtenido.

El mensaje emitido en BLN, en algunos casos, llega a ser positivo cuando expresa compañerismo. Sin embargo, en otros resulta negativo cuando se transmiten situaciones como intrigas, críticas, o está destinado a crear conflictos, no sin destacar que el programa fomenta el compañerismo, aunque se han emitido programas, como es el caso del episodio transmitido el 10 de enero de 2019, que se centra en la atracción de los participantes hacia Yuleisi Coca, exponiendo este asunto sentimental como el tema principal.

Referente a la manera en que se visten los presentadores y participantes, se pudo evidenciar que quienes usan un vestuario más revelador son las mujeres, donde destacan blusas, faldas y pantalones cortos; en algunos casos utilizan escote pronunciados. Básicamente existen dos tipos de vestuarios de los participantes: un vestuario deportivo utilizado en las competencias de destreza física que es el uniforme de los Vengadores (Rojo y Negro) y Fantásticos (Azul y Negro), y otro que suele ser el que utilizan en las presentaciones de baile y demás. El vestuario de los presentadores Karin Barreiro y Carlos José Matamoros es más formal, lo que los destaca de los demás participantes.

El éxito de este programa al parecer se basa en su discurso. BLN La Competencia presenta temas de atracción para la teleaudiencia como son las relaciones que existen entre los jóvenes concursantes. Otro factor importante son los segmentos como competencias físicas que rayan

en lo extremo, algunos bailes sensuales, provocativos y otros llenos de destreza y agilidad, segmentos de humor y otros destinados a las exposiciones de conflictos emocionales de los participantes como el observado el día 10 de enero de 2019, el cual se llamó “Quién es el amor de Yuleisi Coca”.

En este, los participantes masculinos de BLN la Competencia e incluso el presentador Carlos José Matamoros, ex esposo de la concursante, fueron sometidos a una prueba del polígrafo en vivo en donde las preguntas fueron si ellos se sentían atraídos por la concursante y si se le declararían (esta última hacía alusión a tener con la misma un romance serio y formal). En el programa se vio que la mayoría negaba ambas preguntas, pero el polígrafo revelaba lo contrario. Este es un claro ejemplo de este tipo de segmento.

A parte de los recursos televisivos antes mencionados, existen otros como el tipo de iluminación, el audio (tipos de música, efectos sonoros, y la nitidez de los mismos), la narración que realizan los presentadores, en este caso Karin Barreiro y Carlos José Matamoros, ellos detallan efectivamente una derrota, una victoria o el conflicto personal de algún concursante.

2.1.2 Entrevistas

El programa tiene en cuenta cómo es el público al que quiere llegar conoce sus gustos, deseos y necesidades, y las plasma en la pantalla.

Para comprender el impacto o la influencia mediática que tiene BLN La Competencia fue necesario realizar entrevistas a personas de distintos campos con el objetivo de contrastar opiniones diversas sobre la temática tratada.

Según Nahoum (1961), una entrevista es un encuentro cordial y privado, donde una persona pregunta y otra responde relatando lo hechos o sucesos sobre un tema específico. Por su parte, Taylor y Bogan (1986) afirman que una entrevista consiste en varios encuentros cara a cara entre un entrevistador y sus entrevistados o informantes, de los cuales se obtiene información sobre la opinión o perspectiva que tienen estos sobre un tema en particular.

Entrevista a Priscila Riera

Tabla 7 Datos de Priscila Riera

Nombre:	Priscila Riera
Profesión	Productora
Cargo:	Productora de BLN La Competencia
Lugar de Trabajo	Canal Uno

Fuente: Priscila Riera

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

La primera entrevistada fue a Priscila Riera, actual productora de BLN La Competencia, que está al aire desde el 2014. Riera explicó que el programa originalmente se llamaba Baila La Noche y poseía un formato original de competencia de baile individual. Sin embargo, con el auge de programas de competencia, como Combate y Calle 7, se decidió darle un giro y formar equipos. Los nombres +escogidos fueron Vengadores y Fantásticos, actualmente a más de baile existen pequeños juegos de habilidad, batalla de humor, retos en exteriores, duelos individuales, etc.

La productora detalló que cada segmento tiene su público. Por ejemplo, a las amas de casa les gusta los shows de baile y los contenidos que se generan; a los jefes de hogar les gusta mucho la competencia, mientras que los adolescentes disfrutan de las batallas de humor al igual que los niños, por lo que descartó que el programa sea de “farándula rosa”.

Respecto al público al que va dirigido, explicó que es un programa multitarget (jefes de hogar, amas de casa, jóvenes, adolescentes y niños), sin embargo, reconoció que el horario de transmisión es de categoría C, es decir para público adulto, ya que se transmite de 22h30 a 00h00, por tanto, resaltó que es responsabilidad de los padres supervisar lo que ven los niños, haciendo referencia al segmento de Sexy Dance.

El programa, según Priscila Riera, proporciona entretenimiento y diversión, y los participantes son seleccionados de acuerdo con una personalidad con la que el público se identifique, como el líder, el divertido, el enamorado, el romántico, el competitivo, etc.

Otro detalle que dio a conocer es que el reality show es cien por ciento real, aunque cada programa es planificado. Respecto a la última presentación “sexy dance” de los concursantes Bryan Ramos y Sara Toscano, comentado por su puesta en escena subida de tono, sostiene que fue muy profesional y es igual que cualquier otro show de baile de cualquier participante dentro del programa.

Entrevista a Víctor García

Tabla 8 Datos de Víctor García

Nombre:	Víctor García
Profesión:	Productor
Cargo:	Productor de BLN La Competencia
Lugar de Trabajo	Canal Uno

Fuente: Víctor García

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

El segundo entrevistado fue otro de los productores de BLN La Competencia. Se trata de Víctor García, quien considera que BLN La Competencia influye en los jóvenes, es más comenta que de eso se trata. Afirma que el programa debe influir en los jóvenes, pero no de una manera real. Está consciente que los participantes no deben ser un modelo a seguir por parte de los jóvenes, ya que el objetivo del programa es “entrenar no educar”.

Respecto a los enfrentamientos que suceden en el programa o cómo se manejan, García menciona que tienen a dos excelentes animadores con tres años de experiencia y, a su vez, al director general del programa, quienes han logrado calmar los ánimos en los momentos adecuados y saben qué decir cuando un participante está molesto para evitar que falte el respeto al jurado o a sus otros compañeros.

Con respecto a otros programas que ya no están al aire, como Calle 7 o Combate, opina como televidente. En el primer caso, considera que era un programa netamente de competencia física, pero que al final empezó a “copiar” el formato de B.L.N incluyendo el baile que ellos no lo hacían en el principio. Sin embargo, afirma que no les funcionó porque el formato de ellos no era así y por tratar de copiar a otros, no le fueron fiel al formato original, lo que pudo haber generado que saliera del aire.

Con respecto a Combate, compara que era muy parecido a B.L.N, pero era mucho más juvenil e infantil, es decir eran parecidos, pero con públicos objetivos muy diferentes, pues ellos sí censuraban, por ejemplo, escenas, mientras BLN por el horario sí puede permitir.

García explica que Baila la Noche era un reality de baile entre famosos, pero fueron probando ciertas cosas hasta que se cambió totalmente el programa, como la escenografía y el formato, aunque se mantuvieron los participantes y los animadores.

En su tercera temporada, Baila la Noche tuvo un elenco bueno. De hecho, comenta que tuvo tres temporadas, pero dentro de la tercera empezaron a experimentar con ellos, los jóvenes no solo bailaban por lo que tenían que ir al canal todos los días, no como en las temporadas anteriores que solo iban cuando les tocaba concursar en el baile.

García agrega que los participantes tenían que llegar bailen o no bailen. Entonces comenzaron a hacer juegos, pero muy sencillos, como preguntas y respuestas, “sketches” cómicos, y pruebas de baile sacándose una pieza. Así empezó todo.

Un día el director del programa, Jean Paul, dispuso probar una semana sin baile y los chicos recibieron uniformes. Tras ello, los dividieron en dos equipos: fantásticos y vengadores, que se mantienen hasta la actualidad y se hicieron concursos de juegos, acota el productor. En esa temporada no hubo una final. Los uniformes eran muy básicos (top de algodón y short para las chicas y una camiseta sin mangas de algodón y una pantaloneta para los chicos) y sin dibujo sin escudos porque se hizo para una semana, entonces al correr de la semana el programa se seguía llamando Baila la Noche no Baila la Noche La Competencia o BLN La Competencia, pero los chicos no bailaban, por eso y el factor audiencia y de los chicos, decidimos cambiar, además el canal no tenía un reality show de competencia en equipos. Habían estado haciendo 3 años reality shows de baile como Báilalo entonces no arriesgamos, pero la gente le gusto y el director decidió arraigarse al 100% y se compró los equipos y se cambió el nombre y la escenografía.

En el caso de la salida del aire de otros programas y el futuro de BLN La Competencia, Víctor García comenta que llegará un momento, ya sea que cambie todo el elenco, los animadores, y productores, el televidente empezará a pedir algo nuevo, por lo que están conscientes de

que tal vez en uno o dos años ya no habrá B.L.N, sobre todo por la llegada de internet y Nexflit.

El televidente tiene más opciones para ver televisión y sobre todos con las nuevas plataformas pueden ver programas desde cualquier parte del mundo, a cualquier hora, ya está grabado. El mundo está cambiando, tal vez Ecuador no esté avanzando tan rápido, argumenta, y por eso no se están preocupando.

García acota que no está totalmente comprobado que el formato anterior sea mejor porque definitivamente se sigue mostrando baile en el programa, pero con otras cosas. “El actual formato de BLN es perfecto porque permite hacer muchas cosas, como un día solo baile y al siguiente día solo competencia o al siguiente día mezclarlo, hacer cosas de humor”, precisa.

Respecto al segmento del “Sexi Dance”, algunas veces subido de tono, el productor explica que más allá del mismo, incluso cuando el programa se llamaba Baila la Noche, se hacían ese tipo de puestas en escena, ya que antes no había la Ley Orgánica de Comunicación y los chicos hacían las cosas mucho más sensuales o “más pícaras” de lo que se hace actualmente. Sin embargo, cuando se aprobó la Ley de Comunicación se cambió el formato de Baila la Noche a BLN La Competencia. En la primera temporada de BLN la Competencia, los chicos solo competían, no bailaban.

En Baila la Noche, la Competencia era individual entonces entraba 13 y 14 famosos y todas las semanas todos competían en baile solamente bailaban y quedaba un solo campeón y el formato cambio a BLN La Competencia donde se hicieron equipos.

Víctor García considera que el programa es más visto debido al formato, contiene segmentos de baile, humor y competencias, además situaciones personales y románticas de los participantes, aunque sostiene que ellos no hacen farándula hacen entretenimiento, y aunque la farándula también entretiene es otro formato.

Víctor García sostiene que la base de un reality es la relación entre los participantes, no solo relaciones amorosas. El televidente, quiere ver, por ejemplo, las peleas entre pareja y en qué termina la disputa. Según su opinión, todos los programas de la televisión ecuatoriana han incluido las relaciones, ya sean amorosas, de peleas porque a la gente le gusta.

Asegura que el sensacionalismo es parte de los reality shows, pero el amarillismo no, son dos cosas diferentes y reitera que el horario está dirigido a un público adulto (10:30 p.m.) y no es un horario para niños, quizá para un adolescente.

García manifiesta que el 100% de lo que ocurre en el programa es real. No se les dice qué hacer, pero también considera que hay actividades que se tienen que hacer para entretener a las personas. Pone de ejemplo que, En Contacto, de Ecuavisa, es un programa matinal, pero lo adornan. Lo hacen un show, que no es nada malo.

“Pero el show qué es, es lo que vas a mostrar, esa es la definición de la palabra show. En Contacto, aparte de su contenido normal, realiza un reality de baile entre los animadores o tiene un segmento de farándula”, resalta tras comparar que eso es lo que pasa en BLN La Competencia. Al principio de la temporada no compiten mucho, bailan, hacemos cosas de integración, cosas más divertidas, en medio de la temporada a veces hacen competencia de baile individual y a veces entre equipos.

Respecto al contenido sexual, comenta que el problema con nuestra sociedad es que lamentablemente tienen doble moral: la cara de la gente que le gusta ver las cosas y la gente que ve lo negativo. Por lo que asegura que como medio televisivo siempre estarán expuestos a comentarios y que el televidente tiene toda la libertad de cambiar de canal si no le gusta el contenido. Como es el caso de Sara Toscano, quien realizó un baile sexi, lamentablemente, afirma, ella está en el ojo del huracán por varias cosas, pero es muy profesional, además le incomoda que cada vez que se realiza un baile sexy existan comentarios, cuando según su criterio no se ha visto nada negativo y cada persona es libre de vivir su vida.

Las labores sociales forman parte también de las actividades que realizan los integrantes del reality. Por ejemplo, cuando un colegio tiene un programa, puede solicitar al canal que envíen a los chicos para que participen y ellos lo hacen.

Entrevista a Lili Larrea

Tabla 9 Datos de Lili Larrea

Nombre:	Lili Larrea
Profesión:	Psicóloga
Cargo:	Docente
Lugar de Trabajo	Universidad de Guayaquil

Fuente: Lili Larrea

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

La Psicología como ciencia estudia los procesos mentales, las sensaciones, las percepciones y el comportamiento del ser humano, en relación con el medio ambiente físico y social que lo rodea. Por eso para comprender la influencia mediática de BLN La Competencia, es necesario comprender cómo influye a nivel psicológico, para lo cual se entrevistó a la especialista Lili Larrea.

La profesional explica que este tipo de programas son modelos a seguir generalmente por los adolescentes y los jóvenes, porque identifican con sus protagonistas, cuyo rango de edad es similar. La juventud siempre anda en busca de algo, dice Larrea, y cuando se presentan estos reality shows, lo único que ellos hacen es copiar su vestuario, su manera de ser, su carácter para hacerse notar y ser alguien en la sociedad.

Por ello, el grupo específico más susceptible a la influencia de este tipo de programas, son los adolescentes, considera Larrea, ya que ellos buscan modelos a seguir y luego vienen los jóvenes de 18 a 25 años que ya tiene su personalidad un poco más formada, pero ellos siguen viendo a los protagonistas de estos programas como modelos actuales, y al verlos les gusta porque dicen que así es la sociedad.

Según Lili Larrea, la motivación principal para ver este tipo de programas es el morbo, por ver qué es lo que pasa entre ellos, por el masoquismo ya que en estos programas a veces hay mucha violencia, quieren ver el programa para ver cómo se tratan y como son las relaciones entre ellos.

El fin de estos programas es la publicidad, vender productos y los participantes buscan hacerse famosos, porque hay personas que nunca han sido nada en la vida y entran a este tipo de programas valiéndose de cualquier cosa para serlo, analiza Larrea.

Según la entrevistada, una de las razones del éxito de estos programas es que sirven para que los jóvenes pasen el tiempo, se liberen del estrés. Es una manera de ser lo que ellos no han sido, porque muchas veces ven el programa deseando ser así, pero hay muchas restricciones, muchos estereotipos, muchos roles que no los dejan ser así y esa es la manera de identificarse con ese tipo de personajes.

Desde el punto de vista de la Psicología, los jóvenes imitan este tipo de conducta porque estos programas les sirve como modelo a seguir, de aprendizaje con conductas negativas, conductas erróneas que hace que la juventud los vea y diga eso es lo que yo tengo que hacer, y sigue el mismo lenguaje, el mismo comportamiento y muchas veces utilizan la misma ropa, también adquieren expresiones, algunas sumamente vulgares, resalta.

Lili Larrea pone de ejemplo que muchas veces las jóvenes se deprimen y le dicen que necesitan ser así o no serán aceptadas, o alumnos, que son en el curso brillantes y tienen un lenguaje adecuado, toman otras actitudes fuera del aula, como decir vulgaridades por ver esos programas.

Las conductas negativas, añade la especialista, que suelen adoptar los jóvenes por seguir esta clase de programas son conductas vulgares y pueden llegar a ser, en algunos casos, violentas contra su pareja. “Se puede ver que la cantidad de femicidios, las conductas que hay en las relaciones disfuncionales se han acentuado en la familia, porque ellos ven en la televisión y en los programas este tipo de conducta, estas relaciones malas que hay entre sus pares y lo copian porque ellos piensan que está bien”, remarca.

Una característica principal de los reality shows es el sensacionalismo o exhibicionismo y según Larrea esto se debe a que son programas que venden. Por ejemplo, si se pone un programa de cultura con la gente demasiado cubierta, puede ser que la gente apague la televisión, pero mientras más se descubran tanto hombres como mujeres y tengan un físico sobresaliente lógicamente, las personas continúan viendo el programa.

A los directivos no les interesa el efecto negativo que pueda tener en los adolescentes, los jóvenes, las familias, lo importante para ellos es la generación de ingresos, el marketing, el rating y mientras más se desnudan, más usan el lenguaje violento, más rating tienen, resalta.

La psicóloga explica que la presencia de exhibicionismo y contenido sexual explícito podría afectar a los jóvenes, ya que lo que hace es desvirtuar el concepto de la educación sexual. Entonces, piensan que mientras más se exhiban, más se muestran, más mal se tratan o utilicen comportamientos de violencia o comportamiento en el que puedan hacer daño a sus pares, es mejor, razón por la cual ellos seguirán estos tipos de modelos. “Estos programas destruyen lo que es el ser humano, por eso es que ahora las chicas están muy perdidas en cuanto a su identidad”, concluye.

Entrevista a Robert Párraga

Tabla 10 Datos de Robert Párraga

Nombre:	Robert Párraga
Profesión:	Sociólogo
Cargo:	Docente
Lugar de Trabajo	Universidad de Guayaquil

Fuente: Robert Párraga

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

La Sociología se encarga de analizar cómo está estructurada y cómo funciona la sociedad humana o población, es decir, su análisis se centra en los fenómenos colectivos que se producen por la interacción social propia del ser humano.

Para realizar dicho análisis se debe tener en cuenta el histórico-cultural en el que se encuentra inmerso la sociedad y cómo el programa BLN La Competencia tiene influencia sobre la psiquis de los individuos. Para ello, fue necesario analizar desde la preceptiva social la influencia que tiene dicho programa y se entrevistó al sociólogo Robert Párraga.

El especialista expone que desde el punto de vista de la Sociología, los jóvenes tienen el deseo de llamar la atención, de trascender, por eso buscan a través de programas que generen este impacto, como volverse famoso y conseguir un ingreso.

El éxito de este tipo de programas radica en el hecho de que las personas dedican horas de ocio frente al televisor para ver todo lo que ofrece la televisión nacional y se crean falsas figuras de semi-famosos. Como resultado de este fenómeno, la gente no invierte adecuadamente sus horas de ocio, sino que se sienta frente a la televisión a consumir todo lo que se ofrece, considera Párraga.

El especialista en Sociología acota que el objetivo principal de este tipo de programas es comercial. Se basa en captar audiencia ya que, si hay audiencia y lo demuestra, tiene publicidad, y si tiene publicidad, tiene financiamiento, ingresos y ganancias.

En la sociedad y sobre todo en los jóvenes, explica Párraga, este programa influye negativamente, ya que se crean estereotipos, patrones o modelos falsos de gente que se convierten en ejemplos a seguir. Para los jóvenes, dice, un chico de un reality debe ser musculoso, estar a la moda, ser atractivo, moverse bien, estar lleno de lujos y ganancias.

Pero la vida práctica no es así. Manifiesta que se crean falsos modelos que afectan a la sociedad, ya que estos jóvenes no aportan mucho ni a la sociedad ni en la vida de nadie, ya que viven su vida, hacen lo que les da la gana, tienen contratos de publicidad, aparecen en vallas publicitarias, eventos y de esta forma logran tener fama y dinero, creando una imagen falsa para nuestra juventud.

La razón principal para que los jóvenes en particular se sientan atraídos por este tipo de programas es porque idealizan a los protagonistas de los reality y se proyectan de esa manera. Creen que es el estado ideal de un joven y los convierte en parte de su familia, de las redes sociales y están pendientes de lo que ellos hacen. “Es más bien el deseo de ser como ellos, que de sentirse identificados con ellos”.

Los programas reality han sido hasta la fecha bastante analizados. Sin embargo, pese a que algunos han salido de la TV nacional, aún existe el rechazo de la sociedad por el tipo de contenido que brindan.

Para Párraga, los medios obedecen a los intereses de sus dueños, los contenidos de los programas no son objeto de ellos sino del rating. Si el rating es alto, el programa va y el contenido es lo de menos. “Nadie va a actuar mientras a los dueños les interese pactar publicidad a costa de cualquier contenido en su programa”.

Analiza que este tipo de programa fomenta antivalores, además de la fama un estilo de vida y un prototipo de jóvenes que no corresponden a nuestra realidad. Según Robert Párraga, el nivel sociocultural de las personas no influye tanto como el nivel educativo de la sociedad. “Una sociedad educada no es impuntual, no roba, no comete actos de corrupción, es respetuosa. Una sociedad bien educada no mira programas basura, se educa permanentemente y busca su superación, pero en la tan escasa educación que tiene nuestro país, no creo que se puede aspirar a que la televidencia sea capaz de discriminar los programas por su contenido”.

Según su criterio, estos programas no aportan en nada, son para el ocio y para el entretenimiento. La gente quiere ver una programación que venda carne, que venda sensualidad, que venda problemas, escándalos y todo ese tipo de sensacionalismo que trae este tipo de programas. “Creo que aporta nada más al bolsillo del dueño del canal”.

Entrevista a Eduar Candelario

Tabla 11 Datos de Eduar Candelario

Nombre:	Eduar Candelario
Profesión:	Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador
Cargo:	Docente
Lugar de Trabajo	Universidad de Guayaquil

Fuente: Eduar Candelario

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Para analizar el cumplimiento de los códigos deontológicos por parte del medio de comunicación a la hora de transmitir el programa, se consultó al abogado Eduar Candelario. El profesional explica que con la aprobación de la Constitución de 2008 se reguló el contenido especificado en los artículos 18 y 19 que dieron paso al tema de responsabilidad ulterior.

Posteriormente, se creó la Ley Orgánica de Comunicación, que regula a los medios de comunicación y determina horarios y qué tipo de público pueden ver estos programas, por lo que considera una buena medida.

Por ello, destaca que los programas como BLN La Competencia no pueden ser transmitidos en horario familiar, porque hay uno determinado por la LOC, que es para público adulto y solo debe ser vista por ellos, horario que es cumplido por el programa en mención, pero que es vista no solo por adultos sino también por adolescentes y en algunos casos niños, de acuerdo con sus productores.

Cuando un participante emita un comentario o se comporte de manera inapropiada será sancionado, pero también el canal es responsable ya que existe la responsabilidad solidaria, la cual responsabiliza al canal por emitirlo.

Candelario explica que la responsabilidad ulterior es sancionada de acuerdo con la Ley de Comunicación una vez que una persona sea un personaje público. En este caso, un chico reality de un programa como BLN la competencia podría ser sancionado, debido a que la responsabilidad ulterior es aquella que contraviene la Constitución y a otras leyes, en este caso a la LOC. Igualmente, la responsabilidad ulterior se centra en el impacto o, en este caso, de un comentario que influya a nivel nacional, además comenta que los programas como BLN La Competencia no pueden ser transmitidos en horario familiar, debido a que su contenido es exclusivo para el público adulto.

Análisis de las entrevistas

Priscila Riera al igual que Víctor García coinciden en que el programa es de entretenimiento más no se trata de un programa educativo, pese a esto reconocen la influencia que tiene BLN La Competencia en las masas, pero toman esto como algo positivo.

Por su parte la psicóloga Lili Larrea y el sociólogo Robert Párraga manifiestan su preocupación por este tipo de programas televisivos y una influencia en la juventud, ellos afirman que, si influye de manera negativa en la juventud, ya que los jóvenes de entre 18 y 25 años son el segundo grupo más propenso a ser influenciado después de los adolescentes.

Respecto a la normativa legal que rige a los medios de comunicación el abogado Eduar Candelario afirma que mediante la responsabilidad ulterior existe la posibilidad de sancionar

a cualquiera de los integrantes de BLN La Competencia e incluso al canal, cuando se transmitan comportamientos o palabras inadecuadas.

2.1.3 Encuestas

Para estudiar la influencia de BLN la Competencia en los jóvenes de 18 a 25 años en la ciudad de Guayaquil, parroquia Carbo Concepción, se realizó una encuesta que tuvo un tamaño de muestra de 128 individuos, en base a un tamaño de la población de 564, con un nivel de confianza del 99 % y un margen de error del 10%.

Tamaño de la Población: La parroquia Carbo Concepción posee un total de 4035 habitantes (INEC, 2010) y el grupo etario (18 a 25 años) escogido para la investigación representa el 13.98%.

El porcentaje del grupo etario se obtuvo en base a la cantidad que el mismo grupo representa a nivel nacional. Es decir, Ecuador tiene una población de 17'023.408, y dentro del grupo poblacional mencionado, 2'379.775 personas tienen entre 18 y 25 años, representando el 13.98%. Tras ello, se realizó un muestreo aleatorio estratificado para filtrar una muestra de 564 individuos como tamaño de la población que al hacer el cálculo de la muestra arrojó un resultado de 128 personas a encuestar.

Calculadora de Muestras

Margen de error: 10%
 Nivel de confianza: 99%
 Tamaño de Poblacion: 564
 Calcular

Margen: 10%
 Nivel de confianza: 99%
 Poblacion: 564
Tamaño de muestra: 128

Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$

n= Tamaño de la muestra
 Z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

Figura 1 Cálculo del tamaño de la muestra
Fuente: Asesoría Económica y Marketing
Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Una vez realizada la encuesta se procedió a tabular los datos respecto a las respuestas obtenidas, como se mencionó fueron entrevistados 128 individuos de ambos géneros (masculino y femenino), entre 18 y 25 años. Se escogió este rango debido a que el programa

está destinado a un público adulto, dirigido sobre todo a personas de este rango de edad, y cuyo horario es transmitido (22h30).



Figura 2 Encuestas
Fuente: Población encuestada
Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Para la realización del presente trabajo fueron encuestados 61 hombres y 67 mujeres (tabla 12), representando el 48% y 52% (figura 3) del tamaño de la muestra respectivamente.

Tabla 12 Género de la Población Encuestada

Género	
Femenino	Masculino
67	61

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

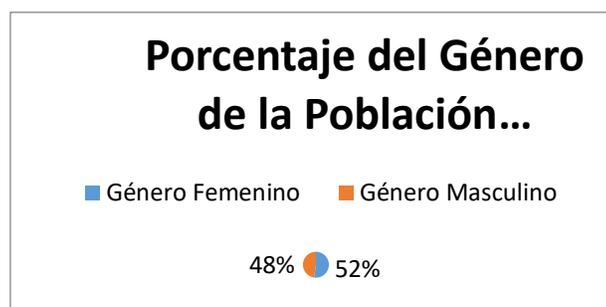


Figura 3 Porcentaje de Encuestados
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Como se había mencionado anteriormente las edades estuvieron comprendidas entre 18 y 25 años, en la tabla 13 y la figura 4, se puede visualizar las cantidades y porcentajes respecto a las edades.

Tabla 13 Edades

Edad	Cantidad
18 años	22
19 años	11
20 años	21
21 años	18
22 años	20
23 años	16
24 años	9
25 años	11
Total	128

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

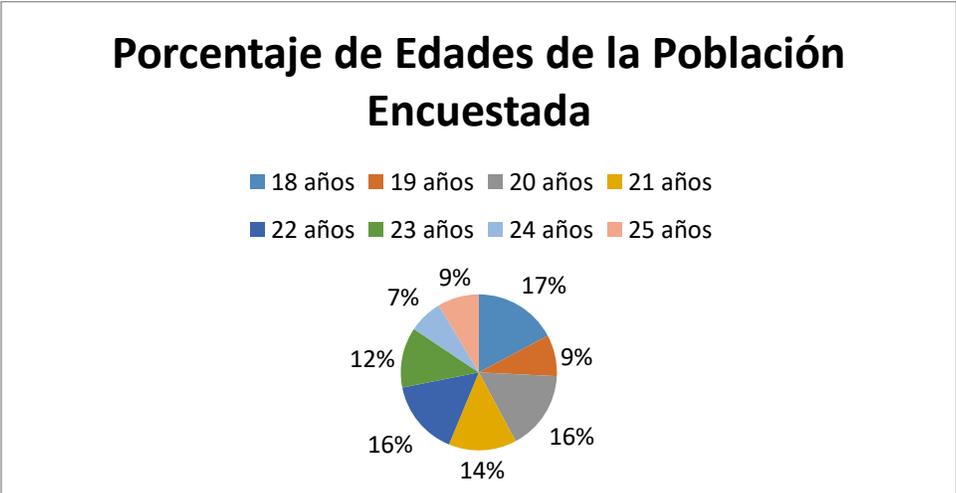


Figura 4 Porcentaje de edades
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta Identifique el significado de Reality Show se obtuvo los resultados expresados en la figura x, en donde se puede visualizar que, de las 128 personas encuestadas, 103

relacionan un Reality Show con programas de concurso de baile, canto y cocina lo que representa el 80% de total, mientras 25 personas lo relacionan solo como programa concurso de baile que representa el 20% del total. Como se puede observar la población sí tiene conocimiento del formato y tipos de reality shows que se emiten en las cadenas televisivas.

Tabla 14 Pregunta Conoce usted lo que es un reality show como:

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
PROGRAMA CONCURSO CON BAILE	25	20%
PROGRAMA CONCURSO CON CANTO	0	0%
PROGRAMA DE COCINA	0	0%
TODAS LAS ANTERIORES	103	80%
	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

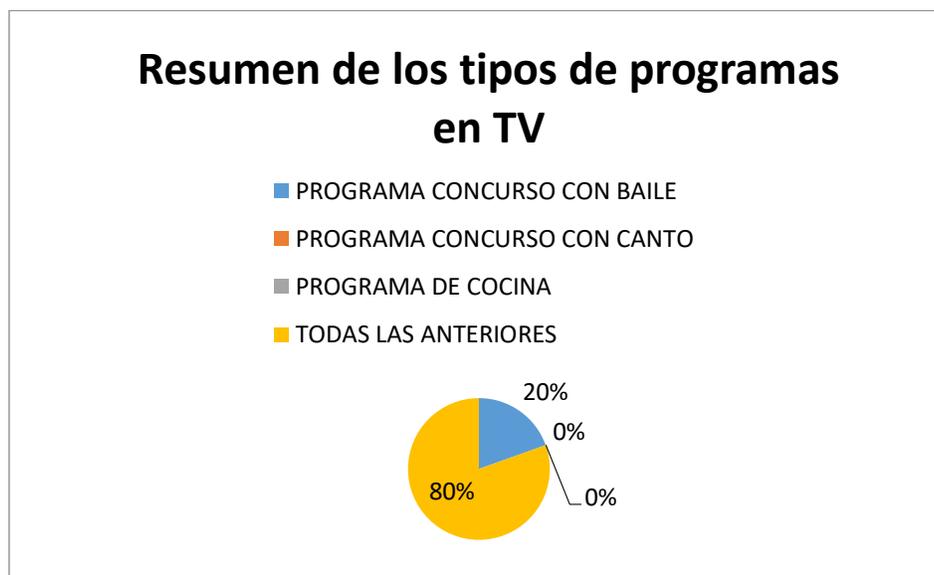


Figura 5 Resumen de los tipos de programas en TV

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿Sabe de qué se trata el programa BLN, la competencia? se obtuvieron respuestas, las mismas que están expresadas en la figura 6, en donde se puede visualizar que 63 personas conocen de que se trata BLN La Competencia (49% del total de personas encuestadas), 25 no conocen sobre BLN La Competencia (20% del total de personas

encuestadas) y 40 conocen más o menos sobre BLN La Competencia (31% del total de personas encuestadas) , por lo que se puede notar que más de la mitad de la población encuestada sabía de que se trata el programa.

Tabla 15 Pregunta ¿Sabe de qué se trata el programa BLN, la competencia?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
SI	63	49%
NO	25	20%
MÁS O MENOS	40	31%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)



Figura 6 Pregunta ¿Sabe de qué se trata el programa BLN, la competencia?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿por qué se ve el programa?, 36 personas contestaron que el motivo por el que veían el BLN Las Competencia, eran los participantes, lo que representa el 28% del tamaño de la muestra; 22 personas contestaron que veían BLN La Competencia por los conductores, lo que equivale al 17% y 70 personas afirmaron que veían el programa por los

conflictos e historias que se crean, lo que representa el 55%. Como se puede observar los conflictos e historias que se crean son el ingrediente que más atrae a los televidentes, seguido por los participantes. Respecto a los conductores se demostró según las encuestas que es el último motivo de interés del público televidente.

Tabla 16 Pregunta ¿Por qué ve el programa?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
POR SUS PARTICIPANTES	36	28%
POR LOS CONDUCTORES	22	17%
POR LOS CONFLICTOS E HISTORIAS QUE CREAN	70	55%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

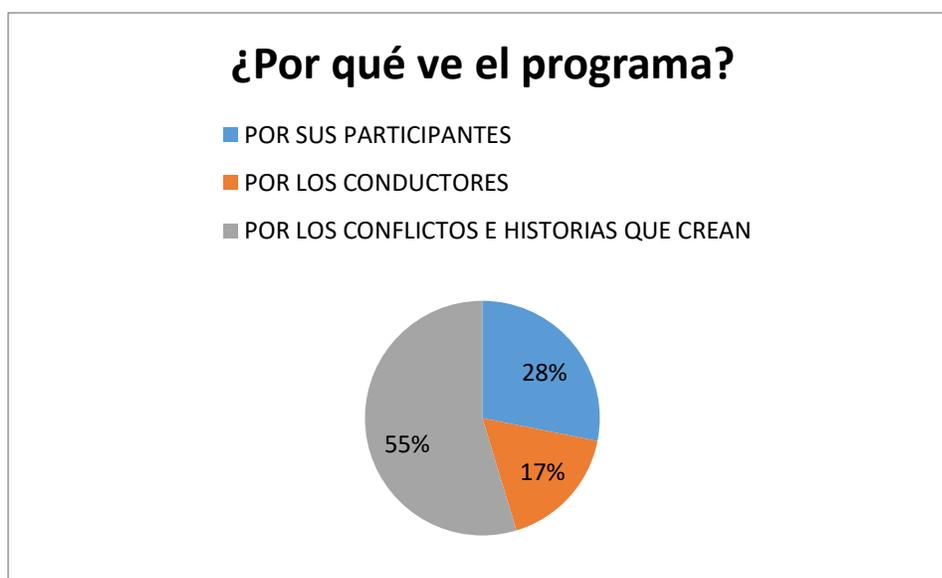


Figura 7 Pregunta ¿Por qué ve el programa?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿Considera usted que BLN La Competencia aporta con valores para la juventud?, respecto a que, si se considera que BLN La Competencia aporte valores para la juventud, 90 personas respondieron que no, lo que representa el 70% del tamaño de la muestra, tan solo 10 personas contestaron que sí, siendo esto el 8%, y 28 personas respondieron que a veces representando el 22% del total de las personas encuestadas. Aquí

se pudo evidenciar que la mayor parte de la población encuestada está consiente que este tipo de programa son de entretenimiento y no aportan valores en la juventud.

Tabla 17 Pregunta ¿Considera usted que BLN La Competencia aporta con valores para la juventud?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
SI	10	8%
NO	90	70%
A VECES	28	22%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

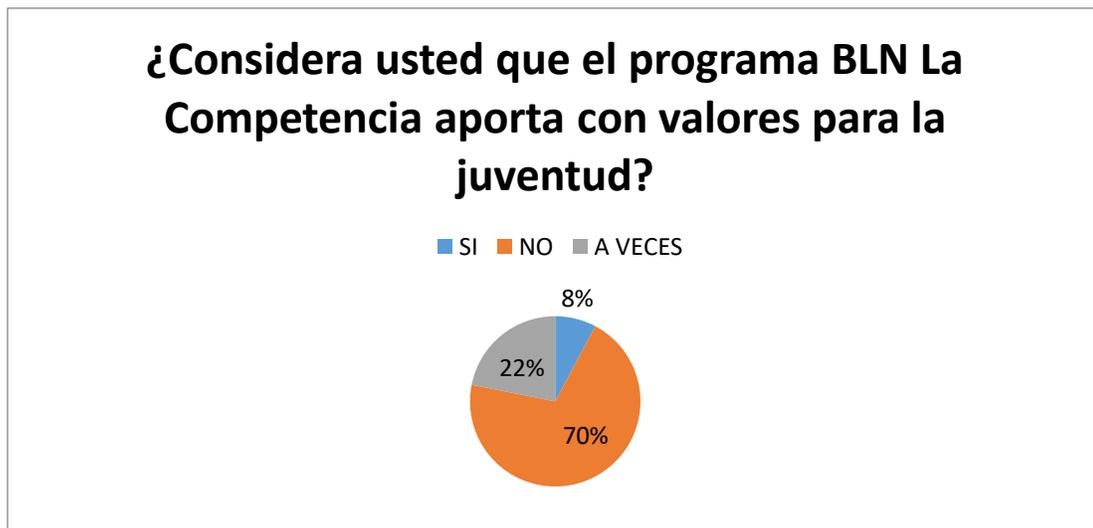


Figura 8 Pregunta ¿Considera usted que BLN La Competencia aporta con valores para la juventud?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿Considera usted que el programa y el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia influye en los jóvenes?, en donde se cuestionó si el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia influye en los jóvenes, 70 personas respondieron que sí, 27 que no y 31 contestaron que a veces. El sí representó el 55%; el no, el 21%, el a veces el 24%. Aunque en la pregunta 4 se evidencia que el público es consciente de que BLN La Competencia no aporta valores a la juventud, aquí se puede constatar que,

según la opinión de más de la mitad de la población encuestada, el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia sí influye en los jóvenes.

Tabla 18 Pregunta ¿Considera usted que el programa y el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia influye en los jóvenes?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
SI	70	55%
NO	27	21%
A VECES	31	24%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

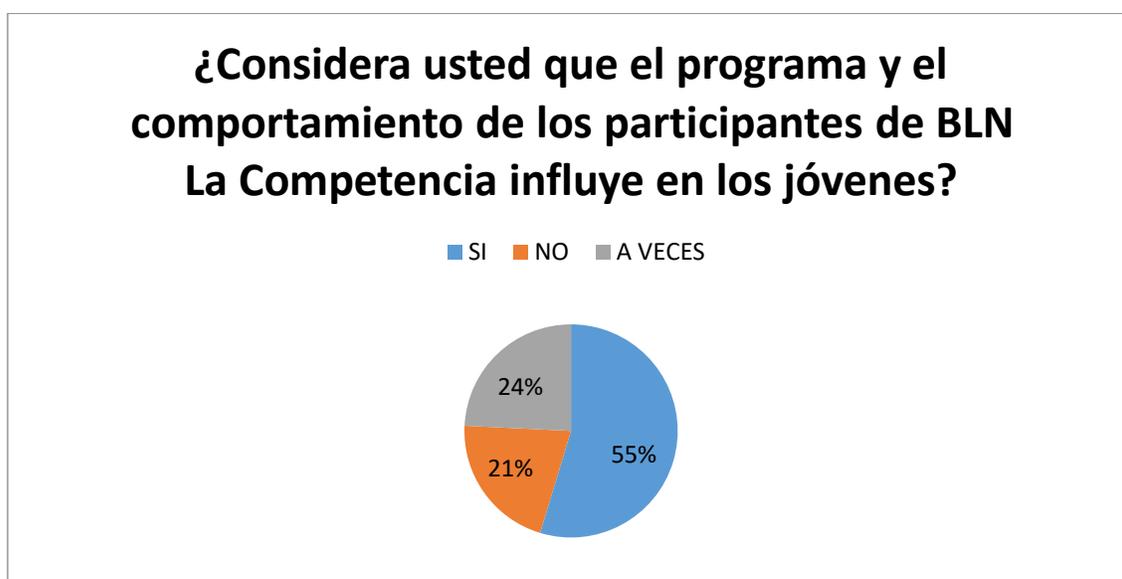


Figura 9 Pregunta ¿considera usted que programa y el comportamiento de los participantes de BLN, la competencia influye en los jóvenes?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿De qué manera influye?, cuya interrogante fue en dónde específicamente influenciaba el programa BLN La Competencia, 80 personas respondieron que en el comportamiento; 17 personas, en la forma de hablar; 16 contestaron que en la forma de vestir y 15 respondieron que BLN La Competencia no influenciaba en ningún aspecto. En porcentajes se puede afirmar que el 62% respondió que BLN La Competencia influye en el comportamiento, el 12% respondió que no influye en nada, el 13%, que BLN La

Competencia influye en la forma de hablar, el 13% que influye en la forma de vestir, por tanto, se puede concluir que BLN La Competencia influye de mayor manera, según la opinión de la población encuestada, es en el comportamiento.

Tabla 19 ¿De qué manera influye?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
EN EL COMPORTAMIENTO	80	62%
EN LA FORMA DE HABLAR	17	13%
EN LA FORMA DE VESTIR	16	13%
EN NINGUNA	15	12%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)



Figura 10 ¿De qué manera influye?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿Considera usted que el programa BLN La Competencia aporta en el lenguaje y en la educación de los jóvenes?, el cual la interrogante fue si BLN La Competencia aporta en el lenguaje y en la educación de los jóvenes, 80 personas (63% del total) respondieron que no, 32 personas (25% del total) respondieron que a veces, y tan solo 16 personas (12% del total) respondieron que sí aporta, como se puede notar una gran parte de la población encuestada opina que BLN La Competencia no aporta en el lenguaje y educación de los jóvenes.

Tabla 20 Pregunta ¿Considera usted que el programa BLN La Competencia aporta en el lenguaje y en la educación de los jóvenes?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
SI	16	12%
NO	80	63%
A VECES	32	25%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

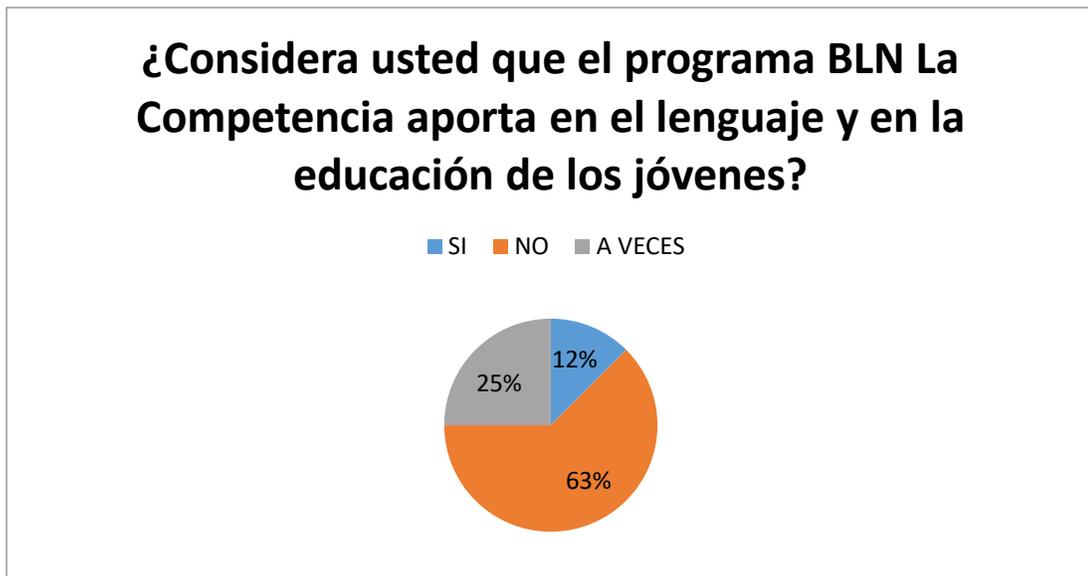


Figura 11 Pregunta ¿Considera usted que el programa BLN La Competencia aporta en el lenguaje y en la educación de los jóvenes?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿Utiliza alguna de las expresiones que ha escuchado en el programa?, en donde se preguntó a los encuestados si utilizaban alguna de las expresiones del programa BLN La Competencia, 104 personas (81% del total) respondieron que no utilizan expresiones del programa, 12 personas (10% del total) contestaron que sí utilizan expresiones y 12 personas (9% del total) dijeron que a veces utilizan expresiones, como podemos observar la mayor parte de la población encuestada afirma no utilizar expresiones del programa BLN La Competencia.

Tabla 21 Pregunta ¿Utiliza alguna de las expresiones que ha escuchado en el programa?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
SI	12	10%
NO	104	81%
A VECES	12	9%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

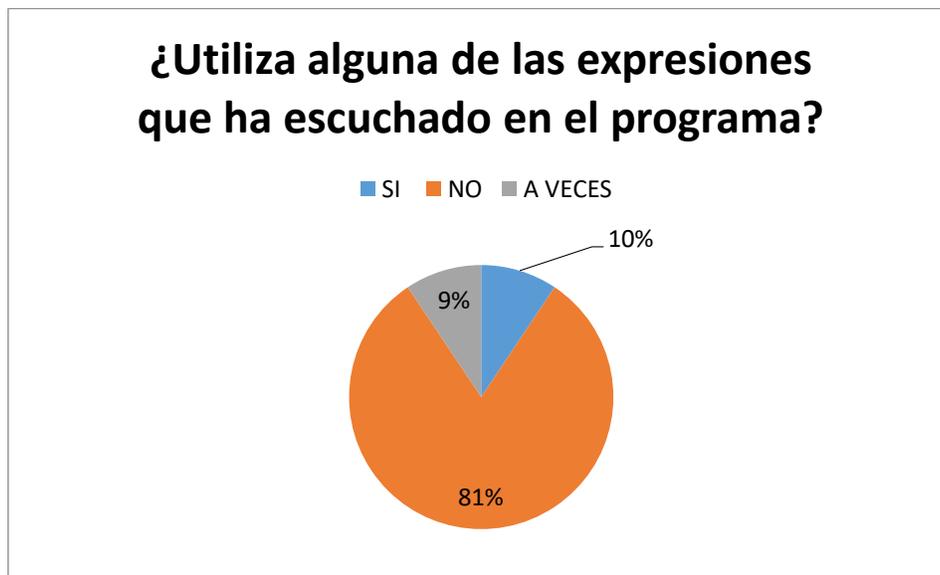


Figura 12 Pregunta ¿Utiliza alguna de las expresiones que ha escuchado en el programa?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿Cómo califica a las presentaciones de “baile” que se realizan en el programa? donde se pedía que los encuestados calificaran las presentaciones de baile de BLN La Competencia, 56 personas (44% del total) respondieron que las consideraban medio vulgares, 50 personas (39% del total) contestaron que las consideraban vulgares y 22 personas (17% del total), las consideran no vulgares. Aquí se puede observar que según la opinión de la población encuestadas los bailes van desde medio vulgares hasta vulgares.

Tabla 22 Pregunta ¿Cómo califica a las presentaciones de “baile” que se realizan en el programa?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
VULGARES	50	39%
MEDIO VULGARES	56	44%
NO VULGARES	22	17%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

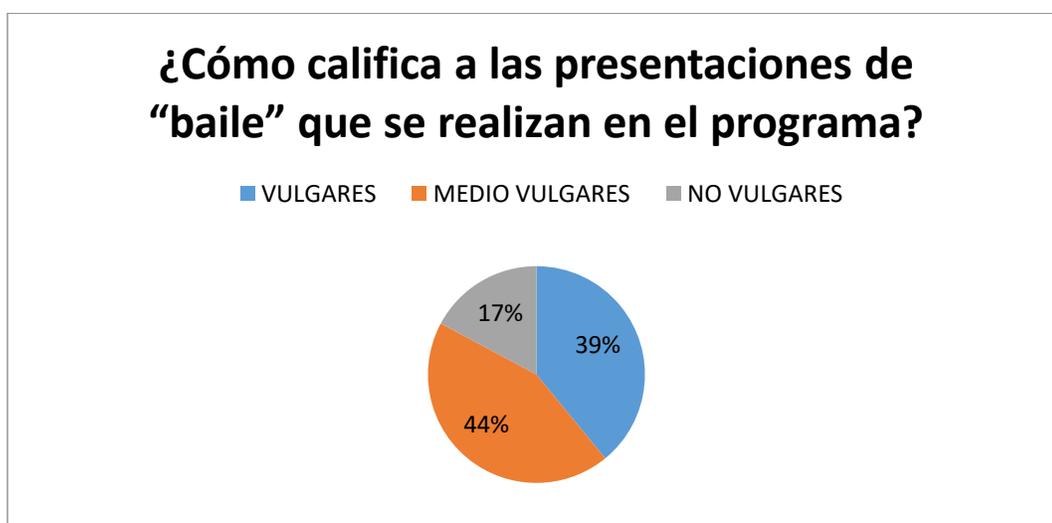


Figura 13 Pregunta ¿Cómo califica a las presentaciones de “baile” que se realizan en el programa?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿Cómo califica su contenido audiovisual?, respecto al contenido audiovisual, 18 personas (14%) respondieron que el contenido audiovisual es bueno, 55 personas (43%) respondieron que el contenido es regular y 55 personas (43%) respondieron que el contenido es malo. En esta pregunta existe una opinión similar respecto al contenido audiovisual ya que el 43 % opina que es malo y un porcentaje 43% afirma que es regular y tan solo una pequeña parte 14% dice que es bueno.

Tabla 23 Pregunta ¿Cómo califica su contenido audiovisual?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
BUENO	18	14%
MALO	55	43%
REGULAR	55	43%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

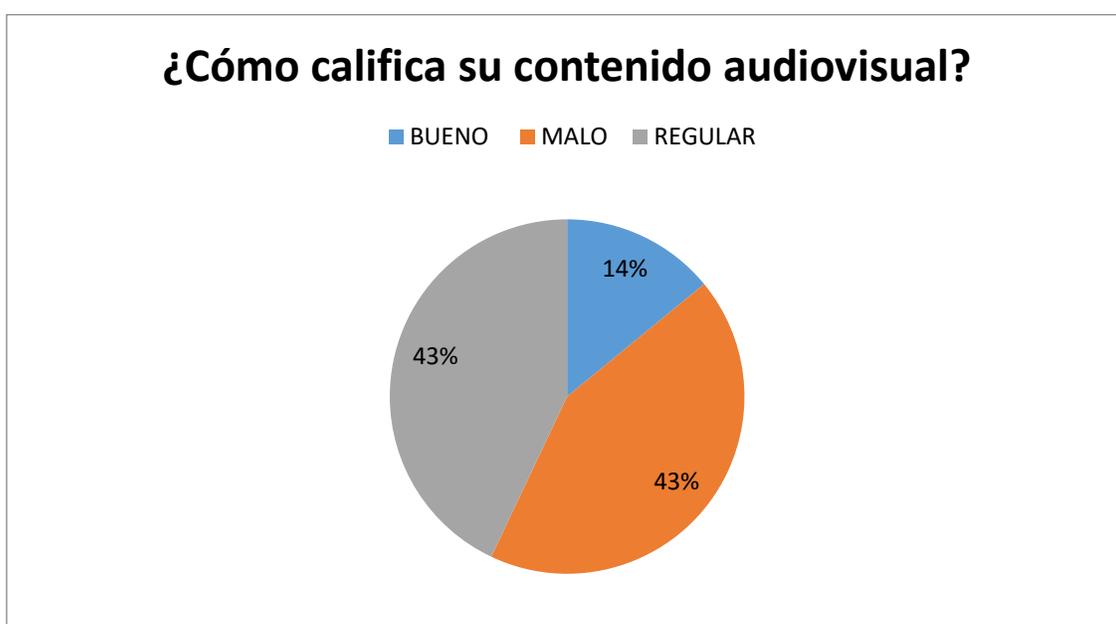


Figura 14 Pregunta ¿Cómo califica su contenido audiovisual?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la pregunta ¿Considera a los participantes modelos a seguir para los jóvenes?, 18 individuos contestaron que sí y 110 que no sobre el hecho de que los participantes de BLN La Competencia eran modelos a seguir para jóvenes, representando el 14% y 86%, respectivamente. Por tanto, aquí es claramente notorio que la opinión de la población

encuestada mayormente se inclina hacia el pensamiento de que los participantes de BLN La Competencia no son modelos a seguir para los jóvenes.

Tabla 24 Pregunta ¿Considera a los participantes modelos a seguir para los jóvenes?

Alternativas	Número de Personas	Porcentaje
SI	18	14%
NO	110	86%
Total	128	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)



Figura 15 Pregunta ¿Considera a los participantes modelos a seguir para los jóvenes?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

2.1.4 Rating de BLN La Competencia

Para analizar la influencia mediática de BLN La Competencia, debemos analizar también el rating de programa. Según Di Guglielmo (2002), el rating es el público, es una medida que representa cuántas personas ven un programa o un determinado canal. Existen dos tipos de rating, el rating-hogares (cuantos hogares están viendo el programa) y el rating-personas (cuantas personas ven el programa).

En Ecuador, existe el Reglamento para Medición de Sintonía de los Canales de Televisión, creado y aprobado por el Consejo Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (2014), en donde se establecen la metodología para la medición de sintonía de los canales de televisión en relación con el artículo 67 y la transitoria segunda del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, aquí se define como interés público a la medición de sintonía. Este reglamento se aplica a todas las empresas dedicadas a la medición del rating, ya sean públicas o privadas.

En el caso de BLN La Competencia, el rating según las imágenes es bastante elevado en comparación a otros programas del mismo horario, esto se mantenido desde sus inicios hasta la actualidad, sin embargo, los datos sobre esto disponibles en la WEB son del año 2016.

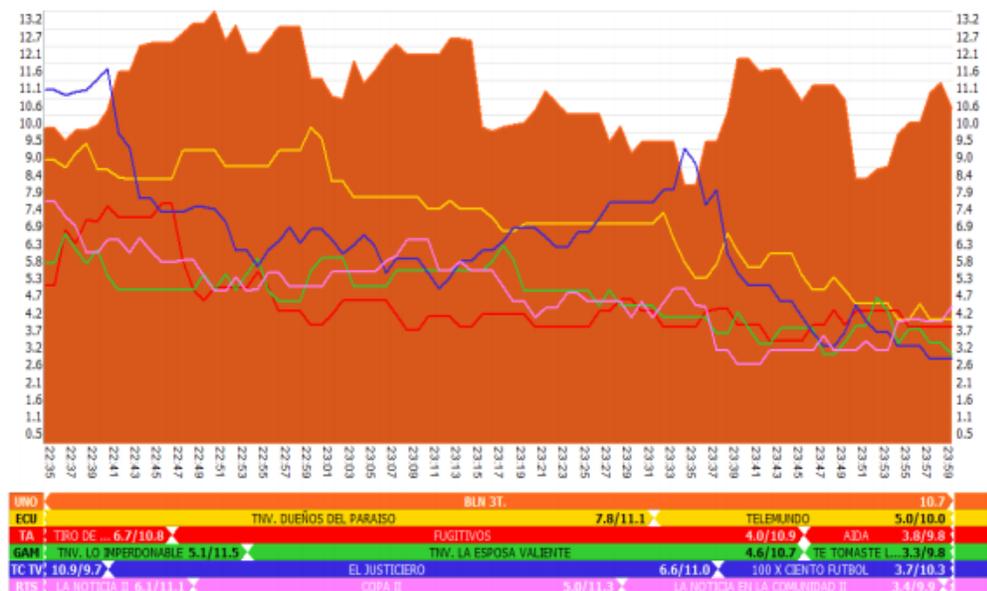


Figura 16 Rating de BLN La Competencia (5/sep./2016)

Fuente: (Aguilar, 2017)

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

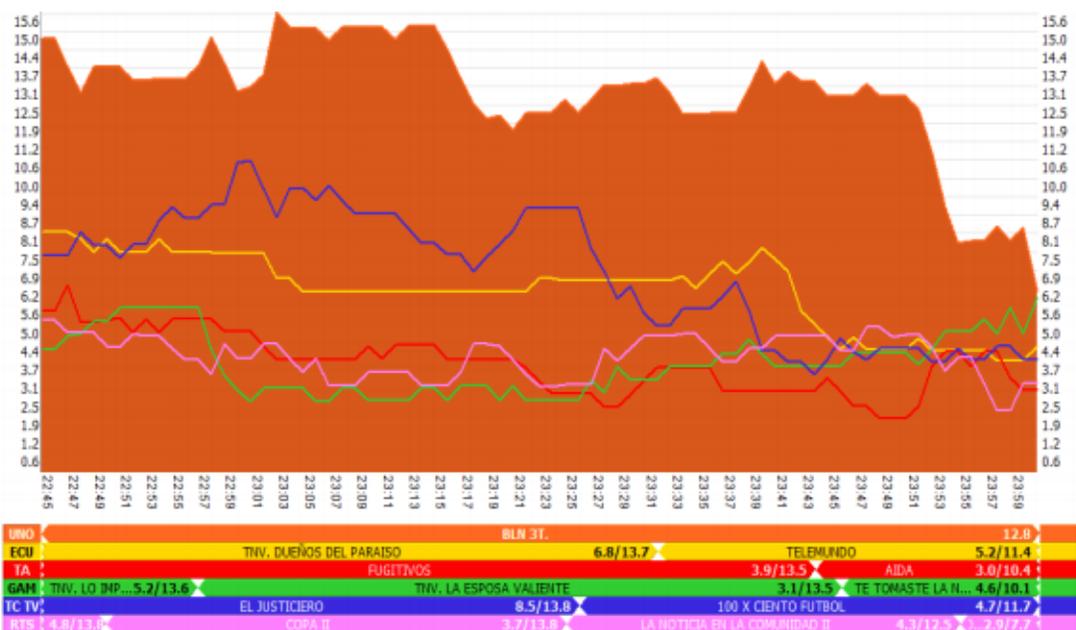


Figura 17 Rating de BLN La Competencia (6/sep./2016)

Fuente: (Aguilar, 2017)

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

2.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.2.1 Encuestas

En la tabla 26 se puede observar un resumen de las respuestas obtenidas (en cantidades) donde se evidencia claramente la opinión de las personas encuestadas sobre las distintas temáticas.

En la pregunta referente al conocimiento que tienen los encuestados sobre lo que es un reality show, el 80% por cierto conoce de qué se trata. Ahora en la siguiente pregunta se evidencio que el 49% conoce de que se trata BLN La Competencia, seguido de un 31 % que afirma conocer más o menos y un 20% que no conoce de que se trata BLN La Competencia.

En la tercera pregunta donde a los encuestados se les preguntó la razón por la que ven el programa el 55% afirma que es por los conflictos e historias que se crean, coincidiendo con la investigación.

Ahora, aunque ellos afirman que la razón principal por la que ven los programas son los conflictos, están conscientes que este programa no aporta valores para la juventud, según el 70% de los encuestados, ni aporta educación y lenguaje según el 63% de los encuestados, además de esto el 86% está de acuerdo en que los participantes definitivamente no son modelos a seguir. A pesar de esto, el 55% de los encuestados coinciden con la psicóloga Lili Larrea y el sociólogo Robert Párraga en que el programa si influye en el comportamiento de los jóvenes, específicamente en el comportamiento según el 62%.

Es notorio que todos los encuestados y entrevistados están conscientes de la influencia negativa que tiene el programa, razón por la cual, el 81% los encuestados afirma que no utiliza expresiones que ha escuchado en el programa, ratificando que la principal influencia que tiene en los jóvenes, está en la conducta.

Respecto al contenido que transmite BLN La Competencia un 43% opina que es regular y otro 43% que es malo, y respecto al segmento Sexi Dance, un 44% afirma que las presentaciones son medio vulgares y otro 39% afirma que son vulgares.

Como podemos ver el público no tiene una buena opinión del programa, y coinciden o ratifican en muchos puntos con la opinión de Lili Larrea y Robert Párraga.

Tabla 25 Resumen de los resultados de las encuestas

PREGUNTA		PARÁMETROS		
1	PROGRAMA CONCURSO CON BAILE	PROGRAMA CONCURSO CON CANTO	PROGRAMA DE COCINA	TODAS LAS ANTERIORES
	25	0	0	103
2	SI	NO	MÁS O MENOS	
	63	25	40	
3	POR SUS PARTICIPANTES	POR LOS CONDUCTORES	POR LOS CONFLICTOS	
	36	22	70	
4	SI	NO	A VECES	
	10	90	28	
5	SI	NO	A VECES	
	70	27	31	
6	EN EL COMPORTAMIENTO	EN LA FORMA DE HABLAR	EN LA FORMA DE VESTIR	EN NINGUNA
	80	17	16	15
7	SI	NO	A VECES	
	16	80	32	
8	SI	NO	A VECES	
	12	104	12	
9	VULGARES	MEDIO VULGARES	NO VULGARES	
	50	56	22	
10	BUENO	MALO	REGULAR	
	18	55	55	
11	SI	NO		
	18	110		

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

En la tabla 26 se puede observar un resumen de las respuestas obtenidas (porcentaje) donde se evidencia claramente la opinión de las personas encuestadas.

Tabla 26 Resumen (Porcentaje) de los resultados de las encuestas

PREGUNTA		PARÁMETROS		
A				
1	PROGRAMA CONCURSO CON BAILE	PROGRAMA CONCURSO CON CANTO	PROGRAMA DE COCINA	TODAS LAS ANTERIORES
	20%	0%	0%	80%
2	SI	NO	MÁS O MENOS	
	49%	20%	31%	
3	POR SUS PARTICIPANTES	POR LOS CONDUCTORES	POR LOS CONFLICTOS	
	28%	17%	55%	
4	SI	NO	A VECES	
	8%	70%	22%	
5	SI	NO	A VECES	
	55%	21%	24%	
6	EN EL COMPORTAMIENTO	EN LA FORMA DE HABLAR	EN LA FORMA DE VESTIR	EN NINGUNA
	62%	13%	13%	12%
7	SI	NO	A VECES	
	12%	63%	25%	
8	SI	NO	A VECES	
	10%	81%	9%	
9	VULGARES	MEDIO VULGARES	NO VULGARES	
	39%	44%	17%	
10	BUENO	MALO	REGULAR	
	14%	43%	43%	
11	SI	NO		
	14%	86%		

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sánchez Echeverría, M (2019)

Desde los inicios de la humanidad la comunicación ha sido de vital importancia, ya que distingue a los seres humanos de los animales y es fundamental en las relaciones interpersonales que construyen las sociedades. Los medios de comunicación desde la mitad del siglo XX han aportado en la construcción de sociedades. Dentro de los medios de comunicación es la televisión uno de los más destacados ya que esta representa la realidad por medio de la imagen y el sonido. La televisión escoge o crea sucesos para destacarlos y dotarlos de un halo de importancia y excepcionalidad, allí se da la influencia mediática que pueda tener un determinado programa de televisión (Díaz, 2017)

La influencia mediática de BLN La Competencia es amplia, aunque en la encuesta las personas parecen estar conscientes que no es un contenido educativo o adecuado, el rating no miente y el tiempo que lleva al aire tampoco. En una sociedad mediática, en la que importa mucho la apariencia y que tiene alto contacto con la tecnología, un formato como el de BLN está destinado al éxito precisamente por las cosas negativas que posee (Massanet & Pascual, 2018).

BLN La Competencia es un programa multitarget, según lo afirman sus productores Víctor García y Priscila Riera, es decir entra en la categoría de un formato para las masas. Hoy en día se habla sobre la importancia del internet y las redes sociales (García, 2015), y que en muchos casos puede llegar con el tiempo a reemplazar a la televisión, pero mientras eso sucede este tipo de reality shows a más de emitir diariamente el programa, utilizan plataformas como el YouTube y redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para promocionar el programa (Jarvis, 2014).

Gracias al internet cualquier persona con un dispositivo móvil o un ordenador puede navegar libremente y tener acceso a cualquier información que requiera necesite. El internet también permite compartir información en audio y video, es por eso que formatos como BLN La Competencia forman un vínculo muy fuerte con la teleaudiencia, ya que por medio del internet difunden o amplían contenidos relacionados al programa (Pérez S., 2017).

Los entrevistados a pesar de tener opiniones distintas coinciden en algunos puntos. Según los productores de BLN, La Competencia, Priscila Riera y Víctor García, el programa influye en los jóvenes, pero es positivo siempre y cuando no será de manera real, es decir que los chicos

no tomen a los concursantes como ejemplos a seguir y reitera que los participantes solo cumplen la función de entretener, mas no de ser un ejemplo a seguir.

Lili Larrea y Robert Párraga coinciden a su vez que el programa influye de manera negativa en los jóvenes y que su razón de existir es para entretener y generar ganancias, no para educar.

CONCLUSIONES

- Al analizar el formato y el lenguaje televisivo que se usa en BLN La Competencia, se pudo observar que es coloquial, utiliza una jerga popular y términos en doble sentido. BLN La Competencia tiene un formato televisivo muy complejo y variado. Tiene segmentos de baile (sexy dance), de competencias físicas, humor, y también un segmento donde explora la vida privada de los participantes, como una farándula rosa, todo esto lo hace entretenido y hoy en día se mantiene vigente en Ecuador, aun cuando programas similares han desaparecido. Además, los protagonistas no son actores profesionales, son hombres y mujeres comunes y corrientes, que están dispuestos a ventilar su vida privada a cambio de fama y fortuna. Y las acciones de los protagonistas son basadas en hechos relacionados con su vida privada y su intimidad y el público se identifica con los personajes allí mostradas, ya que son personas anónimas como ellos (Lamarca, 2009).
- La normativa ecuatoriana sí regula los programas como BLN La Competencia intrínsecamente con los códigos deontológicos y el participante está sujeto a las normas de expresión establecidas como la responsabilidad ulterior y la responsabilidad solidaria por parte del canal.
- Según las encuestas realizadas, la población tiene conocimiento de BLN La Competencia y están de acuerdo en que no es un programa de cultura sino de entretenimiento. Sin embargo, los especialistas coinciden en que los jóvenes son susceptibles a verse influenciados por este tipo de contenidos debido a que los jóvenes imitan este tipo de conducta porque este tipo de programas les sirve como modelo a seguir, modelo de aprendizaje con conductas negativas, es su ideal a alcanzar, creen que es el estado ideal de un joven.
- Los productores del programa, los especialistas y los encuestados coinciden en que el programa BLN La Competencia no aporta con valores para la sociedad y los concursantes no son ejemplos a seguir. Sin embargo, Riera y García justifican que utilizan el sensacionalismo, ya que es un programa de entretenimiento, sujeto al rating.

RECOMENDACIONES

- Que el trabajo presentado sirva de referencia para futuros estudios de análisis de lenguaje y discurso desarrollados en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, además de ayudar en la mejora del contenido del programa.
- Se debe aplicar de mejor manera la normativa ecuatoriana respecto a los programas que se transmiten por los canales de televisión y capacitar a cada integrante del programa con respecto a la responsabilidad ulterior y sobre las posibles sanciones que podría conllevar sus actuaciones en público.
- Que la investigación genere un debate entre los productores de este tipo de programas, los agentes reguladores de las entidades de control (Supercom) y representantes de la ciudadanía para que cada uno dé su punto de vista de lo positivo y/o negativo de esta clase de reality.
- Que desde las escuelas y colegios se oriente a los pequeños que este tipo de programa no son reales, por lo que no deben involucrarse en su vida, son simplemente concursos y que sus participantes no son modelos a seguir.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguilar, A. (2017). Consumo del programa BLN La Competencia en estudiantes del séptimo semestre, carrera de Comunicación Social. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Arias, F. (2006). El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica (Sexta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi: Autor.
- Asamblea Nacional. (2015). Ley Orgánica de Comunicación. Quito: Autor.
- Best, J. (1982). ¿Cómo investigar en Educación? Madrid: Ediciones Morata S.A.
- Buganza, C. (2019). OBS Business School. Recuperado el 13 de enero de 2019, de Los formatos televisivos: <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/propiedad-intelectual/los-formatos-televisivos>
- Bunge, M. (2004). La Investigación Científica (Tercera ed.). (S. Veintiuno, Ed.)
- Carrasco, Á. (20 de Julio de 2010). mhcyj. Recuperado el 13 de enero de 2019, de Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones: https://mhcommunicationsjournal.wordpress.com/2010/07/20/angel_carrasco/
- Castro, C. (2002). ZER - Revista de Estudios de Comunicación. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/6018/5700>
- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. (2014). Reglamento para Medición de Sintonía de los Canales de Televisión. Autor.
- De Gortari, E. (1981). El Metodo de las Ciencias. Nociones Preliminares. México: Grijalbo.

- Delgado, D. (2005). Sistema de Información Científica Redalyc. Recuperado el 14 de Noviembre de 2018, de Reality shows: el verdadero cerdo mediático: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825149>
- Di Guglielmo, H. (2002). La programación televisiva vista por dentro. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Díaz, R. (2017). La información periodística en televisión . Madrid: Editorial Síntesis, S. A.
- Ferrés, J. (2002). Foro Ignacio Ellacuría. Recuperado el 15 de septiembre de 2018, de <http://www.foroellacuria.org/publicaciones/Informe-5.pdf>
- García, J. (2015). Comunicar en la Sociedad Red. Teorías, modelos y prácticas. Barcelona: Editorial UEO.
- Goyes, J. (2016). Universidad de Palermo. Obtenido de Facultad de Diseño y Comunicación: https://www.palermo.edu/dyc/programa_investigacion/pedagogias_imagen.html
- Henao, H. P. (2010). El cuerpo narrado en el reality show: estudio sobre cambio extremo. Medellín: Universidad de Medellín.
- Hernández, R., & Fernández, C. (2003). Metodología de la Investigación (Tercera ed.). México: McGraw-Hill.
- INEC. (2010). Censo 2010. Autor.
- Jarvis, J. (2014). El fin de los medios de comunicación de masas. New York: CUNY Journalism Press.
- Jiménez, B. (2000). Investigación cualitativa y psicología social. Revista Universidad de Guadalajara (17).
- Lamarca, M. (03 de noviembre de 2009). La Arte Digital. Recuperado el 18 de diciembre de 2018, de El reality show en España. Definición, Características, Tipos, Orígenes y claves del éxito. Cine y reality show (Parte I): <http://artesadigital.blogspot.com/2009/11/el-reality-show-en-espana-definicion.html>

- León, B. (2009). Telerrealidad: el mundo tras el cristal. Sevilla-Zamora: Comunicación Social.
- Lichmanova, K. (2012). Influencia de los Reality Shows sobre las habilidades.
- Lichmanova, K., Lloret, C., & Menárguez, M. (2012). Influencia de los “Reality shows” sobre las habilidades cognitivas en adultos. *Revista de Fundamentos de Psicología*, 4(1).
- Martín, G. (2000). Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y estilo (XXXIII ed.). (A. Sánchez, Ed.) Madrid: Paraninfo Thomson Learning.
- Martínez, M. (2012). Teoría del Periodismo. México: Red Tercer Milenio.
- Martínez, S. (2005). Lenguaje audiovisual y manipulación. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 2211-220.
- Massanet, A., & Pascual, E. (2018). Influencias manipulativas. Cataluña: Universidad Oberta de Catalunya.
- Mosquera, A. (enero-abril de 2007). Manipulación mediática, identidad juvenil y prostitución de un bien necesario. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 4(1), 55-66.
- Nahoum, C. (1961). La entrevista psicológica. Buenos Aires: Kapelusz.
- Normand, E. (2015). Reality show: ¿realidad o ficción? Alicante: Universidad de Alicante.
- Perales, F. (2011). *Revista Comunicación*. Recuperado el 12 de diciembre de 2018, de La realidad mediatizada: el reality show: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11724/file_1.pdf?sequence=1
- Pérez, J., & Merino, M. (2012). Definición De. Recuperado el 05 de diciembre de 2018, de Definición de Erotismo: <https://definicion.de/erotismo/>
- Pérez, S. (2017). Periodismo y redes sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales. Barcelona: Editorial UOC.

- Rivas, R., & Férrez, J. (septiembre de 2018). Impacto de los programas realitys shows en discentes de la escuela ciudad de Machala, sur de Guayaquil – Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Rodríguez, M. (2010). *Métodos de investigación: diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. Culiacán, Sinaloa: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.
- Saló, G. (2003). *¿Qué es eso del formato?: cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona, España: Gedisa.
- Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia (Primera ed.)*. Continental.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: LIMUSA NORIEGA.
- Taylor, J., & Bodgan, H. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Von, W. (2 de mayo de 2018). *Las afrentas de la tv basura*. *El Telégrafo*.
- Wendel, M. (2013). *Semiología CBC*. Recuperado el 18 de diciembre de 2018, de Los nuevos tipos de realitys: <http://semillogia.blogspot.com/2013/11/los-nueve-tipos-de-realitys-normal-0-21.html>

ANEXOS

○ ANEXO 1 FOTOS DE ENCUESTA

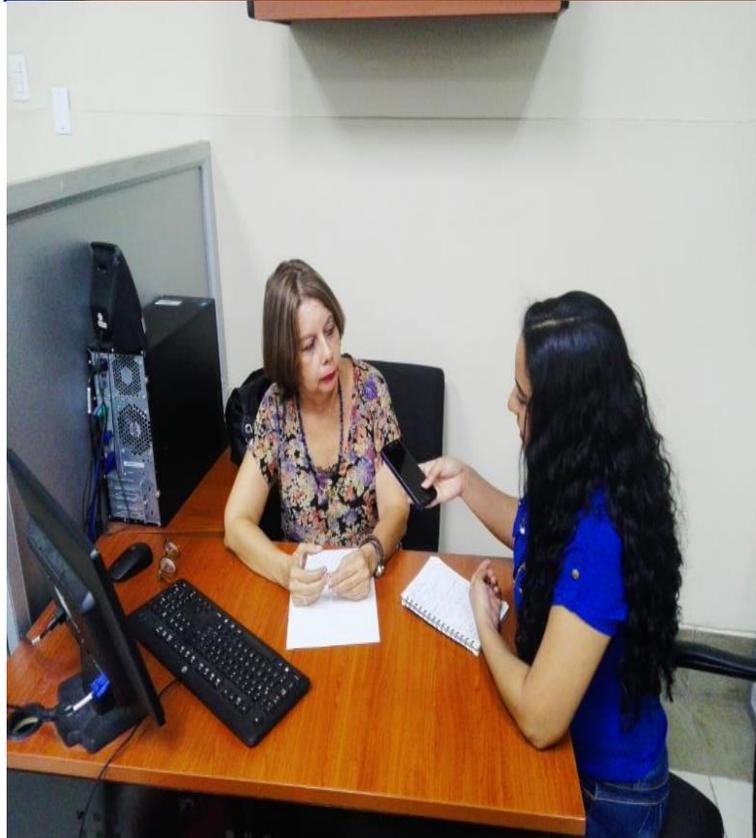




○ ANEXO 2 FOTOS DE ENTREVISTA













ANEXO 3 ENTREVISTAS Y FORMATOS

FICHA DE ENTREVISTA A PRISCILA RIERA (PRODUCTORA DE BLN)

Mayra Sánchez: PREGUNTA 1. ¿Desde qué año está al aire BLN?

Priscila Riera: BLN está al aire desde junio del 2014

Mayra Sánchez: PREGUNTA 2. ¿Por qué y para qué fue creado?

Priscila Riera: Fue creado como fusión de Baila la Noche – al tener un programa de competencia de baile individual. Para darle un giro se formaron dos equipos Fantásticos y Vengadores y se incluyeron no solo competencias de baile sino también pequeños juegos de habilidad. Al encontrar que al público le gustó la competencia decidimos transformarlo a BLN La Competencia e incluimos la identidad de los equipos con escudos para cada uno.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 3. ¿Siempre mantuvo el mismo formato?

Priscila Riera: No, primero fue un programa solo de competencia de baile.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 4. ¿Cómo era antes y cuál es el formato actual, me lo podría explicar?

Priscila Riera: Talentos competían de forma individual, al transformarse en batalla de equipos se logró obtener mucha más identidad con el nombre de Fantásticos y Vengadores.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 5. ¿En cuántos segmentos se divide el programa?

Priscila Riera: Tenemos varios segmentos competencia extrema, batalla de baile, batalla de humor, retos en exteriores, duelos individuales, etc. Por ser un programa multitarget permite que los participantes realicen varios tipos de pruebas para gustos de toda la teleaudiencia.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 6. ¿Cuál es el que atrae más al público?

Priscila Riera: Cada segmento tiene su público, ejemplo a las amas de casa les gustan los shows de baile y los contenidos que se general, a los jefes de hogar les gusta mucho la competencia, a los adolescentes les gusta mucho las batallas de humor al igual que a los niños.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 7. ¿Por qué eligieron ese formato?

Priscila Riera: Porque el público de la noche merece diversión y entretenimiento.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 8. ¿Se asemeja a un programa de farándula “Rosa”?

Priscila Riera: No, para nada

Mayra Sánchez: PREGUNTA 9. ¿Por qué se decidieron a cambiar la idea del formato inicial de BLN, ya que antes, el programa se mostraba netamente competencia de baile?

Priscila Riera: A fin de seguir cautivando audiencia.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 10. ¿En qué se basaron para poder hacerlo?

Priscila Riera: En estudios y mediciones de rating.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 10. ¿Cómo miden el nivel de audiencia?

Priscila Riera: A través del sistema de IBOPE que te permite medir la audiencia y segmentar el público objetivo al que estamos dirigidos.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 11. ¿A qué público va dirigido? Adolescentes, jóvenes, adultos....

Priscila Riera: Somos un programa multitarget jefes de hogar amas de casa mujeres adolescentes y niños.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 12. ¿Qué público los ve? Tienen una medición de eso... adolescentes, jóvenes, adultos...

Priscila Riera: Todos, al ser un programa multitarget buscamos en cada noche tener un abanico de posibilidades para todo tipo de publico

Mayra Sánchez: PREGUNTA 13. ¿Cuál es el mensaje que busca transmitir el programa?

Priscila Riera: El programa busca transmitir el valor de la competencia de dos equipos Fantásticos vs Vengadores por el amor a su camiseta, sin dejar de lado la amistad, la unión de los equipos, con dosis de entretenimiento y diversión.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 14. ¿Qué lenguaje utilizan?

Priscila Riera: El universal (Priscila Riera se refiere a un lenguaje coloquial de fácil comprensión para todo público en general).

Mayra Sánchez: PREGUNTA 15. ¿Utilizan un lenguaje de fácil entendimiento para la juventud? ¿Cuáles son las directrices que dan para que sus conductores y participantes se dirijan al televidente?

Priscila Riera: Por supuesto, el lenguaje es universal sin agresividad.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 16. ¿Solo utilizan un lenguaje verbal, o tienen otra forma de transmitir lo que quieren? Música, baile...

Priscila Riera: Transmitimos emociones en el juego tanto en competencia como en baile - el amor a la camiseta se demuestra en ambos campos de batalla

Mayra Sánchez: PREGUNTA 17. ¿Considera que las actitudes de los participantes, quienes a veces se comportan en forma vulgar, pueden llegar a influir en los jóvenes?

Priscila Riera: Por supuesto, en algunas ocasiones el calor de la competencia los lleva a actuar de forma negativa pero no dudamos un segundo en llamar la atención y corregir a los chicos cuando se equivocan

Mayra Sánchez: PREGUNTA 18. ¿Qué características deben tener los participantes para ser seleccionados?

Priscila Riera: Deben tener una personalidad con la que el público se identifique, el líder, el divertido, el enamorado, el romántico, el competitivo, etc.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 19. ¿El contenido del programa es previamente analizado antes de salir al aire?

Priscila Riera: Por supuesto cada programa es planificado

Mayra Sánchez: PREGUNTA 20. El programa proyecta también contenido sexual, ¿es lo que genera la audiencia del programa?

Priscila Riera: No es lo mismo sensual que sexual, si te refieres al sexy dance se crea una expectativa de promociones para público adulto, significa que es responsabilidad de los padres lo que ven los chicos pasadas las 22h30 (un horario de público adulto)

Mayra Sánchez: PREGUNTA 21. ¿Cuál es su aporte a la sociedad?

Priscila Riera: Diversión y entretenimiento

Mayra Sánchez: PREGUNTA 22. ¿Qué opina usted sobre los comentarios negativos que se realizan en torno a sus participantes?

Priscila Riera: En este medio te vas a encontrar gente que gusta del programa y que no, el público es libre de pensar lo que quiera, lamentablemente el público no mide comentarios y no se da cuenta que atrás de cada competidor existe un ser humano, una familia, unos hijos, unos padres, lo que ellos escriben o comentan es responsabilidad absoluta de sus principios y de falta de respeto a participantes que lo único que hacen es entretener.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 22. ¿Qué tanto es real y show del programa?

Priscila Riera: EL 100% real – es un reality.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 23. ¿Qué opina sobre los reality shows que han salido de la Tv?

Priscila Riera: Respeto los contenidos de todos los programas no hablo de ellos.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 24. ¿Considera que el sensacionalismo como ingrediente principal para que un programa reality pueda permanecer?

Priscila Riera: No para nada, el contenido que se genera en BLN es multitarget

Mayra Sánchez: PREGUNTA 25. ¿Qué clasificación tiene y en qué horario se transmite?

Priscila Riera: Público adulto 22h30 a 00h00

Mayra Sánchez: PREGUNTA 26. Hace poco vi una presentación “sexy dance” de los concursantes Bryan Ramos y Sara Toscano, la cual fue muy comentada por su puesta en escena subida de tono... ¿Qué opina al respecto?

Priscila Riera: En absoluto fue muy profesional y es igual que cualquier otro show de baile de cualquier participante dentro del programa.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 27. ¿Quiénes o qué público puede ingresar al estudio para ver el programa?

Priscila Riera: El que desee asistir.

FICHA DE ENTREVISTA A VÍCTOR GARCÍA (PRODUCTOR DE BLN)

Mayra Sánchez: PREGUNTA 1. ¿Considera que el contenido de BLN influye en los jóvenes?

Víctor García: De eso se trata los medios de comunicación como su nombre lo dice emite un mensaje lo que está escuchando ya sea la radio, televisión o de cualquier medio, con respecto al programa de B.L.N debe influir en los jóvenes, pero no de una manera real es verdad el programa reality no debe influir no deben escoger como ejemplo, como un medio de aprender ya sea negativa o positivamente, porque es un reality show, referente a los chicos pueden ver a los chicos de ver una programa y hay situación de pronto su situación, pero de pronto muy fuerte, pero los jóvenes no debe escoger como modelo a seguir deben escoger de manera social, de cómo llevar una situación, el objetivo del programa es entretener, debe influir en eso las personas que al momento de ver el programa se van a entretener, nosotros no somos modelos a seguir jóvenes o que se estamos para que la gente diga influye de tal manera, los chicos son seleccionados para entretener.

Mayra Sánchez: El programa tiene cosas fuertes como las manejas.

Víctor García: Nosotros tenemos a dos excelentes animadores y a su vez el director general del programa. Los animadores, ya van a tener 3 años de experiencia en el reality, y saben cómo llevar una situación comprobado a lo largo de los tres años son los mediadores entre los jurados y los participantes de alguna polémica, ellos han sabido calmar a los participantes y saben que decir en un programa de televisión, una persona estresada no sabe que decirle, hay muchos chicos que con la calor de la competencia están molesto de pronto pueden llegar a faltaste el respeto y ellos saben que decir, al momento de no ha habido ninguna situación que ellos no hayan sabido manejar, como te le digo gracia a Dios, tenemos a gente capacitada.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 2. ¿Qué opina de los reality show que han salido a la televisión?

Víctor García: No podría opinar por que no he trabajado me imagino que te refieres a Combate o Calle 7 no trabaje ahí y aparte nunca me vi un programa completo ni de combate ni de calle 7.

Mayra Sánchez: Su opinión como televidente

Víctor García: He visto ciertas cosas de pronto ciertas como en Instagram que a veces subía ciertas cosas que pasan que algunas veces pude observar, pero lo que te puedo decir es que B.L.N es un programa muy diferente a estos dos programas (Calle7 y Combate) era un programa netamente de competencia física que en sus últimas quiso como que empezar a copiar entre comillas el formato de B.L.N incluyendo baile que ellos no lo hacían y luego comenzaron hacer, lamentablemente no le funciono porque el formato de ellos no era así y por tratar de copiar a otro programa no le fueron fiel al formato del mismo y eso fue uno de los motivos que el programa falló, si tu escogiste ver el programa de Calle 7 era para ver competencia al ver cosas que tenía otro programa, pues mejor veo al otro, creo que yo que esto es lo que pasó y respecto a Combate pues Combate era muy parecido a B.L.N, pero era mucho más un programa juvenil e infantil entonces era un programa muy parecido pero público objetivo muy diferente pues ellos si censuraba muchas cosas, nosotros por el horario lo podemos permitir.

Mayra Sánchez: B.L.N inicialmente tenía otro formato, ¿cómo lograron hacer ese cambio a diferencia de Calle 7 que usted menciona que no logró despuntar como este programa.

Víctor García: Es que fueron dos maneras diferentes. Aquí había un programa que se llamaba Baila la Noche, entonces un reality de baile entre famosos, entonces se fueron probando ciertas cosas. En realidad, se cambió totalmente el programa, la escenografía, el formato del programa. Se mantuvieron de pronto los participantes, los animadores fueron dos programas diferentes no es lo que estaba diciendo la comparación que te estaba diciendo por ejemplo de Calle7 cambiaron ciertas cosas, porque todo programa está sujeto a cambio

e incluso de eso se trata, Baila la Noche de la tercera temporada tuvimos la bendición de tener un elenco tan bueno. Baila la Noche tuvo 3 temporadas, dentro de la tercera temporada tuvimos un elenco tan bueno, pero tan bueno, que empezamos a experimentar con ellos no solamente bailar. Te explico porque en las temporadas anteriores los participantes solo venían el día que les tocaba bailar y eso se manejaba la situación de esa noche y en la tercera temporada que se empezó a probar que llegaran al canal todos los días estaban. Los participantes tenían que llegar bailen o no bailen, entonces comenzamos a hacer juegos, pero muy sencillos como preguntas y respuestas, sketches cómicos, hacíamos pruebas de baile, pero diferente y sacándote una pieza, así empezamos y fueron juegos y juegos. Un día Jean Paul el director del programa dijo probemos una semana sin baile y solamente hagamos juegos y ya a los chicos se le dieron unos uniformes todo fue para una semana. Los separamos en equipo teníamos los uniformes esa semana. Incluso se les puso los nombres fantásticos y vengadores, y estos nombres se mantienen hasta la actualidad. El elenco fue tan bueno, había gente por ejemplo Nataly Carvajal y Jeka Caballero que habían pertenecido a Combate y habían tenido protagonismo. Así empezó y esas semanas hicimos juegos de ahí nunca más bailaron los chicos, no hubo una final que tuvo que haber habido al terminar el programa. Los uniformes eran súper básicos (top de algodón y short para las chicas y una camiseta sin mangas de algodón y una pantaloneta para los chicos) y sin dibujo sin escudos porque se hizo para una semana. Entonces al correr de la semana el programa se seguía llamando Baila la Noche no Baila la Noche La Competencia o BLN La Competencia, pero los chicos no bailaban eso y el factor audiencia y de los chicos, decidimos cambiar, además nosotros no teníamos un reality en Canal Uno, habíamos estado haciendo 3 años programas reality de baile como Báilalo entonces nos arriesgamos, pero a la gente le gustó y el director decidió arraigarse al 100% y se compró los equipos y se cambió el nombre y la escenografía.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 3. ¿Cuál cree que hayan sido los motivos de su salida?

Víctor García: No te diría de los contenidos por que recién está empezando los dos realitys tenían competencia se hacían cositas de baile y tenía situaciones con los participantes que es lo que nosotros tenemos y no te podría decir con el contenido si no la gente no viera B.L.N yo creo que es el tiempo, COMBATE estuvo 8 años al aire.

Mayra Sánchez: Hasta más parece

Víctor García: O sea llega un momento ya sea que cambie todo el elenco, los animadores productores, ya el televidente empieza a pedir algo nuevo, nosotros sabemos y estamos conscientes tal vez en uno o dos años ya no habrá B.L.N porque el televidente empieza a pedir algo diferente sobre todo con esto del internet como Nexflit. El televidente tiene más opciones para ver televisión y sobre todos con las plataformas puedes ver el programa de cualquier parte del mundo a cualquier hora que tú quieras no tiene que llegar a una hora ya está grabado. El mundo está cambiando, tal vez el Ecuador no este avanzando tan rápido y por eso no nos estamos preocupando, no tenemos que llegar a la quinceava temporada, o tenemos que llegar hasta los dos mil vientos y eso ha sido el existo del programa.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 4. ¿Cree que el formato actual es mejor que el anterior?

Víctor García: No está con respecto a Baila la Noche totalmente comprobado, o sea definitivamente, nosotros le seguimos ofreciendo al público baile, pero con otras cosas, el formato de B.L.N, es malo que lo diga yo ojo, es tan perfecto porque te permite hacer muchas cosas te permite un día darle solo baile y al siguiente día darle solo competencia o al siguiente día mezclarlo, hacer cosas de humor.

Mayra Sánchez: Que se hizo para cambiar la forma cuando solo era baile ahora como se presenta este formato que ustedes denominan como sexy dance, se puede decir que se presenta como una puesta en escena subida de tonos.

Víctor García: Más allá del sexy dance, incluso cuando el programa se llamaba Baila la Noche nosotros hacíamos ese tipo de puestas en escena, antes no existía la Ley de Comunicación, nosotros hacíamos la cosa mucho más sensual o más picaras de lo que se hace actualmente, cosas fuertes que la gente no estaba acostumbrada, entonces vino la Ley de Comunicación, pero a nosotros en realidad no es que lo dejamos de hacer, por eso cambiamos el formato de Baila la Noche a B.L.N. En la Primera Temporada de BLN La Competencia, los chicos solo competían, no bailaban.

Mayra Sánchez: Si bailan ahora porque no se mantuvo la idea durante todos los segmentos de baile que sea la misma que la anterior

Víctor García: Lo que pasó es que según lo que entendí en Baila la Noche la competencia era individual entonces entraba 13 y 14 famosos y todas las semanas todos competían en baile solamente bailaban y quedaba un solo campeón y el formato cambio a B.L.N. y se hicieron equipos cuando cambiamos el formato el programa solo era competencia.

Mayra Sánchez: Yo digo la misma idea que el anterior

Víctor García: Por eso te digo la competencia anterior era individual y ahora es en equipos.

Mayra Sánchez: Yo a lo que me refiero es por qué el baile no mantuvo el formato anterior.

Víctor García: Por eso te estoy diciendo, el formato, digo era un formato de competencia individual, competencia física al menos la primera temporada, competencia física grupal ya por eso no se mantuvo el formato, porque el nuevo formato nació como equipo en lo cual no se planificó, como toda la temporada escogemos al mejor competidor un solo día entonces de toda la temporada se hace el formato de equipo.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 5. ¿Por quienes considera qué es más visto el programa?

Víctor García: Debido al formato, contiene segmentos de baile, humor y competencias, además situaciones personales y románticas de los participantes.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 7. ¿Cree que su contenido actual es similar al de los programas de farándula?

Víctor García: Para nada nosotros no hacemos farándula, hacemos entretenimiento, la farándula también entretiene, pero es otro tipo de formato.

Mayra Sánchez: Lo decía en el sentido, ya que al ser un reality también hay estos conflictos entre los participantes

Víctor García: Esa es la base de un programa ya sea de baile, de voleibol, de futbol, la base de un reality es la relación entre los participantes no solamente de relaciones amorosas puede ser que me caiga mal alguien pero esas son las cosas que sale del programa, eso es lo que quiere ver el televidente quiere ver que la parejita este bien o de pronto hay pareja que este peleando, o que uno se pelee con el otro o que la otra le diga a la gente le gusta si no le gustara, la gente no viera el programa. Todos los programas en la televisión ecuatoriana han incluido las relaciones, ya sean buenas, amorosas, ya sean de peleas.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 8. ¿Considera el sensacionalismo como elemento clave para el despunte de un programa reality?

Víctor García: El sensacionalismo sí, el amarillismo no, son dos cosas diferentes vuelvo y repito que haya que sobrevivir al público, hay que darle de todo un poco, eso si las cosas que se repiten, hay gente nos puede decir que somos tales y tales, pero nosotros estamos en un programa de 10:30 de la noche en adelante y no es un horario para niño de pronto para adolescente, pero no es un horario para niño y es un programa de adulto

Mayra Sánchez: PREGUNTA 9. ¿Es real todo lo que se muestra?

Víctor García: Bueno el cien por ciento de las situaciones de lo que nosotros mostramos son reales, nunca vas a ver a uno de nosotros a un lado del programa diciendo algo o los chicos con un micrófono diciendo algo; esto lo hablo por B.L.N al menos a nosotros ese tipo de cosas no pasan. No se les dice que hacer, como ejemplo termina el juego quiero que pelees con tal y que hagas algo a alguien o tu tiene que ganar para que el de acá reclame, yo no creo que en realidad nadie lo haga.

Mayra Sánchez: Le preguntaba por qué si bien es cierto los reality show se prestan a interpretaciones.

Víctor García: Es que el programa es un reality show.

Mayra Sánchez: Pero algunos de estos programas se dice que manejan ciertas situaciones por parte de la producción.

Víctor García: Hay cosas que tú tienes que hacer para entretener a las personas, te voy a poner un ejemplo En Contacto de Ecuavisa es un programa matinal, pero, lo adornan con ciertas cosas, lo hacen un show, la palabra show no es nada malo, entonces hay personas que te dicen que hacen show y lo dice de una manera despectiva, pero el show qué es, es lo que tú vas a mostrar, esa es la definición de la palabra show, entonces En Contacto, aparte de su contenido normal realiza un reality de baile entre los animadores o tiene un segmento de farándula, eso hace que un programa dure o no dure, lo que tu esté dispuesto a cambiar en el programa, entonces eso es lo que pasa en B.L.N al principio de la temporada no compiten mucho, bailan, hacemos cosas de integración, cosas más divertidas, en medio de la temporada a veces hacen competencia de baile individual y a veces entre equipos.

Mayra Sánchez: Usted se involucra en la sociedad

Víctor García: Si has visto el programa no siempre uno se puede golpear el pecho y te voy a decir que de vez en cuando hacemos cosas así y la mostramos al aire y hay cosas que no se muestran al aire, nos llegan cartas como de fundaciones que a veces nos piden chicos para una mañana deportiva y a veces no pueden venir hay cosas que no se muestra en la pantalla.

Mayra Sánchez: Los colegios

Víctor García: Hay colegios que nos piden para la elección que vengan para que anime las campañas, hay cosas que nos llega y nosotros enviamos a los chicos y hay cosas que no salen en televisión y hay cosas que no se pueden mostrar en televisión, hay cosas que como ejemplo si le doy un chicle a un niño no tengo que decirlo, subirlo, tomar una foto al Instagram o decir le di un chicle a un niño y somos felices por lo que somos, una amenaza para los otros programas.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 10. ¿Qué opina en cuanto al contenido sexual que también se muestra?

Víctor García: El problema con nuestras sociedades lamentablemente es que tienen doble moral, la cara de la gente que le gusta ver las cosas y la gente que ve lo negativo, en

realidad nosotros no nos importa lo que la gente nos diga, las páginas de farándula, ya sea televisión, radio, siempre van hablar de nosotros, no solo de B.L.N si no de los todos los famosos, el medio público y lamentablemente siempre van hablar de una persona, entonces puede ser que hayan hecho algo, yo lo veo como algo positivo bailar dentro del programa para ganar, no se están teniendo relaciones sexuales en vivo, no se estaban besando, no se estaban mordiendo, no se están agarrando de una forma morbosa. Al criticar y está bien que lo critiquen, hay personas que no les gusta el programa, no es para todo el mundo, el programa es para la personas que les gusta, y para aquellos que no les gusta, el televidente él tiene todo el derecho de cambiar de programa, eso está perfecto; el problema viene que siendo una mala persona, me ponga a difundir de una manera maliciosa El problema que es que, este tipo de programa lo venimos haciendo desde la segunda temporada, existe desde la Baila la Noche, lamentablemente Sara Toscano está en el ojo del huracán por varias cosas, a la gente que le gusta destruir a gente medio caído, entonces se dice terminemos de patear al que está en el piso; al menos Sara quien está desde la segunda temporada, ya va a tener 4 años trabajando con nosotros, digo que yo la voy a defender o que porque es mi amiga y no es mi amiga nosotros, gracias a Dios no tomamos en cuenta este tipo de cosas, a mí me molesta que todo los días, ya que todos los días hacemos un baile sexy digan B.L.N esto o aquello, pero Sarah Toscano y los videos que ha hecho y pone, qué opinas de esto entonces ella recién salió de una relación, no las estas están besando, no están tenido relaciones sexuales, y cada quien vive su vida, pero debe haber un cierto grado de respeto y en televisión no he visto nada negativo, sobre ese tema, pero en redes sociales lamentablemente no hay control sobre este tipo de comentario o cosas negativas.

FICHA DE ENTREVISTA A LILI LARREA (PSICOLOGA CLÍNICA)

Mayra Sánchez: PREGUNTA 1. Desde la perspectiva de la psicología, ¿cuál es su análisis sobre los programas reality?

Lili Larrea: Estos programas son modelos a seguir generalmente por la adolescencia, por la juventud, porque son reflejos para que ellos sepan cómo comportarse. La juventud siempre anda en busca de algo y cuando se presentan estos reality lo único que ellos hacen es copiar

su vestuario, su manera de ser, su carácter para hacerse ellos notar y ser alguien en la sociedad.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 2. ¿Cuál considera que es el fin de estos programas?

Lili Larrea: El fin de estos programas es la publicidad, hacerse famosos, vender productos. Hay personas que nunca han sido nada en la vida, entran a este tipo de programas valiéndose de cualquier cosa para hacerse famosos. Han salido en la televisión muchas veces casos de personas que han sido violadas por integrantes o productores de estos programas, ellos hacen lo que sea para entrar porque yo se sienten famosos y cuando entran estos reality se les abren las puertas para cualquier tipo de programa.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 3. ¿Ha visto alguna vez el programa BLN La Competencia? ¿Qué piensa en cuanto a su contenido?

Lili Larrea: Sinceramente le puedo decir que no veo ese programa actualmente, sin embargo, antes veía otros programas, aunque llegó un momento que ya me cansaban porque siempre caían en un mismo.

Mayra Sánchez: Al referirse en lo mismo

Lili Larrea: Por ejemplo caían mucho en la vulgaridad, mi hija veía un programa de estos en México y no me gustaba y le hice caer en cuenta del lenguaje vulgar que utilizaban en ese programa y en las escenas muy fuertes, ya que había demasiado sexo explícito y me parecía que no era dable que se presentara en la televisión, no es que me considero una mojjgata, pero no creo que sea un lenguaje tan fuerte sea el que se utilice, además se utilizaban escenas sexuales demasiado atrevidas y estos programas a veces lo ven niños; y esto hace que los niños tergiversan lo que es la sexualidad.

Mayra Sánchez: En este caso visto por jóvenes respecto al lenguaje utilizado que puede comentar.

Lili Larrea: No sería el apropiado, el lenguaje es sumamente vulgar, unos lenguajes fuertes caen en improprios sin ningún reparo, no tiene ninguna consideración el hombre

para la mujer o la mujer para el hombre, escenas que deja mucho que desear, no creo que sirvan de modelo de aprendizaje para la juventud.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 4. ¿A qué tipo de persona puede influir más?

Generalmente capta la atención de los adolescentes porque cómo le dije anteriormente, los Adolescentes buscan modelos a seguir

Mayra Sánchez: PREGUNTA 5. ¿Considera usted que el programa reality BLN La competencia puede influir en los jóvenes?

Lili Larrea: Por supuesto estoy igual que todos los programas que han habido o que ya están en decadencia en la televisión y los que actualmente se mantienen pero ya se puede observar que en otras partes como en Europa o en América Latina ya han ido desapareciendo, porque son procesos que va pasando la sociedad y esto poco a poco tiene que pasar, pero estos programas influyen por supuesto como ya le dije anteriormente influye en 100% en la juventud y de forma negativa ya que no son modelos a seguir como una juventud que usted considere que sean de provecho para el mañana.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 6. ¿De qué manera?

Es la manera de entretenerse de pasar el tiempo, una manera de des estresarse, una manera de ser lo que ellos no han sido porque muchas veces ven el programa deseando ser así, pero hay muchas restricciones, muchos estereotipos, muchos roles que no los dejan ser así y esa es la manera como quien dice de identificarse con ese tipo de personajes en la realidad ellos saben que no podrían ser.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 7. ¿Los jóvenes o público adulto que observen este tipo de programas pueden llegar a imitar cierto tipo de conducta?, como la forma, de vestirse, bailar.

Lili Larrea: Por supuesto porque este tipo de programas lo que sirve es como modelo a seguir, modelo de aprendizaje con conductas negativas, conductas erróneas que lo que hace es que la juventud los vea y diga eso es lo que yo tengo que hacer, ese tipo es chévere y sigue en el mismo lenguaje, el mismo comportamiento y muchas veces utilizan la misma ropa para

estar en la onda, también adquieren expresiones, algunas sumamente vulgares. Muchas veces me sorprende al pasar por los pasillos, al escuchar que los chicos se expresan y se comportan de manera sumamente vulgar sin ningún respeto a sus compañeros o pares, actualmente se expresan así delante cualquier persona, todo se debe a que han copiadas maneras de expresarse muchas veces tengo pacientes que se quejan y dicen que no pueden ser como antes, que ellos necesitan estar en la onda, no puedo ser tranquila tranquilo debido a que si no quedó fuera de mi círculo social.

Mayra Sánchez: Es increíble como como el entorno en el cual la persona se encuentran o lo que observa lo puedo llevar a sentirse en cierto grado, existe una manipulación para el querer ser aceptado o no ser rechazado por adoptarse algún tipo de conducta

Lili Larrea: Muchas veces las jóvenes se deprimen y me dicen doctora necesito ser así o no soy aceptada, muchas veces alumnos míos, que son en el curso brillantes y tienen un lenguaje muy los veo bajar por las escaleras y son otra cosa dicen vulgaridad delante de las chicas, delante de profesores y me pregunto si son ellos mismos.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 8. En el caso de ser así ¿cuáles serían estos patrones de conducta?

Lili Larrea: Conductas vulgares, conductas violentas contra su pareja por esto, usted puede ver que la cantidad de femicidios, las conductas que hay en las relaciones disfuncionales se han acentuado en la familia, porque ellos ven en la televisión, ven en los programas este tipo de conducta, esta relación mala que hay entre sus pares y lo copian porque ellos dicen que eso está bien

Mayra Sánchez: PREGUNTA 9. ¿Qué considera usted que capta la atención a estos programas por determinados grupos? Y ¿por qué?

Lili Larrea: Generalmente capta la atención de los adolescentes porque cómo le dije anteriormente, los Adolescentes buscan modelos a seguir y luego vienen los chicos de 18 a 25 años que ya tiene su personalidad un poco más formada, pero ellos siguen viendo estos modelos chéveres que están en la onda, ellos dejan sus constructos, sus estereotipos que

posiblemente le hayan enseñado algo de valores en la casa y al ver eso ellos les gusta porque dicen que así es la sociedad.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 10. Psicológicamente, ¿Qué los motiva a ver este tipo de contenidos?

Lili Larrea: Muchas veces porque ven este programa por el morbo, por ver qué es lo que pasa entre ellos, por el masoquismo ya que en estos programas hay mucha violencia ya que caen en ese tipo de situaciones, quieren ver el programa para ver cómo se tratan, como son las relaciones entre ellos, si le pega no le pega, si lo insultas o no y ellos siguen este programa.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 11. Los reality shows se autodeterminan como programa concurso, sin embargo, lo que siempre se destaca en ellos es el sensacionalismo o exhibicionismo, ¿a qué se debe?

Lili Larrea: Porque son programas que venden, por ejemplo, si usted va a poner un programa de cultura con la gente demasiado cubierta, la gente coge y le apaga la televisión, pero mientras más se descubran tanto hombres como mujeres y tengan un físico sobresaliente lógicamente que ahí están las personas viendo los programas. A ello no les interesa el efecto negativo que pueda tener en los adolescentes, los jóvenes, las familias, lo les importa es llenar sus bolsillos, tener marketing mientras ellos estén en un rating de 9 de 10 que es altísimo porque mientras más se desnudan, más usan el lenguaje violento más rating tienen, por eso promueven este tipo de programas.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 12. Una de las características del programa que se está analizando es la presencia de exhibicionismo y contenido sexual explícito, desde el punto de vista psicológico ¿de qué manera afecta esto a los jóvenes?

Lili Larrea: Lo que hace es desvirtuar el concepto de lo que es la educación sexual, entonces piensan que entre más se exhiben, más se muestren, más mal se traten, utilicen comportamientos de violencia o comportamiento en el que puedan hacer daño a sus pares, ellos irán a seguir sus tipos de modelos, estos programas lo destruyen es lo que el ser humano es, por eso es que ahora las chicas están muy perdidas en cuanto a su identidad, no

saben lo que realmente quieren seguir o quiénes son ellas y ya tiene muchos problemas de identidad con verdadera depresión y frustración ya que no saben qué hacer y ellos quieren más a costa de cualquier cosa.

Mayra Sánchez: Usted considera que este programa o este tipo de programa valla a desaparecer.

Lili Larrea: Sinceramente no lo que sembramos podría hacer es la puerta apertura a personas más fuertes.

FICHA DE ENTREVISTA A ROBERT PÁRRAGA (SOCIOLÓGO)

Mayra Sánchez: PREGUNTA 1. Desde el punto de vista de la sociología, cual es la lectura que usted da a los programas de reality show.

Robert Párraga: Sobre la primera pregunta, yo creo que hay muchas cosas que pudiéramos decir de los reality shows del formato tipo BLN La Competencia en la ciudad de Guayaquil o en la televisión ecuatoriana, ya que es un reality show es un formato en donde se meten muchas y que posee distinto formato. Las observaciones que pudiéramos hacer desde la sociología, es que los jóvenes tienen el deseo de llamar la atención, de trascender, por eso buscan a través de programas que generan ese impacto, como volverse famoso y conseguir un ingreso, sobre todo volverse famoso.

Respecto a la primera pregunta de una operación que se hace también es con respecto al ocio. este tipo de problema tienen gran impacto dado que la gente dedicarles horas de su ocio sentándose frente al televisor mirar a observar todas las cosas que se ven en la televisión nacional y se crean falsas figuras semi-famosos como resultado de este fenómeno de que la gente no invierte adecuadamente sus horas de ocio, sino que se sienta frente a la televisión a consumir todo lo que nos ofrecen y entonces se estimulan ese tipo de programas precisamente cuando los rating son elevados y empiezan a ser competencias entre ellos, de tal forma que tener rating en un momento dado es muy importante para los canales ya que le permite lucrar o pactar la publicidad

Mayra Sánchez: PREGUNTA 2. ¿Cuál considera que es el objetivo principal?

Robert Párraga: La segunda pregunta se refiere al objetivo principal el cual es simplemente comercial, se basa en captar audiencia. Ya que, si hay audiencia y si lo demuestra, tiene publicidad y si tiene publicidad, tiene financiamiento y si tiene financiación, tiene ingresos y ganancias. Entonces estos esfuerzos desesperados por hacer cosas que cada vez llamen más la atención para captar audiencia que permitan contratar publicidad y tener su existencia asegurada.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 3. ¿De qué manera influye en la sociedad y en los jóvenes?

Robert Párraga: En la sociedad y sobre todo en los jóvenes, este programa influye negativamente ya que se crean estereotipos, patrones o prototipos, modelos falsos de gente que se convierten en patrones a seguir.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 4. Considera usted qué el contenido de BLN La Competencia, el cual evidencia el sensacionalismo y el exhibicionismo puro, influye en el público joven.

Robert Párraga: En la sociedad y sobre todo en los jóvenes, este programa influye negativamente ya que se crean estereotipos, patrones o prototipos, modelos falsos de gente que se convierten en patrones a seguir, delante de los jóvenes, por ejemplo un chico de reality debe ser debe ser musculoso, estar a la moda, ser atractivo moverse bien, estar lleno de lujos y ganancias, pero la vida práctica no es así, produciéndose falsos modelos que afectan a la sociedad, ya que estos jóvenes no aporta mucho ni a la sociedad, ni en la vida de nadie ya que éstos viven su vida, hacen lo que le da la gana y que tienen contratos de publicidad, aparecen en vallas publicitarias, eventos y de esta forma es que logran tener fama, dinero. Todo esto crear una imagen falsa para nuestra juventud.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 5. ¿Por qué la gente, y los jóvenes en particular, se sienten atraídos por este tipo de programas? ¿Se identifican con ellos?

Robert Párraga: Consideró que las personas no se identifican con las personas y con los programas más bien para los jóvenes es el ideal a alcanzar es decir ellos se idealizan y se proyectan de esa manera creen que es el estado ideal de un joven como cualquiera los protagonistas del reality y lo convierten en parte de su familia las redes sociales y están pendiente lo que ellos hacen es más bien el deseo de ser como ellos que te sentirse identificados con ellos.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 6. Los programas reality han sido hasta la fecha bastante analizados, sin embargo, pese a que algunos han salido de la TV nacional aún existe el rechazo de la sociedad por el tipo de contenido que brindan ¿Cómo considera usted que deberían actuar los medios para que exista un cambio?

Robert Párraga: Los medios obedecen a los intereses de sus dueños, los contenidos de los programas no son objeto de ellos, sino del rating, aquí quien gana es el rating, si el rating es alto el programa va y el contenido es lo de menos. Nadie va a actuar mientras a los dueños les interese pactar publicidad a costa de cualquier contenido en su programa

Mayra Sánchez: PREGUNTA 7. Considera que este tipo de programa fomenta antivalores.

Robert Párraga: Obvio que fomente antivalores y no sólo antivalores comenta la fama un estilo de vida y un prototipo de jóvenes que no corresponden a nuestra realidad.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 8. Considera usted que también influye bastante el nivel socio-cultural de las personas, para que tengan inclinación por este tipo de programa.

Robert Párraga: Yo no diría que influye el nivel sociocultural de las personas, yo diría más bien que influye el nivel educativo de la sociedad. Una sociedad educada no es impuntual, no roba, no comete actos de corrupción, es respetuosa, una sociedad bien educada no mira programas basura, se educa permanentemente y busca su superación, pero, en la tan escasa

educación que tiene nuestro país n creo que se puede aspirar a que la televidencia sea capaz de discriminar los programas por su contenido.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 9. Pero, indiferente de ello. ¿Cree que aporta algo?

Robert Párraga: Considero que estos programas no aportan en nada, son para el ocio y para el entretenimiento, la gente que quiere ver una programación que venda carne, que vendan sensualidad, que venda problemas, escándalos y todo ese tipo de sensacionalismos que traen este tipo de programas. Creo que aporta nada más al bolsillo del dueño del canal.

FICHA DE ENTREVISTA A EDUAR CANDELARIO (ABOGADO)

Mayra Sánchez: PREGUNTA 1. ¿Qué opina sobre los tipos de leyes que regula los programas de farándulas?

Eduar Candelario: A partir del 2008 con la creación de la Constitución permitió una amalgama de leyes en este caso, regulación de contenido especificado en los artículos 18 y 19 que dieron paso al tema de responsabilidad ulterior y posteriormente se pudo crea la Ley de Comunicación y esta regulación permite no solo la defensa de los medios de comunicación sino también para los televidentes que prefieren ver estos programas, por tanto, es muy bueno.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 2. ¿Qué opina de la ley de comunicación promovía la producción nacional de programas, como influyó en los programas de entretenimiento?

Eduar Candelario: Desde mi punto de vista existe una gran motivación por parte del Estado para la producción y creación de programas nacionales de esta manera se incentiva la producción nacional en cuanto a televisión y de hecho esta la Universidad las Artes. Creo que influye muy bien en la participación y creación de programas nacionales.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 3. Según su punto de vista, la Ley de Comunicación hoy sujeta a modificaciones, cree que tuvo un aporte sobre los programas de entretenimiento.

Eduar Candelario: Si tuvo un aporte a los programas de entretenimiento porque de una u otra manera permite que se motive la producción nacional, obviamente no existía la calidad

necesaria o el impacto adecuado por tanto se produjeron muchos programas repetitivos como concursos, reality shows, entre otras cosas que no aportaron a nivel académico.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 4. ¿Cómo la Ley de Comunicación sanciona la responsabilidad ulterior de los chicos reality?

Eduar Candelario: Dentro de la Ley de Comunicación una vez que una persona sea un personaje público, en este caso un chico reality de un programa como BLN la competencia podría ser sancionado debido a que la responsabilidad ulterior es aquella que contraviene la Constitución y las leyes en este caso la Ley de Comunicación. Igualmente, la responsabilidad ulterior se centra en el impacto o en este caso de un comentario que influya a nivel nacional.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 5. La ley de Comunicación como protege a los televidentes de contenido de programa de farándula como BLN.

Eduar Candelario: La Ley de Comunicación protege el televidente y cualquier otro implicado dentro de la ley como es el caso de David Reynoso, quien fue demandado por utilizar una frase en su programa y la suma de la demanda fue de \$120000.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 6. La Constitución protege a los programas de televisión por algún impase en la televisión

Eduar Candelario: Aquí una cuestión bastante importante ver los noticieros por ejemplo la noticia entre otros tienen la facultad y la responsabilidad de verificar y contrastar las fuentes. Así que si alguien quiere dañar la honra a estas personas y este canal estará sujeto a sanciones.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 7. ¿Por qué los programas como BLN La Competencia no pueden ser transmitidos en horario familiar?

Eduar Candelario: La ley de comunicación estipula la distinción de varios horarios. BLN La Competencia se transmite en horario para adultos por tanto solo debe ser vista por estos.

Mayra Sánchez: PREGUNTA 8. ¿Cuándo se sancionan a un programa el canal también comparte responsabilidades o no?

Eduar Candelario: El canal también responde, por el hecho de que existe la responsabilidad solidaria, esto significa que si alguien hace un comentario inapropiado el canal es también responsable por emitirlo.

FORMULARIO DE ENCUESTAS

- 1. Conoce usted lo que es un Reality Show**
 - Programa concurso con baile
 - Programa concurso con canto
 - Programa de cocina
 - Todas las anteriores

- 2. ¿Sabe de qué se trata el programa BLN, la competencia?**
 - Sí
 - No
 - Más o menos

- 3. ¿Por qué ve el programa?**
 - Por sus participantes
 - Por los conductores
 - Por los conflictos e historias que se crean

- 4. ¿Considera usted que el programa BLN La Competencia aporta con valores para la juventud?**
 - Sí
 - No
 - A veces

- 5. ¿Considera usted que el programa y el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia influye en los jóvenes?**
 - Sí
 - No
 - A veces

- 6. ¿De qué manera influye?**
 - En el comportamiento

- En la forma de hablar
- En la forma de vestir
- En ninguna

7. ¿Considera usted que el programa BLN La Competencia aporta en el lenguaje y en la educación de los jóvenes?

- Sí
- No
- A veces

8. ¿Utiliza alguna de las expresiones que ha escuchado en el programa?

- Sí
- No
- A veces

9. ¿Cómo califica a las presentaciones de “baile” que se realizan en el programa?

- Vulgares
- Medio vulgares
- No vulgares

10. ¿Cómo califica su contenido audiovisual?

- Bueno
- Malo
- Regular

11. ¿Considera a los participantes modelos a seguir para los jóvenes?

- Si
- No