



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA PERIODISMO**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN PERIODISMO

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL
DEL PROGRAMA CASO CERRADO, EN LOS JÓVENES DEL NOVENO
Y DÉCIMO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DEL COLEGIO FISCAL
MIXTO AGUSTÍN VERA LOOR, DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

TUTOR:

LCDO. JOSÉ LUIS FEREZ, Msc.

AUTORES:

JORGE JESÚS ANDINO COELLO

ALEX MANOLO SÁENZ JURADO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015

CERTIFICADO DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Guayaquil, 23 de noviembre del 2015

Facultad de Ciencias Sociales y Derecho
Carrera Periodismo
Universidad Laica Vicente Rocafuerte
Ciudad.-

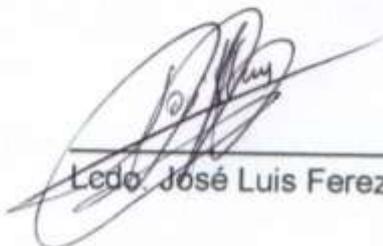
De mis consideraciones:

Una vez que se ha terminado el proceso de revisión de la tesis titulada:

“ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL LENGUAJE COMUNICACIONAL DEL PROGRAMA CASO CERRADO, EN LOS JÓVENES DEL NOVENO Y DÉCIMO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DEL COLEGIO FISCAL MIXTO AGUSTÍN VERA LOOR, DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” de los autores Alex Manolo Sáenz Jurado y Jorge Jesús Andino Coello, previo a la obtención del título de licenciado en periodismo, indico a usted que el trabajo se ha realizado conforme a la hipótesis propuesta por los autores, cumpliendo con los demás requisitos metodológicos exigidos por su dirección.

Particular que comunico a usted para los fines consiguientes.

Atentamente



Ledo. José Luis Ferez, Msc.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

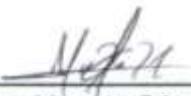
Alex Manolo Sáenz Jurado y Jorge Jesús Andino Coello

DECLARAN QUE:

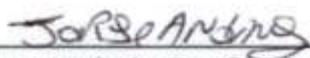
El proyecto de investigación denominado "**Análisis de la incidencia del lenguaje comunicacional del programa caso cerrado, en los jóvenes del noveno y décimo año de educación básica del Colegio Fiscal Mixto Agustín Vera Llor, de la ciudad de Guayaquil**" ha sido elaborado en base a una investigación exhaustiva, respetando los derechos intelectuales de otros autores, conforme a lo establecido a las normas APA 6, se citaron las ideas vertidas por otras personas, cuya fuente se incorporan en la bibliografía.

En ese contexto, este trabajo es de nuestra autoría. En virtud de esta declaración expresa, nos responsabilizamos del contenido veracidad y alcance del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, a los 29 días del mes de octubre del año 2015



Alex Manolo Sáenz Jurado



Jorge Jesús Andino Coello

AUTORIZACIÓN

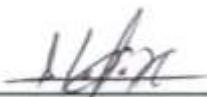
Alex Manolo Sáenz Jurado y Jorge Jesús Andino Coello

DECLARAN QUE:

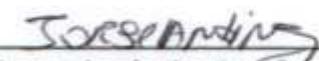
Autorizamos a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil la publicación en la biblioteca de la institución el proyecto de investigación denominado **"Análisis de la incidencia del lenguaje comunicacional del programa caso cerrado, en los jóvenes del noveno y décimo año de educación básica del Colegio Fiscal Mixto Agustín Vera Loor, de la ciudad de Guayaquil"**.

Cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad total y autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de octubre del año 2015



Alex Manolo Sáenz Jurado



Jorge Jesús Andino Coello



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil**

**Facultad de Ciencias Sociales y Derecho
Carrera de Periodismo**

HOJA DE CALIFICACIONES

El Tribunal Examinador, previo a la obtención del Título de Licenciado en Periodismo otorga al presente proyecto las siguientes calificaciones:

TRABAJO ESCRITO	()
EXPOSICIÓN ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE A	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR (A) DELEGADO

PROFESOR (A) DELEGADO



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
De Guayaquil**

**Facultad de Ciencias Sociales y Derecho
Carrera de Periodismo**

HOJA DE CALIFICACIONES

El Tribunal Examinador, previo a la obtención del Título de Licenciado en Periodismo otorga al presente proyecto las siguientes calificaciones:

TRABAJO ESCRITO	()
EXPOSICIÓN ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE A	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR (A) DELEGADO

PROFESOR (A) DELEGADO

DEDICATORIA

Mi deseo es dedicar este proyecto de titulación a Dios sobre todas las cosas, y de manera muy especial a mi padre Jorge Andino Ullauri quién ya está descansando en el cielo.

Él siempre con sus consejos y buenos ejemplos me supo guiar por el camino del bien y además me enseñó que en la vida los objetivos que uno se propone se los alcanza con esfuerzo, dedicación, perseverancia y venciendo cualquier obstáculo en el camino. Sin hacerle daño a nadie.

JORGE ANDINO COELLO

AGRADECIMIENTO

“El principio de la sabiduría es el temor a Jehová: los insensatos desprecian la sabiduría y la enseñanza”.

Mi deseo es agradecer desde el fondo de mi corazón a 2 seres humanos extraordinarios y pilares fundamentales que Dios me puso en esta vida. Mi madre la Abg. Elizabeth Coello Acuña y mi tío el Lcdo. Marcos Andino Roditty quienes con su apoyo, consejos y respaldo total me ayudaron a salir a delante en los momentos más difíciles de esta etapa de mi vida, agradezco también a mis hermanos Evelyn y cristhian y a mi sobrina Irisney por todo el respaldo brindado de principio a fin en este proyecto de titulación

JORGE ANDINO COELLO

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo y trabajo investigativo a todas aquellas personas que han estado , están y estarán siempre presentes de una manera incondicional en mi camino, y sobre todo a mi padre Leonardo Sáenz Haro y mi madre Patricia Jurado Ávila que depositaron fielmente su confianza en los esfuerzos que he emprendido, emprendo y emprenderé durante los días que Dios me de vida al servicio de los demás.

ALEX MANOLO SÁENZ JURADO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido a través de mi querida esposa Stefania Bzurto, y mi hijo Santhiago Sáenz Bzurto por brindarme todo su apoyo incondicional para llegar a la meta final de mi carrera Universitaria. Por lo antes expuesto es grato reconocer el apoyo que mi familia y amigos, sin ellos no hubiera sido posible llegar con éxito a esta etapa de mi vida y para poder culminar este proyecto de tesis con mucho anhelo.

ALEX MANOLO SÁENZ JURADO

Índice de Contenido

RESUMEN	XVIII
ABSTRACT	XIX
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1.1 Tema	3
1.2 Diagnóstico	3
1.3 Definición del problema de investigación.....	5
1.4 Justificación	6
1.5 Objetivos de la investigación	9
1.5.1 Objetivos generales.....	9
1.5.2 Objetivos específicos.....	9
1.6 Intencionalidad de la investigación	9
1.7 Antecedentes	11
CAPÍTULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1 Estado del conocimiento.....	16
2.2 Fundamentación teórica	20
2.2.1 Fundamentación legal	25
2.2.2 Fundamentación psicológica	30
2.2.3 Fundamentación sociológica	35
2.2.4 Fundamentación comunicacional	39
2.3 Hipótesis.....	63
2.3.1 Hipótesis correlacionales.....	63
2.3.2 Hipótesis específicas	64
2.4 Variables	64
CAPÍTULO III	65
METODOLOGÍA	65
3.1 Métodos, técnicas e instrumentos	65
3.2 Aplicación de instrumentos	65
3.2.1 Encuestas.....	67
3.2.1 Entrevistas.....	67
3.3 Procesamiento de datos	67
3.4Análisis de entrevistas	79
CAPÍTULO IV.....	82
INFORME TÉCNICO FINAL	82
4.1 Propuesta	82
4.1.1 Título de la propuesta.....	82
4.1.2 Justificación.....	82
4.1.3 Objetivos de la propuesta.....	84

4.1.4 Importancia.....	84
4.1.5 Ubicación sectorial y física	86
4.1.6 Factibilidad	86
4.1.7 Descripción de la propuesta	87
4.2 Conclusiones	104
4.3 Recomendaciones	105
5. Bibliografía	106
Anexos	111
Anexo. Entrevista a un comunicador	111
Anexo. Entrevista a una profesora.....	113
Anexo. Entrevista a una psicóloga.....	115
Anexo. Entrevista a un padre de familia	117
Anexo. Fotos de encuestas y entrevistas	120

Índice de Figuras

Figura 1. Elementos de la comunicación	42
Figura 2. El proceso de la comunicación	44
Figura 3. Reporteros de televisión	46
Figura 4. Cine como transmisor de propaganda nazi	47
Figura 5. Emerson Morocho en cabina y personaje.....	48
Figura 6. Cabina de la emisora En Ecuador hay música	48
Figura 7. Periódicos de Ecuador.....	50
Figura 8. Revista digital Awake	51
Figura 9. El show de Cristina (1989-2010).....	56
Figura 10. Laura (1998-2008)	57
Figura 11. Escena de Laura de todos	58
Figura 12. Escena del programa El Justiciero.....	59
Figura 13. Ana María Polo	59
Figura 14. Sala de Parejas (2001-2005)	60
Figura 15. Escena de Caso Cerrado.....	61
Figura 16. Ana María Polo en Caso Cerrado	61
Figura 17. Pregunta 1: Sexo	68
Figura 18. Pregunta 2	69
Figura 19. Pregunta 3	70
Figura 20. Pregunta 4	71
Figura 21. Pregunta 5	72
Figura 22. Pregunta 6	73
Figura 23. Pregunta 7	74
Figura 24. Pregunta 8	75
Figura 25. Pregunta 9	76
Figura 26. Pregunta 10	77
Figura 27. Pregunta 11.....	78

Índice de Tablas

Tabla 1. Pregunta 1: Sexo.....	67
Tabla 2. Pregunta 2.....	68
Tabla 3. Pregunta 3.....	70
Tabla 4. Pregunta 4.....	71
Tabla 5. Pregunta 5.....	72
Tabla 6. Pregunta 6.....	73
Tabla 7. Pregunta 7.....	74
Tabla 8. Pregunta 8.....	75
Tabla 9. Pregunta 9.....	76
Tabla 10. Pregunta 10.....	77
Tabla 11. Pregunta 11	78

RESUMEN

Se condujo el siguiente proyecto de investigación para conocer la posición de los adolescentes con respecto al talk show Caso Cerrado. La idea fue identificar cuál es la percepción de dicho programa en los estudiantes del noveno y décimo año de educación básica del colegio fiscal mixto Dr. Agustín Vera Llor de la ciudad de Guayaquil.

Las motivaciones de esta tesis se encuentran en el primer capítulo, en el cual además se definen los objetivos del proyecto, la situación actual y su diagnóstico. En este apartado se determinó que es necesario crear espacios que les permita a los jóvenes mantener una actitud positiva y no crear cambios negativos en su personalidad.

Para sustentar esta idea, se llevó a cabo una investigación bibliográfica, que incluye un repaso a otros estudios elaborados sobre esta temática que destacan la violencia simbólica que hay detrás de los contenidos de los talk shows, la recepción de la familia, entre otros. También se resaltó la teoría de comunicación de masas, que afecta a esta problemática; y los fundamentos legales, psicológicos, comunicacionales y sociológicos del tema.

El siguiente paso en la investigación fue definir las entrevistas y encuestas necesarias para el proyecto. Se entrevistó a la periodista Justin Pincay, a la profesora Silvia Vinuesa (catedrática del colegio) y la psicóloga clínica Wendy Ruiz para que cada una rindiera su perspectiva sobre la temática estudiada, desde el punto de vista de sus profesiones.

Finalmente, el proyecto entregó una propuesta para la creación de un programa que incentive la formación cultural en los jóvenes, en formato entretenido con el fin de disminuir en el público su interés por shows televisivos que no aportan en su desarrollo.

ABSTRACT

The following research project to determine the position of adolescents with respect to Case Closed talk show was conducted. The idea was to identify what is the perception of the program elements students in ninth and tenth years of basic education mixed school tax Dr. Agustin Vera Loor city of Guayaquil.

The motivations of this thesis are found in the first chapter, in which further the objectives of the project are defined, the current situation and diagnosis. This section was determined that it is necessary to create spaces that allow them to young people keeping a positive attitude and not create negative changes in his personality.

To support this idea, it conducted a literature search, which included a review of other studies conducted on this subject symbolic violence that stand behind the contents of the talk shows, receiving family, among others. The theory of mass communication, which affects this problematic also REALTO; and legal, psychological, communication and sociological foundations of the subject.

The next step in the research was to define the interviews and surveys necessary for the project. Justin Pincay journalist were interviewed, the teacher Silvia Vinueza (college professor) and clinical psychologist Wendy Ruiz for each surrendered their perspective on the subject studied, from the point of view of their professions.

Finally, the project submitted a proposal for the creation of a program that encourages cultural education on youth, entertaining format in order to reduce the public interest in television shows that do not contribute to its development.

INTRODUCCIÓN

La televisión es el medio de comunicación y entretenimiento más utilizado a nivel mundial. La disponibilidad alta de poseer un televisor y la reducción de costos de los diferentes servicios de televisión pagada, hacen de esta oferta de entretenimiento aún más atrayente para las personas de distintas clases socioeconómicas.

No obstante, un especial sobre tv pagada de la publicación Ecos (2012) asegura, en base a cifras de la Superintendencia de Telecomunicaciones, que a 2011 los usuarios de este servicio fueron de más de 400.000, mayormente de estrato poblacional alto. De ahí que esta tendencia es incipiente en las preferencias del consumo.

La televisión nacional ofrece un amplio rango de diversidad en programas, los cuales son transmitidos a una concertada hora dependiendo de que el contenido sea apto y adecuado para la población objetivo del programa. La Ley de Comunicación, expedida hace dos años (Asamblea Nacional, 2013), obliga a los canales de televisión a transmitir los diferentes programas en los bloques de horarios correspondientes al tipo de contenido ofrecido.

El alto consumo de televisión por parte de los niños y adolescentes es un tema de inquietud en la actualidad. Todo esto adquiere mayor preocupación si se combina la ausencia de los padres para orientarlos sobre los contenidos que consumen y supervisar los programas que observan, a razón de que no pueden estar en sus casas por su trabajo.

Más preocupa todavía porque en los horarios disponibles para los niños y jóvenes cuando están en casa, es decir, entre que llegan del colegio hasta que lleguen sus padres del trabajo, los programas que prevalecen en la televisión son más de corte de entretenimiento (y dentro de ello, los programas mencionados) que los educativos.

Para propósitos de este trabajo de investigación, se ha escogido al talk show Caso Cerrado, emitido por RTS, al ser un programa con un alto

rating que expone casos de divorcio, adopciones, custodia y violencia doméstica. Para exponer estas situaciones, muchas veces se utiliza lenguaje verbal y corporal fuerte, por lo que podría considerar que pueden ser no apropiadas para la hora televisiva en la cual el programa es transmitido. En ese sentido, se pretende analizar si es adecuado el horario de transmisión con respecto a lo que ordena la Ley de Comunicación sobre ello.

Para esta investigación es importante analizar el rol de los medios de comunicación social o de masas para comprender los efectos que ocasiona sobre los diferentes grupos de edades, especialmente a los adolescentes, quienes están construyendo su criterio y requieren diferenciar los diversos contenidos que consumen en los medios.

Se va a recopilar información bibliográfica para fundamentar el proyecto con base al problema planteado. Su funcionalidad es delimitar los conceptos y teorías fundamentales para el proyecto como las teorías de comunicación de masas, los fundamentos legales en relación al tema estudiado, los procesos comunicacionales, el peso de los medios y los tipos de talk shows existentes y su influencia en la sociedad.

Asimismo, es necesario conducir una investigación de campo a través de encuestas a un grupo del colegio fiscal mixto Agustín Vera Llor, de noveno y décimo año, para obtener información de exacta procedencia acerca de la frecuencia con la cual ven el programa Caso Cerrado y cómo dicho programa afecta su comportamiento. También se pretende observar directamente la manera de comportarse de los alumnos en el colegio, con lo que se busca facilitar el análisis de este problema.

CAPÍTULO I

1.1 Tema

Análisis de la percepción del talk show Caso Cerrado en jóvenes del noveno y décimo año de educación básica del colegio fiscal mixto Agustín Vera Loor, de la ciudad de Guayaquil, en el periodo julio – agosto del 2015.

1.2 Diagnóstico

Los medios de comunicación social o de masas son conocidos como herramientas que permiten relacionar a las personas con los hechos que ocurren en el mundo. Son generadores y replicadores de las nuevas tendencias culturales y sociales, que van desde la moda, la políticas e incluso los valores. También sirven como una vitrina publicitaria indispensable para el desarrollo comercial.

Sumado a lo anterior, los medios de comunicación además facilitan el intercambio de ideas, opiniones y conocimiento entre otras culturas y realidades ajenas a quien observa, lee o escucha. Todo esto se puede resumir en tres funciones básicas de los medios: informar, formar y entretener.

Actualmente, gracias a Internet, los individuos están ahora más informados que antes, debido a la inmediatez que ofrece esta herramienta para conseguir la información más actualizada y en el momento que se produce. Incluso, las herramientas digitales han permitido que cualquier ciudadano pueda reportar contenidos noticiosos desde su origen, desde su papel de protagonista espectador.

No obstante, apenas 3 de cada 10 ecuatorianos utiliza el Internet, según las cifras recogidas del último censo de Población y Vivienda (INEC, 2010) por lo que, de los demás medios, como la radio y la prensa

escrita, la televisión tiene más fuerza para los ecuatorianos. En Ecuador, el 94% de la población cuenta con televisor en su hogar, de acuerdo al mismo estudio elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Al menos el 90% de esta cifra cuenta por lo mínimo con dos de estos aparatos en sus casas.

El hecho de que la televisión continúe siendo el medio de comunicación más extendido e influyente se debe a dos características: la combinación simultánea de imagen y sonido, lo cual facilita la comprensión de las ideas que proyecta; y su bajo costo, porque la mayoría de los canales son gratuitos.

Al ser un artefacto obligado de la vida diaria de los ciudadanos, es necesario ponderar su incidencia sobre la vida de las personas, especialmente hacia los niños, a quienes puede influir en sus actitudes, pensamientos y formas de ver la vida, si ellos no poseen una guía que los oriente sobre los contenidos que observan. De ahí que también es importante catalogar el papel de los padres en esta actividad.

La encuesta sobre el empleo del tiempo, realizada por Icen (2010) en el mismo año con el cual se han comparado los datos citados anteriormente, reveló que los ecuatorianos dedican en promedio una hora y media diaria a ver televisión; los jóvenes de 12 a 21 años observan 10 minutos más que el promedio a consumir programas televisivos. Es decir, aproximadamente 12 horas semanales.

Por ello, es igualmente coyuntural determinar cuáles son los programas más vistos por los jóvenes. De acuerdo a los psicólogos Abocó y O'Brien (2012) estos temas se ven deformados por la exposición en televisión:

- Los roles masculinos y femeninos desfigurados y estereotipos sexistas.
- Los modelos de belleza femenina.
- La ridiculización del homosexual.

- La erotización de las relaciones de pareja expuestas en las telenovelas (tele neurosis).
- La vulgarización de la vida, la destrucción del lenguaje y el empobrecimiento temático y cultural.
- La desinformación y manipulación de los contenidos políticos (los trabajos de los gobernantes de turno).

A la vez que agregan que concluye que el ver programas con cierta dosis de agresividad estimula en cierto grado los impulsos agresivos de los niños:

“En primer lugar, la observación de episodios agresivos en la televisión sirve para estimular sentimientos agresivos en el espectador. Si se produce un decremento en la sensibilidad emocional ante la misma violencia, se nota una mayor agresividad en sus juegos. Finalmente, se asocia a la violencia como recurso o herramienta útil para solucionar conflictos o necesidades” (Arboccó & O’Brien, 2012). De ahí a que también es complementario analizar las parrillas de programación de los canales de televisión abierta, tanto públicos y privados, para esclarecer si los programas enfocados al entretenimiento proliferan en relación a los educativos y cómo las demás producciones televisivas no son aptas para los jóvenes.

1.3 Definición del problema de investigación

¿Cuál es la incidencia del lenguaje comunicacional del programa Caso Cerrado, en los jóvenes del noveno y décimo año de Educación Básica del colegio fiscal mixto Agustín Vera Loor, de la ciudad de Guayaquil?

1.4 Justificación

Con el presente proyecto se pretende analizar el contenido del programa talk show Caso Cerrado, su lenguaje, estructura del programa y otros recursos utilizados para generar la captación de la audiencia, especialmente en adolescentes guayaquileños de 13 a 14 años de edad.

Con esto además se espera conocer la percepción hacia el programa, por qué es atractivo a las personas, especialmente los adolescentes, qué actitud le genera a sus espectadores, por qué lo prefieren frente a otras opciones tradicionales, como películas o series, el grado de identificación hacia las estructuras familiares expuestas en los casos y como procesan los discursos emitidos.

De esta manera, se expondrán las necesidades de los jóvenes en cuanto los contenidos que ellos aspiran a ver en televisión, lo cual servirá para moldear nuevos programas.

Una de las razones por las que se escogió el talk show, es que su contenido muestra diferentes versiones de estructurales familiares. Esto puede generar identificación hacia los personajes presentados en el programa, de ahí a que sea tan popular y mantenga su rating y consecuentemente, su permanencia en el canal. De esta manera se busca aclarar de qué manera se ven reflejadas las familias en los casos expuestos y qué nivel de aceptación tiene estas realidades sobre los televidentes.

Debido al aumento de los programas de televisión que utilizan lenguaje violento, es importante analizar además las repercusiones del uso de esta forma de expresión en los jóvenes que ven con regularidad ese tipo de programas, para conocer de qué manera repercute en su comportamiento y trato hacia los demás, y especialmente, cómo influye en el modo de pensar y percibir la realidad.

En los últimos 5 años se ha visto un incremento de programas en Ecuador, que han cautivado a los jóvenes. Muchos de estos programas

Pertenecen al género de la tele realidad (reality shows), como Combate, Calle 7 y Baila la noche; así como los talk shows Vamos con todo y Caso Cerrado. Estos programas indudablemente se han impuesto dentro de las preferencias de los usuarios, sobre otras opciones tradicionales como películas o series, que están ausentes en las parrillas de programación por tal efecto.

Es de gran interés analizar igualmente bajo qué circunstancias los jóvenes prefieren disfrutar este tipo de programas. ¿Será porque les da la esperanza de que cualquier persona pueda aparecer en televisión sin ser una celebridad? De ser así, es imperativo estudiar las aspiraciones del joven y sus deseos en cuanto a lo que consideran pueden alcanzar las personas en la televisión. Es probable que también se creen falsas expectativas de las labores que conlleva el trabajar en televisión.

Por otro lado, es importante profundizar en las razones que motivan la emisión de este tipo de shows televisivos en vista de que existen cuerpos legales que defienden la presentación de personas en televisión bajo condiciones decentes y respetables, a su vez que protegen a los espectadores de ver contenidos estimados denigrantes y que perpetúen prejuicios.

Además, con la finalidad de construir un mejor porvenir para el desarrollo intelectual y psicológico de los adolescentes, es necesario mediante encuestas, analizar los motivos del aumento del rating de estos programas en Ecuador, debido a que, en años anteriores se prefería otro tipo de programación.

En nuestro país se debe culturizar y educar correctamente a los jóvenes de colegio. Por esta razón, al existir programas donde su mayor parte de contenido es violento e inapropiado, se explicarán las consecuencias que afectarían gravemente a la personalidad de cada individuo, al ser adicto a este tipo de programación.

Así mismo, se examinarán que existen diversos casos donde la mayoría de adolescentes se sienten identificados con los participantes de los Talk Shows, mientras que otros jóvenes simplemente observan estos espacios televisivos por curiosidad o necesidad de enterarse de la vida ajena, convirtiendo su modo de vivir en actitudes basadas en el chisme y habladurías.

Con este análisis se podrán conocer casos sorprendentes, donde se mostrará estudios psicológicos, encuestas, tablas y gráficos que resaltarán las influencias negativas que han causado estos shows televisivos a lo largo de las últimas décadas.

Por otra parte, es muy importante analizar que en la mayoría de shows, como por ejemplo el popular programa Caso Cerrado, existen dudas por parte de los televidentes sobre la verdadera participación de los involucrados en escena.

En la mayoría de casos, los televidentes han llegado a la conclusión que las personas que asisten a dicho show, en realidad, son actores que trabajan solamente por dinero, mientras que la producción asegura que sus casos son reales.

Debido a esto y a tantas razones, por las cuales, cada día aumenta el número de espectadores de este programa, se detallarán los motivos, causas y consecuencias de su rating. Además de brindar soluciones para que la sociedad prefiera ver otro tipo de programación que aporte con el enriquecimiento a nivel académico y cultural de los adolescentes.

Dentro de este trabajo investigativo, también se analizarán datos históricos de importantes programas televisivos y su relevancia en la historia de la televisión, al mismo tiempo, se presentarán análisis de entrevistas que fundamentarán las teorías expuestas y los ejemplos explícitos para indicar, si existe o no, un correcto lenguaje comunicacional en el programa Caso Cerrado.

Finalmente, en caso de determinar que el programa es dañino para los jóvenes, el proyecto propone crear nuevas medidas para lograr que

los alumnos ocupen mayor parte de su tiempo en actividades productivas, que les permita mantener actitudes positivas y no generen cambios negativos en su personalidad.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivos generales

Analizar la influencia del lenguaje utilizado en el programa Caso Cerrado en el comportamiento de estudiantes de noveno y décimo año de secundaria.

1.5.2 Objetivos específicos

- Analizar el contenido del programa Caso Cerrado
- Identificar los factores que inciden directamente en el comportamiento de los estudiantes del noveno y décimo año de educación básica del colegio fiscal mixto Agustín Vera Loor, de la ciudad de Guayaquil
- Determinar si el programa caso cerrado cumple con los parámetros legales establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación

1.6 Intencionalidad de la investigación

La intencionalidad de la presente investigación es de acción; es decir, de producir un cambio en los patrones de consumo de programas televisivos, como una medida que desestime ver programas que no ayuden a formar el criterio de los jóvenes.

No se podría decir que la tesis tenga una intencionalidad de conocimiento, pues no se está generando nueva evidencia, sino que se está analizando la que existe para sacar conclusiones que influyan en la decisión de ver este programa.

Además, es propositiva, porque al final de la investigación se ponen de manifiesto varias opciones para que las familias tengan en cuenta antes de prender sus televisores y observar programas con contenidos negativos para sus pensamientos.

1.7 Antecedentes

Los antecedentes presentados a continuación, muestran una recopilación de datos históricos desde el origen de los talk shows y su evolución con el paso de los años. Todo esto con el fin de dar a conocer la importancia de estos programas en el medio televisivo y su impacto en nuevas generaciones.

Para empezar, se puede señalar que los primeros talk shows estuvieron al aire en los años cincuenta en Estados Unidos, donde poco a poco empezaron a tener acogida por ser programas nuevos y originales. Estos programas transmitieron por primera vez en vivo la participación de un público real, además de presentar hechos de gran interés social.

“El primer programa reconocido como Talk-show en la televisión norteamericana se le atribuye a Phill Donahue quien introdujo un nuevo estilo en los medios, consistía en compartir información, cuestionarla y ventilar diversos hechos de la vida privada de los participantes, permitiendo así el acceso del hombre común a la televisión” (Ojeda, 2013).

En años posteriores, surgieron diferentes tipos de programas con específicas producciones que marcaban novedad y originalidad, al producir casos reales con público involucrado. De esta manera, gran cantidad de audiencia escogía observarlos.

Dentro de la evolución de los realitys shows se puede mencionar que importantes cadenas de televisión internacional como HBO, MTV, Cinecanal, Cinemax, y Televisa, presentaron en los años noventa, programas basados en situaciones personales donde los individuos exponían sus alegrías y tristezas. Cabe destacar, que uno de los primeros programas en vivo y de categoría concurso fue ¿Quién quiere ser millonario? producido por la cadena ABC. Tanta acogida tuvo este show, incentivando a su producción para formar franquicias alrededor de todo el mundo.

Por otro lado, se puede indicar que los talk shows tuvieron gran rating desde que fueron expuestos al ojo público, no solamente en Estados Unidos, sino en gran parte de Latinoamérica, donde existieron producciones que optaron por involucrarse y preferirlos frente a otro tipo de espacios.

Se puede argumentar algo diferente, al analizar los datos históricos de los países europeos. Debido a que, la moda de los reality shows se introdujo recién en los años ochenta, cuando el público asistía solamente con el objetivo de observar historias de vivencias ajenas en vivo.

Uno de los principales programas que tuvo mayor impacto fue el conocido “Gran Hermano”, que se transmitió en Holanda desde el año de 1999 teniendo inimaginable acogida, no solamente en Europa sino también en Ecuador. Cuando su franquicia llegó a nuestro país en el año 2002, fue uno de los programas más vistos en aquella época, dejando atrás a muchos espacios televisivos que ofrecían su programación en la misma franja horario.

“Sus creadores John de Mol y JPP Van den Ende, de origen holandés quisieron trasladar a formato televisivo lo que ya estaba circulando por internet, imágenes de cámaras web que se habían instalado en puntos estratégicos de los hogares de personas que habían estado dispuestas a exhibir su vida íntima a través del internet” (Islas, 2002).

Entre los antecedentes históricos en Latinoamérica se puede destacar que en México, uno de los primeros talk shows se tituló *Cosas de la vida*, el cual, fue estrenado al mismo tiempo que *El Show de Laura Bozzo*, espacio que tuvo gran acogida en todos los países de habla hispana, a pesar de su contenido inapropiado, sexual y bastante violento.

“En Perú el programa de entrevistas más relevante fue Laura en América presentado por Laura Bozzo, aunque algunos lo consideran dentro del género tele realidad; cabe destacar que tras largos periodos de emisión, fue sacado del aire por acusaciones de delitos contra menores.

También destaca El Francotirador, presentado por Jaime Baily”, (Ojeda, 2013).

Si bien es cierto, cada día han aumentado las cifras del consumo televisivo de los Talk Shows y Reality Shows, sin embargo, esto no significa que su aporte a la sociedad sea del todo satisfactorio.

Desde el inicio de este tipo de programas, su concepto fundamental se basó en el análisis de tener un entrevistado, el cual exponía su vida privada revelando detalles íntimos y esperando respuestas del público. De esa forma los testimonios e historias que presentaban, fueron lo que aumentaron ratings en cada país.

Por basarse en temas de la realidad, desde los más sórdidos hasta los de amplio interés político, con los actores reales y transmitirse en vivo, algunos prefieren llamar a este género el Reality Programming, Reality Life o Reality TV (Vargas, 2008).

En la actualidad existen programas de tele-realidad que han sido adaptados a las nuevas generaciones, no obstante, mantienen su mismo formato original. Desde hace muchos años este tipo de programa fue aceptado y reconocido en la sociedad europea, americana y latinoamericana.

“En pleno auge de los realitys llegó el programa musical que marcaría a varias generaciones, el mítico ‘Operación Triunfo’, del que después hubo siete ediciones más. ‘OT’ llegaba tímido un 22 de octubre de 2001, pero, a lo largo de las galas, consiguió incrementar de manera impresionante su audiencia hasta alcanzar en su gran final un 70% de share con casi 13 millones de espectadores.” (Morelle, 2013).

Por otro lado, se puede mencionar como un importante antecedente de los reality shows en Latinoamérica al programa “El Show de Cristina”, el primer espacio televisivo en tener gran impacto en muchos países. El mismo caso fue el programa de Oprah Winfrey, el cual fue uno de los más grandes éxitos en la televisión estadounidense y mundial.

“Estos programas tienen una trayectoria bastante larga, siendo EE.UU. el primer país donde se transmitió con formatos de humor que utilizaban cámaras escondidas. Supervivientes, Gran Hermano o La isla de los famosos, fueron conocidos por mostrar la vida de los participantes al público sin medir el impacto” (Vanegas, 2014).

Con el paso del tiempo, el porcentaje de audiencia en estos programas ha aumentado día a día, siendo los más vistos en Estados Unidos y parte del continente europeo. Una de las mayores causas, se debe a que muchos espectadores se identifican con los problemas presentados en cada transmisión, donde tratan temas como infidelidad, violencia, abuso sexual, entre otros. Esto indicaría que al existir los Talk Shows, se incrementa el morbo que tienen las personas para revisar y estar pendiente de la vida ajena.

Por otro lado, con el avance de los Reality Shows y la tecnología, existen gran cantidad de cambios, una de las mayores consecuencias es que el individuo vea con naturalidad ser parte de chismes que resultan similares a los ejemplos transmitidos en dichos programas.

Además a estos espacios se les puede llamar también programas de tele-realidad, por presentar una nueva manera de transmitir problemas verdaderos mediante la televisión, medio que ha generado una evolución en la comunicación.

Según Tuda (2012) “Estos cambios producidos durante las últimas décadas son: la pérdida de credibilidad de las ideologías globalizantes, las constricciones que los acontecimientos económicos proyectan sobre la acción política, la aparición de numerosos escándalos sobre el comportamiento de la clase política, los resultados de la crisis económica, el gran distanciamiento entre electores y elegidos, la inflación informativa”.

Por otra parte, hace algunos años se crearon rumores acerca del programa “Caso Cerrado” de la Dra. Ana María Polo, argumentando que quienes eran parte del show eran actores y no personas reales.

Sobre este tema Polo (2015) indicó: “Yo no tengo el poder de obligar a nadie a asistir para litigar sobre algún tema. Entonces las historias son las que se recrean, aunque son sobre casos reales. El valor que se le da a eso es la lección que se aprende, el método con el que se resuelve.

Aparte del programa “Caso Cerrado”, existen Talk Shows donde las grabaciones son a través de cámaras ocultas o concursos en vivo donde los participantes compiten para ganarse un premio. Muchas personas lo realizan por un objetivo económico y otros solamente por ser reconocidos en televisión como celebridades.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del conocimiento

En torno al tema investigado, ya se han producido las siguientes reflexiones:

En el estudio 'La violencia simbólica en los contenidos de los talk show en México, caso programa Laura' (Estupiñán & Valencia, 2011), se encontró que la violencia simbólica está relacionada con la dominación, con un orden social que aparece en la televisión. Todo esto porque ella juega como productora y reproductora de representaciones sociales, de modelos y de paradigmas. Los estigmas sociales es otro de los denominadores del talk show estudiado en este informe. Se descalifica a la fea, los pobres, los trabajadores, el infiel, la madre manipuladora, cuyas oportunidades de vida y la posibilidad de concretar sus proyectos se ven limitados por estas diferencias. En tanto, la conductora se muestra como una persona normal y en plenitud.

Finalmente, los autores responsabilizan a los propietarios de medios, accionistas, productores, ejecutivos de cadenas de televisión, realizadores, guionistas, expertos en publicidad, entre otros; de lo que se emite por televisión y deben por consiguiente estar sensibilizados ante los efectos negativos que la exposición prolongada ante contenidos violentos e inadecuados tiene en los jóvenes hoy en día.

La investigación Familia contemporánea y televisión: recepción del talk show Caso Cerrado (Melo, 2012) llegó a la conclusión de que el programa genera confianza y admiración al ser un show legal y legítimamente construido sobre la calidad de jueza de la doctora Ana María Apolo. En medio de las carencias de los individuos se construyen historias que son vendibles, creíbles y hasta aplicables a las vidas de sus espectadores.

La lástima es utilizada como un sentimiento inicial dentro de la estructura melodramática. El salto del miedo a la risa y posterior viaje al entusiasmo se constituyen en las rutinas comunicacionales que se integran como guiones televisivos. Siempre se termina con un mensaje de optimismo que consolida la imagen de la heroína: la jueza Polo.

Como se puede desprender de ambos casos, las conductoras se muestran como si ellas fueran más normales que sus invitados y en mejores condiciones de razonamiento y pensamiento.

En la investigación titulada *Los reality shows: su atractivo* (Cueva, 2010) se dedujo que los talk shows son una mutación de las telenovelas, que su vez mutarán en reality shows. Sin embargo, al reality show se le debe estudiar y tomar en cuenta como un género más de la televisión, que posee sus características propias.

En lugar de mencionar que es “telebasura”, darse cuenta que es un programa de televisión que cumple con formatos diferentes novedosos que llaman la atención del televidente, y con un código especial comunicativo entre el público y los participantes; esto ocasiona que el público se identifique con ciertas actitudes y decisiones de los participantes motivo por el cual los reality son muy bien aceptados dentro de las masas (Cueva, 2010)

Según un artículo publicado de Diario “El Universal” de Caracas en el año 2011, se puede destacar que en Estados Unidos se realizó un estudio sobre programas de televisión donde participaron alrededor de 1.141 niñas de 11 a 17 años. Este sondeo nacional fue realizado por la organización “Girl Scouts”, con el fin de medir el impacto de los reality shows mediante encuestas.

Los resultados del estudio indicaron que la televisión sigue siendo una de las actividades principales de niños y adultos. Además, un dato importante indicó que cerca de la mitad de espectadores que observaban

reality shows tenían problemas psicológicos, porque la visión de su vida difería a quienes no consumían estos espacios.

“Por ejemplo, el 78% de las espectadoras de TV reality eran más propensas a aceptar que contar chismes es normal en las relaciones con sus pares, en comparación con el 54% que no lo eran en el resto de las niñas encuestadas. El 68% de las que miraban reality shows consideró que ser maliciosa y competitiva está en la naturaleza de las niñas, en comparación con el 50% entre las que no veían esos programas”. (El Universal, Estudio revela impacto de reality shows en jóvenes en EEUU, 2011)

“Las fanáticas de la TV reality también se inclinaban más a creer que las chicas deben competir por la atención de un chico y que las citas y los novios las hacen más felices. Además, tendían a dedicar mucho tiempo a su apariencia y a valorar a otra niña por su aspecto”, (El Universal, 2011).

Esto quiere decir, que mientras los adolescentes observan este tipo de programas, son más propensos a creer que el chisme debe ser algo particular en las personas. Asimismo, el estudio informó que dentro de su cerebro procesaron imágenes y pensamientos basados en que ser malicioso es una característica natural en el ser humano, igual que la vanidad y la soberbia.

En el artículo de Diario “El Universal” también se destacó que la mayoría de las adolescentes que veían reality shows se consideraban maduras, inteligentes, divertidas y extrovertidas. También estas chicas eran más propensas a aspirar al liderazgo y a verse a sí mismas como modelos a seguir.

“El 65% dijo que los programas de TV reality les habían permitido conocer nuevas ideas y tener otras perspectivas. En porcentajes ligeramente más pequeños, otras jóvenes dijeron que esos programas les dieron la posibilidad de tener más conciencia sobre problemas sociales y

de aprender cosas nuevas” (El Universal, Estudio revela impacto de reality shows en jóvenes en EEUU, 2011).

Por otro lado, cabe resaltar que en otros lugares del mundo, se considera a los talk shows como programas muy completos, debido a que combinan aspectos reales y ficticios creando expectativas y curiosidad, con el fin de generar sintonía y diversión en el espectador.

Además, se puede mencionar que en las últimas tres décadas la cantidad de programas en vivo ha aumentado, tanto así que la televisión se ha consolidado como uno de los medios de comunicación más importantes.

A pesar de la revolución de la tecnología, tics y medios online, los cuales, tienen mucho auge en Ecuador, no se ha logrado desplazar del todo a la televisión porque sigue siendo bastante utilizada en nuestro país.

Como un dato a destacar, una de las mayores consecuencias de observar este tipo de espacios televisivos como reality shows, es que el espectador puede aprender a utilizar un lenguaje popular que llegaría a ser un vocabulario violento e inapropiado.

Por ejemplo, dentro de los nuevos artículos que rigen La Ley Orgánica de Comunicación está prohibido transmitir contenido violento o denigrante, debido a esto, los participantes y la producción deberían controlar el contenido de sus palabras en cada caso, para regirse conforme a las leyes.

“En los talk shows, los productores se aprovechan de la desesperación y angustia de las personas que encuentran en estos programas, vías de expresión de sus preocupaciones básicas, van en busca de soluciones a sus problemas, pues ya no confían en la justicia, en las leyes y se adaptan a otras formas creadas por los inventores de una televisión terapéutica, compasiva, “justiciera”, mediadora que les brinda una aparente solución y protección para decir una verdad”, (Naranjo, 2004).

2.2 Fundamentación teórica

Teorías de fundamentación de masas

La idea de “masas” se define como la pérdida del individualismo y con esta nueva imagen acerca de la sociedad surgió, a partir de 1930, un nuevo campo de investigación que se encargó de abordar el estudio de los medios masivos de comunicación y su fuerza para manipular a la sociedad. Los estudios pretendieron abordar la propaganda política y sus efectos en la sociedad, la necesidad era obtener y divulgar conocimientos sobre el control de la opinión pública. Varias teorías intentan explicar este fenómeno (Laneve, 2014).

Dos autores determinantes hay que reseñar como los precursores evidentes del estudio contemporáneo de los fenómenos cultural-comunicativo colectivos: Karl Marx y Sigmund Freud.

Karl Marx aportó una definición de crítica para definir la teoría. En la teoría crítica de la información como crítica de la dominación en el contexto de los medios, la cultura y la comunicación, se pueden identificar los siguientes tres elementos básicos (Fuchs, 2009):

- Epistemología – Realismo dialéctico:

El realismo asume la existencia de un mundo independiente que incluye el ser humano y sus imaginaciones. El mundo material se entiende como primario y se asume que los humanos son capaces de captar, describir, analizar y parcialmente transformar este mundo en una obra académica. Se llevan a cabo análisis que buscan la esencia de la existencia social mediante la identificación de contradicciones en el corazón del desarrollo social. Tales análisis asumen que el mundo no es como se nos presenta, sino que hay potencialidades que subyacen a los fenómenos sociales existentes.

- Ontología – Materialismo dinámico:

La teoría crítica es materialista en el sentido de afrontar fenómenos y problemas no en términos de ideas absolutas y desarrollo social predeterminado, sino en términos de distribución de recursos y conflictos sociales. La realidad se ve en términos que incluyen posesión, propiedad privada, distribución de recursos, luchas sociales, poder, control de recursos, explotación y dominación.

- Axiología – Negando lo negativo:

Todas las aproximaciones críticas en uno u otro sentido toman el punto de vista de las clases o individuos oprimidos o explotados, y hacer el juicio que estructuras de opresión y explotación benefician a ciertas clases a expensas de otras y por tanto deben ser radicalmente transformadas por luchas sociales. Esta concepción constituye una forma de normatividad.

En la teoría freudiana, el receptor está estructurado por una dinámica psíquica sometida a conflictos internos. El ser humano deja de ser una singularidad inmodificable para devenir en un complejo sistema de interrelaciones históricas y sociales. En las sociedades de masas se han conseguido conocer y asimilar los elementos instintivos destructivos. La estructuración y control que sobre las masas puede ejercer una acción comunicativa de tipo persuasivo (Muñoz, 2009).

En este punto, según Muñoz, la ansiedad colectiva repercute en un comportamiento de carácter sado-masoquista, conllevando a la aparición de líderes en busca de dominación social. Esta visión de Freud se hará realidad cuando Goebbels utilice todos los resortes e instrumentos de la psicología social para mantener y perpetuar un sistema social justificado comunicativa e ideológicamente sobre los motivos inconscientes y residuales de la "diferencia" entre razas.

Teoría de la hegemonía de los medios de comunicación

La teoría de la hegemonía fue desarrollada por el italiano Antonio Gramsci, quien sostuvo que las clases dominantes en la sociedad contemporánea no están compuestas solo por la alta burguesía, sino por diversos grupos sociales con distintos intereses. Entre ellos prevalece la burguesía, gracias a complejos mecanismos de negociación, concesiones y alianzas (Lozano, 2007).

Así, más que dominación total por una clase, se da una hegemonía de la misma, explica Lozano. Esta hegemonía depende de que tome en cuenta seriamente algunas de las necesidades e intereses de las clases subordinadas. Al hacerlo, estos últimos conceden legitimidad y consenso a las élites para que sigan dirigiendo a la sociedad.

Se puede afirmar que existe un poder hegemónico cuando en una estructura de poder (político, económico, social, religioso, entre otros) un sector intenta la subordinación voluntaria con el consentimiento de los demás al propio programa para acrecentar y así consolidar el propio poder, como plantea Gramsci a través de la teoría de la hegemonía. En esta línea de pensamiento, los estudios culturales del “Center Contemporary Cultural Studies” de Birmingham plantean que la hegemonía ejerce una dirección intelectual y moral sobre la sociedad al construir un proyecto consensuado a través de un sistema de alianzas en el marco de un proceso de negociación social y cultural (Díaz, 2010).

Por este motivo, añade Díaz, la ideología es un proceso de significación cultural en las que las relaciones sociales de poder-dependencia y todas las dimensiones de esta relación de poder (deshumanización, desprecio de la identidad social, explotación en todas las formas) son dadas como condiciones normales e inevitables de la organización social (distribución de funciones en la sociedad, la forma de sacrificio que cada persona debe sufrir para la gloria de la patria).

“Gramsci utilizará el término *hegemonía* para referirse a la cultura dominante, de esta forma, a muy grandes rasgos, puede describirse una segunda línea teórica dentro del marxismo, la cual no se centra ya en los determinantes económicos como en la ideología misma, sus formas de expresión, sus sistemas de significación y los mecanismos a través de los cuales la clase oprimida” (Comunicación Idóneos, 2014).

Teoría política económica de la comunicación de masas

Ésta arguye que las instituciones económicas, como las fuerzas del mercado y de la acumulación de capital, son unos factores más fundamentales de control cultural que las estructuras de pensamiento. El interés por esta teoría ha crecido porque crece la concentración de los medios a nivel mundial, crece la ‘economía de la información’ y descende el sector público de los medios por la desregulación, la privatización y la liberalización (Martínez, 2006).

La escuela de Frankfurt

La Escuela de Frankfurt fue la primera institución académica de Alemania que abrazó abiertamente el marxismo; debido al origen judío de la mayoría de sus miembros. Cuestiona la función de la comunicación de masas, buscando el rescate de la capacidad crítica individual y el respeto de la diferencia. Se fundó en 1923 en el Instituto de Investigación Social (Toral, 2011).

Esta perspectiva se enfoca fundamentalmente en el cambio social y en las contingencias que van ocurriendo y que provocan cambios históricos. Para los teóricos de esta escuela, es importante analizar el ¿quién? para comprender el origen y el marco referencial del proceso comunicativo. Los medios de comunicación masiva tienen un efecto “adormecedor” y alienante” que se traduce en la pasividad de la opinión

pública. Desde este enfoque los medios aparecen como aparatos cohesionadores e integradores de la sociedad capitalista (Leguizamón, 2007)

Leguizamón agrega que alienación y manipulación son dos conceptos fundamentales en la teoría crítica. Un individuo está alienado cuando deja de pensar por sí mismo, en sus propios intereses, no actúa con juicio racional, es decir “pierde la conciencia”. El concepto de manipulación está ligado a “manejar”, controlar la voluntad de otras personas a través del uso de ciertos instrumentos tales como los medios de comunicación. Es decir: El emisor manipula, el receptor está alienado.

Así mismo indicó que las figuras que más destacaron en la Escuela de Frankfurt fueron: Max Horkheimer, Theodor Adorno, Erich Fromm y Jurgen Habermas. Después se asoció Walter Benjamín entre ellos.

“El programa de este grupo de intelectuales consistía, en última instancia, en vincular la teoría con la práctica, para proveer ideas y de esta forma ayudar a las personas a cambiar las condiciones de opresión en las que viven y alcanzar la emancipación humano” (Leguizamón, 2007).

Cabe destacar que dos corrientes sociológicas fueron consideradas como fundadoras de los estudios de comunicación: la sociología funcional estructuralista y la sociología crítica. “La primera influyente hasta la década de los 30, por sus aportes metodológicos de los medios de comunicación y la sociología crítica encabezada por miembros de la escuela de Frankfurt” (Cristina, 2012).

Según resalta Cristina, estos nuevos estudios sobre la comunicación brindaron aportes significativos a la sociedad, debido a que dieron un giro a la perspectiva y forma de analizar cada investigación con un correcto lenguaje comunicacional.

2.2.1 Fundamentación legal

Constitución del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2008):

La Constitución es la norma suprema de un Estado. En ella se organizan las relaciones de los poderes de dicho Estado así como los vínculos con sus ciudadanos, al mismo tiempo que establece los deberes y derechos fundamentales de los gobernados. En este sentido, la Carta Magna ecuatoriana hace especial énfasis a los derechos de grupos de atención prioritaria, en los cuales se incluye a los niños y adolescentes, entre otros individuos de la población (como los ancianos). Por lo tanto, varios artículos de la Constitución de la República del Ecuador fueron redactados para vigilar el bienestar de los niños y adolescentes, su desarrollo, y en virtud de la presente tesis, defenderlos de la presunta violencia suscitada en cualquier medio, entre ellos, los de comunicación masiva:

El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de los niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas (art. 44).

Los niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a los niños y adolescentes (art. 46): Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el

respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos (Asamblea Constituyente, 2008).

Ley de Comunicación (Asamblea Nacional, 2013)

Este cuerpo legal regula el ejercicio de los derechos a la comunicación. En cuanto a lo que se refiere al tema investigado, vale recalcar varias medidas en la normativa que tratan de proteger la honra de los ciudadanos del país cuando se difunden información y opiniones en los medios, en especial de los niños y adolescentes. Todo esto, en concordancia con la Constitución y el Código de la Niñez.

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 (art. 10):

- Respetar la honra y la reputación de las personas.
- Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios.
- Respetar la intimidad personal y familiar.
- No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud.

Prohibición: Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso. Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral (art. 67).

La Ley de Comunicación también obliga a los canales de televisión a transmitir los diferentes programas en los bloques de horarios correspondientes al tipo de contenido ofrecido:

- El bloque TP "Todo Público", el cual es de 7:00 a 19:00, ofrece programas con contenido que niños y adolescentes puedan ver sin ningún tipo de supervisión;
- Después está el bloque SU "Supervisado", en el cual su contenido requiere la supervisión a los menores de edad por parte de algún responsable, el horario de este bloque es de 19:00 a 23:00 y de 5:00 a 7:00.
- Por último está el bloque A "Adultos", cuyo contenido es exclusivamente dirigido para personas adultas (mayores de 18 años), por lo que no se recomienda su visualización por parte de menores de dieciocho años. Su horario es de 23:00 a 5:00.

Reglamento a la Ley de Comunicación (Asamblea Nacional, 2014):

Este reglamento es un complemento a la ley, y en este caso tiene incisos relacionados a la publicidad, que al igual que las otras normas tratadas en este apartado, buscan precautelar que la difusión de contenidos en este sentido, no perjudiquen la dignidad ni pongan en peligro a los menores de 18 años:

Prohibición de publicidad (art. 59): La prohibición de realizar publicidad o propaganda se erige en las siguientes reglas:

1. Se prohíbe la difusión de publicidad y propaganda, inclusive, a través de medios o canales alternativos, de todo tipo de material con contenido sexual en que tengan cualquier grado de participación niñas, niños o adolescentes, y de sustancias estupefacientes y psicotrópicas cuya producción, distribución y comercialización está prohibida por la ley.

2. La publicidad y promoción de bebidas alcohólicas y cigarrillos estará permitida únicamente al interior de los lugares donde se comercializa el producto y de acceso exclusivo para mayores de edad. Los establecimientos afectados por esta disposición son exclusivamente responsables por el conocimiento y por la estricta observancia de la normativa vigente aplicable y la que se expida para tal propósito.

3. La publicidad de bebidas moderación podrá realizarse, únicamente, a través de canales alternativos.

4. Se exceptúan del régimen general señalado en el primer inciso, la publicidad de bebidas alcohólicas y de moderación que se difunde en canales de televisión extranjeros, a través de sistemas de audio y video por suscripción.

Código de la Niñez y la Adolescencia (Congreso Nacional, 2003):

La presente norma busca proteger a todos los niños y adolescentes del Ecuador, garantizando su desarrollo, derechos y dignidad. Por tal motivo, el Código tiene el objetivo de precautelar, entre otros, el derecho a la información que gozan los ciudadanos menores de 18 años.

Para ello también regula los contenidos que, en virtud del derecho a la información, atentan a la dignidad de los menores de edad o los pongan en situaciones de riesgo.

Las prohibiciones relativas al derecho a la información son (art. 46):

1. La circulación de publicaciones, videos y grabaciones dirigidos y destinados a la niñez y adolescencia, que contengan imágenes, textos o

mensajes inadecuados para su desarrollo; y cualquier forma de acceso de niños, niñas y adolescentes a estos medios;

2. La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; y,

3. La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo. Estas prohibiciones se aplican a los medios, sistemas de comunicación, empresas de publicidad y programas.

Garantías de acceso a una información adecuada (art. 47): Para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá:

a) Requerir a los medios de comunicación social, la difusión de información y materiales de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes;

b) Exigirles que proporcionen, en forma gratuita, espacios destinados a programas del Consejo Nacional de Niñez y Adolescencia;

c) Promover la producción y difusión de literatura infantil y juvenil;

d) Requerir a los medios de comunicación la producción y difusión de programas acordes con las necesidades lingüísticas de niños y adolescentes pertenecientes a los diversos grupos étnicos;

e) Impedir la difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes;

f) Sancionar de acuerdo a lo previsto en esta Ley, a las personas que faciliten a los menores: libros, escritos, afiches, propaganda, videos o cualquier otro medio auditivo y/o visual que hagan apología de la violencia o el delito, que tengan imágenes o contenidos pornográficos o que perjudiquen la formación del menor; y,

g) Exigir a los medios de comunicación audiovisual que anuncien con la debida anticipación y suficiente notoriedad, la naturaleza de la información y programas que presentan y la clasificación de la edad para su audiencia.

Se consideran inadecuados para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes los textos, imágenes, mensajes y programas que inciten a la violencia, exploten el miedo o aprovechen la falta de madurez de los niños, niñas y adolescentes para inducirlos a comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud y seguridad personal y todo cuanto atente a la moral o el pudor.

En cualquier caso, la aplicación de medidas o decisiones relacionadas con esta garantía, deberán observar fielmente las disposiciones del Reglamento para el Control de la Discrecionalidad de los Actos de la Administración Pública, expedido por el Presidente de la República.

2.2.2 Fundamentación psicológica

Para los psicólogos Arboccó y O'Brien (2012), la llamada "televisión basura" no es más que un conjunto de programas de televisión cuyos contenidos son muy pobres tanto en la propuesta cognitiva como en la socio-afectiva que brindan. Muchos temas en tipo de televisión son tratados con la superficialidad propia de quien únicamente busca el espectáculo lucrativo, generando actitudes y representaciones negativas en aquél sector de la audiencia que tiene en la televisión a su única –y más creíble- fuente de información y quizá de educación.

En su informe Impacto de la "televisión basura" en la mente y la conducta de niños y adolescentes, citan otras definiciones:

"La televisión basura es la forma cretina que tiene el medio de crear programas mediocres que miden tu incultura y tu desgracia para igualarla, y jamás potenciar lo bueno de esta vida" (Pettinato, 2004).

El término “televisión basura” o “TV basura” viene dando nombre, desde la década de los noventa, a una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de la audiencia. La telebasura puede quedar definida por los asuntos que aborda, por los personajes que exhibe y coloca en primer plano y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dichos asuntos y personajes (Manifiesto contra la telebasura).

Para Gustavo Bueno Martínez (2003), filósofo español, por televisión basura “se designa a cierto tipo de programas que se caracterizan por su mala calidad de forma y contenido, en los que prima la chabacanería, la vulgaridad, el morbo y, a veces, incluso la obscenidad y el carácter pornográfico”.

Según el Consejo del Audiovisual de Cataluña en España (2004), se define la telebasura como el conjunto de programas en los que confluyen “la vulneración de derechos fundamentales, la falta de consideración hacia los valores democráticos o cívicos, como por ejemplo, el desprecio de la dignidad que toda persona merece, el poco o ningún respeto a la vida privada o a la intimidad de las personas o la utilización de un lenguaje chillón, grosero e impúdico. 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.

Todo lo que hace un periodista no es periodismo. La información que no trata sobre lo que contribuye o concierne al conocimiento y al desarrollo humano es telebasura, dice la profesora de periodismo española Concha Mateos, en una cita recogida por diario El Universo (2005).

Arboccó y O'Brien (2012) dicen que la televisión constituye una fuente efectiva en la creación y formación de actitudes en los niños, ya

que desde temprana edad, son sometidos a su influencia. Los niños seleccionan los programas que divierten más que los que educan. A pesar de que se transmiten programas educativos, pocos niños los prefieren sobre un programa divertido. Y esa es una constante que se mantendrá en el adulto. Los medios educan en una identificación con imágenes basadas en la violencia, la ruptura de normas sociales y la predisposición de conductas basadas en el delito.

El mal empleo de la televisión, agregan, exagera las tendencias más egoístas y destructivas. El tema de la violencia es recurrente:

- Como forma de solución de problemas (al final se muestra que con la violencia uno consigue salirse con la suya).
- Violencia vs. Argumento. Se prioriza la verborrea insustancial y la exaltación emocional más que la secuencia lógica y el debate coherente.
- El espectáculo del grito vs. La función de la palabra. Muchos de los tristemente llamados talk shows se convirtieron a vista de paciencia de todos en ring de box, incluyendo patadas, arañazos y jalones de mechas.
- La violencia asolapada, a través de estereotipos, bromas de mal gusto, las influencias casi subliminales, entre otras formas.
- La violencia se transforma en una compañera habitual, en una forma normal de vida. Se incorpora a la casa, a la mesa y al dormitorio. En muchos casos se muestra la violencia como único método de solución.

Asimismo, Estupiñán y Valencia (2011) añaden que la televisión va creando modas y actitudes de vida en las audiencias que las consumen segmentadamente. Por ello, propietarios de medios, accionistas, productores, ejecutivos de cadenas de televisión, realizadores, guionistas, expertos en publicidad, entre otros; son responsables de lo que se emite por televisión y deben por consiguiente estar sensibilizados ante los

efectos negativos que la exposición prolongada ante contenidos violentos e inadecuados tiene en los jóvenes hoy en día.

Por otra parte, para muchos adolescentes la televisión representa una válvula de escape a sus problemas, por el simple hecho de encenderla y conectarse con el programa o película instantáneamente, sin embargo, el drama que se presenta en cada episodio contribuye íntegramente a su formación psicológica. Las escenas de violencia deberían ser controladas y nunca ser presentadas en horarios familiares.

O'Brien (2012) agrega "Los niños recurren a la TV para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información. Además de las motivaciones personales, podríamos agregar un factor situacional externo al niño: el niño ve televisión porque le es impuesta por el medio, la ve porque no le queda otro remedio".

Esto indica que la mayoría de personas con criterio no formado, niños y adolescentes, se encuentran motivados cada vez que encienden el televisor y revisan su programa preferido, sin embargo, según redacta O'Brien en su informe, en diversas ocasiones es el mismo medio de comunicación, quien le impone al adolescente lo que debe ver. Esto quiere decir, que los medios televisivos no dan muchas opciones aparte de noticieros y programas de tele-realidad.

Es por esto que cada comunicador tiene la obligación de controlar lo que expone a su público, debido a que puede afectar gravemente a un ser humano, sobre todo a los jóvenes. Por otro lado, a pesar de conocer las consecuencias de recibir estas transmisiones televisivas, la idea de observar talk shows envuelve día a día a los adolescentes, quienes quisieran participar o ser estrellas de televisión, al menos, por un día.

Si hay algo que seduce al televidente, es el hecho de ser partícipe de estos programas de tele-realidad, algo distinto a observar una película o una serie animada, donde ningún espectador puede formar parte de la producción. A diferencia de los realitys shows, donde cualquier persona

puede obtener sus quince minutos de fama o inclusive enamorarse de algún ídolo en particular. Loor (2015) considera:

El problema del formato reality está en la influencia que puede tener una persona de criterio no formado. Los niños y jóvenes muchas veces no son informados del entorno artificial en el que se desarrollan estas situaciones, llegando a establecer una falsa ilusión de realidad y crear lazos afectivos con los protagonistas de estas historias que desencadenan en pleitos con sus detractores. En otras palabras, se vuelven fanáticos de los famosos y repiten sus conductas conflictivas en sus respectivos medios (colegio, hogar, redes sociales).

Ese análisis significa que los espacios televisivos si inciden al momento de generar conductas en los adolescentes, sin embargo, padres de familia o profesores, pueden ayudarles a los jóvenes y fomentarles una mejor educación.

Por ejemplo en Ecuador, La Secretaria Nacional de Información y Comunicación (SUPERCOM), proyecta todos los días contenidos culturales y educativos, con el objetivo de ayudar a los adolescentes, de esta manera su finalidad se basa en instruirlos para que se enriquezcan profesionalmente. La finalidad de la Institución es educar con herramientas educativas y métodos visuales a la formación de niños y jóvenes, debido a esto en Ecuador, se restringe en horarios familiares, programas con contenido violento, sexual o denigrante.

“Los canales de televisión tienen la obligación social de auto-evaluar su contenido, teniendo como principal meta la de informar y brindar un mensaje positivo a la población, sin ceder a imposiciones de los auspiciantes” (Loor, 2015).

Esto indica que en muchos casos, los medios de comunicación a pesar de no transmitir buenos programas, pueden tener éxito en la sociedad ecuatoriana, ya que se han transformado en un medio de entretenimiento diario. En continuas ocasiones, estos espacios muestran

contenidos que no incitan a nada educativo, sino todo lo contrario, exponen situaciones de violencia, abusos sexuales, maltratos y sexo en la programación habitual.

2.2.3 Fundamentación sociológica

Pierre Bourdieu: Sociología y los medios de comunicación

Fue un sociólogo francés, nacido en 1930. Uno de los pensadores más influyentes de la segunda mitad del siglo XX. Fue un especialista en teoría social y sociología empírica, especialmente en la sociología de la cultura, de la educación y de los estilos de vida.

En general, su obra prácticamente no presenta referencias a los medios de comunicación, sin embargo, si sostuvo una mirada extremadamente crítica de la televisión (Calvo, 2008). A pesar de afirmar que “en general no se puede decir gran cosa” en televisión, se pregunta a por qué tantos intelectuales hablan por televisión en las “condiciones normales, sin preocuparse por saber si se podrá decir alguna cosa”. Esto, dice Bourdieu, “pone de manifiesto que no se está ahí para decir algo, sino (...) para dejarse ver y ser visto”.

Esas condiciones que normalmente se dan en la televisión para expresarse, para Bourdieu forman parte de un mecanismo de censura. Por un lado, sostiene que al haber un ejército de reserva importante en el mercado laboral (periodistas o personal con aspiración y dispuesto a trabajar en TV), hay una mayor propensión al conformismo entre quienes trabajan en la televisión.

Por otro lado, las censuras económicas. Bourdieu cree que los intereses económicos de los dueños, los anunciantes y los subsidios estatales, entre otros, son factores que influyen en la censura, autocensura y todo tipo de condicionamientos al discurso televisivo.

También critica fuertemente a la crónica de sucesos y la prensa sensacionalista, por ejercer una forma de “violencia simbólica”. Según el autor, se ocupa tiempo en informaciones inútiles que ocupan espacio a cuestiones verdaderamente importantes. Al respecto, lo más grave para Bourdieu es que mucha gente utiliza como única fuente de informaciones a la televisión, por lo cual se pierde “noticias pertinentes” para “ejercer sus derechos democráticos” (Calvo, 2008):

“... La televisión puede, paradójicamente, ocultar mostrando. Lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto con la realidad”.

Paul F. Lazarsfeld: El efecto narcotizante

Fue un sociólogo austríaco nacido en 1901. Su obra se divide en siete ejes, siendo uno de ellos la preocupación social por los medios masivos de comunicación. Esta preocupación está dividida en tres partes (RRPPnet, 2005):

- La ubicuidad y el poderío potencial de los medios masivos de comunicación. Todo esto en base de los cambiantes tipos de control social ejercitados por poderosos grupos de interés en la sociedad, los cuales adoptan técnicas para manipular al público masivo mediante la propaganda. Por ejemplo, la industria ya no obliga a niños de ocho años a atender una máquina durante catorce horas diarias; emprende complejos programas de "relaciones públicas". Coloca grandes y llamativos anuncios en los periódicos del país; auspicia numerosos programas radiales; aconsejada por asesores de relaciones públicas, organiza concursos con premios, establece fundaciones benéficas y respalda causas meritorias. El poderío económico parece haber reducido la explotación directa pasando a un tipo más sutil de explotación psicológi-

ca, logrado en gran medida por la diseminación de propaganda a través de los medios masivos de comunicación.

- Efectos de los medios masivos de comunicación sobre la cultura popular y los gustos estéticos de sus públicos. Se aduce que, en la medida en que la magnitud de dichos públicos ha aumentado, el nivel del gusto estético se ha deteriorado. Y se teme que los medios masivos de comunicación deliberadamente provean a estos gustos vulgarizados, contribuyendo así a un mayor deterioro.
- Por último, existe el peligro de que estos instrumentos de comunicación masiva, tecnológicamente avanzados, constituyan un cauce fundamental para el deterioro de los gustos estéticos y de los cánones de cultura popular. Y también hemos dicho que existe una base sustancial para la preocupación por estos efectos sociales inmediatos de los medios masivos de comunicación.

La manifiesta preocupación por las funciones de los medios masivos de comunicación se basa, en parte, en la observación válida de que estos han tomado la tarea de adaptar el público masivo al status quo social y económico (RRPPnet, 2005).

George Gerbner: La teoría del cultivo

Fue un teórico sobre la comunicación, nacido en Budapest en 1919. Desarrolló la teoría del cultivo y estuvo muy interesado acerca de los efectos de la televisión en la sociedad.

Para ello, Gerbner categorizó a los medios derivados de la imprenta (como los periódicos) y los eléctricos (la televisión). La televisión es la fuente de la mayoría de las imágenes y mensajes más ampliamente compartidos en la historia. Todo esto debido a que su programación es gratuita, no requiere movilidad y las imágenes causan mayor impacto (Morán, 2014).

De acuerdo a Morán (2014), la Teoría del Cultivo se centra en las contribuciones que la televisión hace a las concepciones de la realidad social; en otras palabras, la hipótesis central del análisis del cultivo sostiene que los que dedican más tiempo a mirar televisión son los que con mayor probabilidad perciben el mundo verdadero según reflejan los mensajes más comunes y recurrentes del mundo de la televisión, si son comparados con aquellos que miran menos televisión.

Esta teoría tiene varias hipótesis, entre ellas:

- La televisión es esencial y fundamentalmente diferente de otras formas de medios de comunicación.

Gerbner y otros autores afirmaron que “la televisión es la fuente de las imágenes y los mensajes más ampliamente compartidos en la historia. La televisión cultiva desde la infancia las mismas predisposiciones y preferencias que solían ser adquiridas de otras fuentes primarias. El patrón repetitivo de mensajes e imágenes producidas en serie de la televisión constituye la corriente principal de un entorno simbólico común”.

-La televisión da forma a la manera en que la sociedad piensa y se relaciona.

Gerbner y otros escribieron que “la sustancia de la conciencia cultivada por televisión no son las actitudes y opiniones tanto específicas como supuestos más básicos sobre los hechos de la vida y las normas del juicio en que se basan las conclusiones.” Dicho de otra manera, las realidades creadas por la televisión no están basadas en hechos reales, sino en especulaciones. Gerbner observa que la televisión llega a las personas, en promedio, más de siete horas al día. Mientras se está viendo, la televisión ofrece “un sistema centralizado de contar historias”. Gerbner afirma que una importante función cultural de la televisión es estabilizar los patrones sociales y cultivar la resistencia al cambio.

-Los efectos de la televisión son limitados.

La teoría de cultivo menciona que la exposición a la televisión, con el tiempo, sutilmente “cultiva” percepción de la realidad los espectadores. Gerbner y otros dicen que “la televisión es un medio de la socialización de la mayoría de las personas en roles y comportamientos estandarizados, y su función es la inculturación”.

Gerbner sostiene que las historias son un tipo de mensaje muy especial, las historias enseñan valores, normas, ideologías. La televisión es una parte estable de los estilos de vida y perspectivas individuales, es capaz de ligar al individuo con un mundo más grande al suyo, mucho más amplio que es el mundo de la televisión, donde todo está más fácilmente al alcance del espectador.

Muchos con ciertas características sociales y psicológicas, usan la televisión como su mayor vehículo de participación cultural, al grado que la televisión domina sus fuentes de entretenimiento e información. La exposición continua a sus mensajes es propensa a reiterar, confirmar y cultivar sus propios valores y perspectivas (Morán, 2014).

2.2.4 Fundamentación comunicacional

Concepto de comunicación

El primer concepto de comunicación proviene de la Real Academia Española de la Lengua. En lo que se refiere al tema, señala que comunicación es el trato o correspondencia entre dos o más personas; la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor(2014). De allí que comunicar es hacer a otro partícipe de lo que uno tiene; descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo; conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito (RAE, 2014).

En base a estas definiciones, Carlos J. van der Hofstadt (2005) establece que la comunicación constituye una característica y necesidad

de las personas y las sociedades, por primitivas que sean, con el objetivo de poder intercambiarse informaciones y relacionarse entre sí.

Otros conceptos que se le han otorgado a la comunicación, según sus autores (Taborda, 2013):

- Fenómeno por el cual los seres humanos modifican su conducta (actos, pensamientos, sentimientos, creencias, etc.) a partir de una información que intercambian. Si no hay modificación de conducta o intercambio, no hay comunicación, sólo existe información. Emisor y receptor deben ser roles intercambiables en el proceso de comunicación.
- Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala.
- La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto.
- Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano.
- La comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones.
- Proceso de transmisión de información de un emisor (A) a un receptor (B) a través de un medio (C). En la transmisión y la recepción de esa

información se utiliza un código específico que debe ser “codificado”, por el emisor y “decodificado” por el receptor” (Colectivo de autores del ISP Enrique José Varona, Texto básico Comunicación Profesional.).

- Bastante clarificadores pero más sencillo es entender que comunicar no es lo que digo o quiero decir, sino lo que el otro entiende.
- El punto de inicio de la comunicación no es más que lo que las personas quieren saber, necesitan saber y deben saber ya que es aquí cuando la comunicación tiene sentido.

Elementos de la comunicación

Los elementos que integran el proceso de comunicación son los siguientes (Hofstadt, 2005):

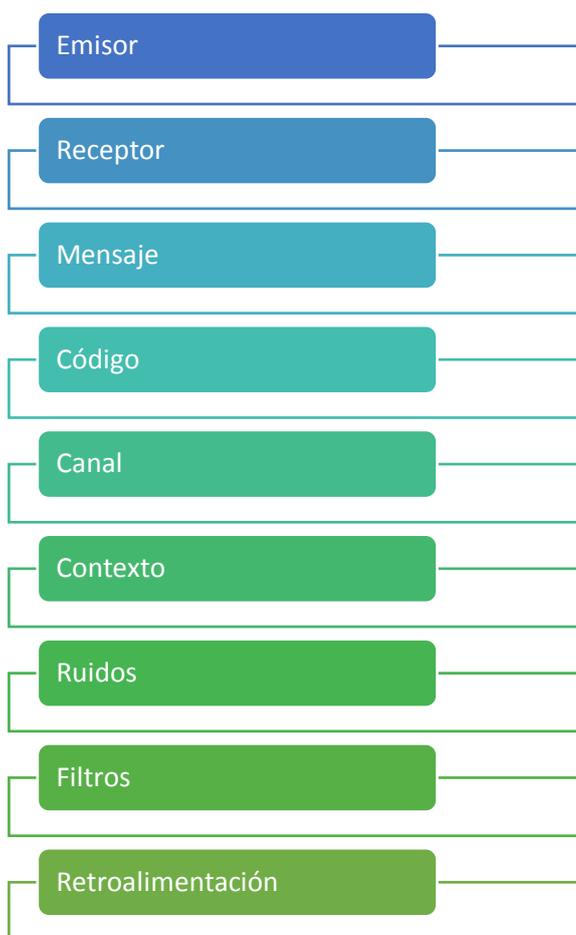


Figura 1. Elementos de la comunicación
Elaboración: Alex Sáenz y Jorge Andino

1. El emisor y el receptor. El primero es el individuo que comunica en primer lugar o toma la iniciativa de ese acto. En tanto que el receptor es el que recibe el mensaje, hacia quien va destinado el mensaje. En ambos casos, más que un sujeto, son roles que deben ejecutarse por parte de un sujeto, porque a lo largo del acto de comunicar, el emisor se convertirá en receptor y viceversa; así, ambos intercambiarán sus papeles en un número indeterminado de ocasiones.
2. El mensaje. Es el conjunto de las diferentes ideas o informaciones transmitidas mediante códigos, claves, imágenes, entre otros, cuyo significado interpretará el receptor en función de una serie de factores

relacionados fundamentalmente con sus propias experiencias personales y el contexto sociocultural que le sirva de referencia. El mensaje consta de la idea o información central que se quiere transmitir y de la redundancia que supone todo aquello que adorna el mensaje contribuyendo a captar la atención y facilitar la comprensión.

3. El código. Es el conjunto de claves, imágenes, lenguaje, normas, y más, que sirven para transmitir la información o las ideas que constituyen el mensaje. El código debe ser compartido por emisor y receptor, pues en caso contrario es imposible que se produzca una comunicación efectiva. Por ejemplo, compartir un idioma supone compartir un código de comunicación, pero diferentes actividades, especialidades u oficios pueden generar códigos distintos dentro del mismo idioma (jergas).
4. El canal. Es el medio por el cual se emite el mensaje del emisor al receptor. Supone el soporte de la información que actúa como línea de transmisión. En la comunicación interpersonal, por ejemplo, se utilizan los canales oral-auditivos y el gráfico-visual de forma complementaria. En otros tipos de comunicación el canal puede ser diferente, por ejemplo, cuando uno habla por teléfono solo necesita el canal oral-auditivo.
5. El contexto. Se supone que es la situación concreta en la que se desarrolla la comunicación. De él dependerán la imagen e interpretación que se dará al mensaje, influyendo en la comprensión correcta del mismo.
6. Los ruidos. Son las alteraciones que se producen durante la transmisión del mensaje, no necesariamente tiene que ver el sonido.
7. Los filtros. Son las barreras mentales que surgen de los valores, experiencias, conocimiento, expectativas, prejuicios, entre otros, del emisor y el receptor. Ambos deben impedir o controlar su acción sobre el mensaje, para no distorsionar su sentido o interpretación.

8. La retroalimentación. Es la información que devuelve el receptor al emisor sobre su propia comunicación, tanto en lo que se refiere a su contenido como su interpretación del mismo.

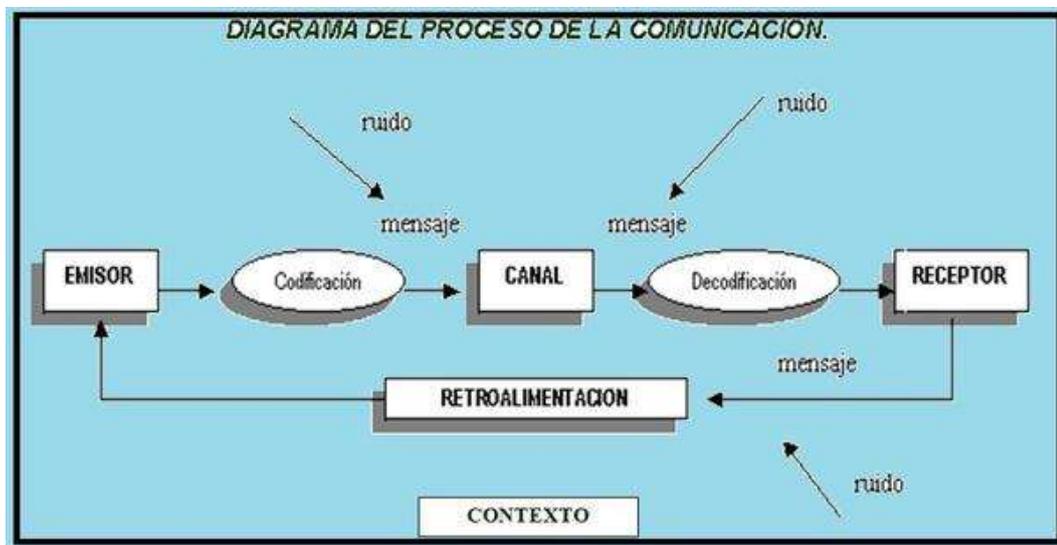


Figura 2. El proceso de la comunicación

Medios de comunicación

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales (Sandoval & Al-Ghassani, 1990).

La Ley Orgánica de Comunicación (2013) considera que son medios de comunicación social las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet (art. 5).

A comienzos del siglo XXI, los medios de comunicación también constituyen una gran red de plataformas tecnológicas que excede los límites nacionales. Actualmente existen redes globales, nacionales, regionales y comunitarias, constituidas por periódicos, revistas, emisoras radiales, canales de televisión y páginas web.

Cada una de estas plataformas define la materialidad de la información que se transmite. Por ejemplo, los periódicos publican diariamente artículos, columnas de opinión, infografías y fotografías; las emisoras, en sus programas, cubren de manera exhaustiva los acontecimientos que están pasando en cualquier lugar y a cualquier hora; los canales de televisión, con sus noticieros, sus programas de discusión, sus telenovelas y sus partidos de fútbol, parecen traer la realidad a la casa de los televidentes.

Por su estructura física, los medios de comunicación se dividen en cuatro categorías:

1. Medios audiovisuales

Utilizan los sonidos e imágenes en movimiento para transmitir la información, es decir son los medios que pueden ser escuchados y vistos, como la televisión y el cine.

La televisión.- Su inmediatez en el cubrimiento de acontecimientos, los recursos que utiliza (imágenes, sonido, presentadores, sets de grabación) y, sobre todo, la posibilidad que ofrece de ver los hechos (y a sus protagonistas) en tiempo real y a kilómetros de distancia (como en la figura 3), lo ha convertido en el medio con mayor audiencia a nivel mundial.

A pesar de la aparición de nuevos medios de comunicación, la televisión mantiene su nivel de influencia sobre la mayor parte de los sectores de la sociedad, pues sus dispositivos son baratos y de fácil acceso.



Figura 3. Reporteros de televisión

Fuente: ejercitodelaire.mde.es

A nivel formal, la televisión plantea el uso de una gran variedad de formatos a la hora de transmitir la información. Entre ellos sobresalen noticieros, telenovelas, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, pedagógicos y científicos, entre otros.

El cine.- Sus características audiovisuales le permiten funcionar como una poderosa plataforma de transmisión de mensajes, pero las dimensiones de su producción y los intereses de sus productores han hecho que, hasta el día de hoy, se lo considere como una entretención cultural, dedicada a la creación de historias, ficcionales y documentales, de alto impacto y con trascendencia emocional o histórica.

Vale recordar, sin embargo, desde su aparición, a finales del siglo XIX, el cine funcionó como transmisor de mensajes informativos. Por ejemplo, en los años 30 y 40, en la Alemania Nazi y la Italia fascista, el cine fue utilizado como medio de propaganda: los gobernantes de ambos países lo entendían como una plataforma fundamental para transmitirle a sus pueblos los alcances de sus gobiernos.



Figura 4. Cine como transmisor de propaganda nazi

2. Medios radiofónicos

La radio es el único medio que transmite información en formatos sonoros. Su importancia radica en que consigue la información con más facilidad, porque solo requiere audios; además conlleva un proceso de producción más sencillo que el de la televisión. Incluso, por los pocos requerimientos que implica su producción, la radio no necesita de imágenes para comunicar, ni de un gran equipo de trabajadores; los periodistas radiales sólo necesitan estar en el lugar de los hechos, tener un micrófono y una cabina de sonido con la cual se logre hacer la emisión de la información al aire.

Hoy en día, por medio de entrevistas con los protagonistas de las noticias y paisajes sonoros (ambientes, voces de personajes, canciones, entre otros) se recrean universos o se evocan lugares. Un programa de radio acompaña la cotidianidad de los oyentes: al tiempo que transmite la información, la radio genera emociones trascendentales en los oyentes.

Un caso que se ajusta a lo anterior descrito podría ser el espacio de la Señorita Laura en el programa Radiación Temprana de radio Canela (90.5 FM). Usando solo su voz y ciertos diálogos escogidos, el actor Emerson Morocho da la sensación de escuchar a Laura Bozzo en la radio guayaquileña, lo cual al momento le ha otorgado reconocimiento local.



Figura 5. Emerson Morocho en cabina y personaje

Fuente: Youtube

A pesar del creciente desarrollo tecnológico, en el siglo XXI la radio aún conserva su capacidad para emocionar e informar al mismo tiempo. En este sentido se destaca la producción de emisoras o programas radiales en plataformas de internet, fusionándose con medios digitales. La cabina, los instrumentos y herramientas radiales no han cambiado, solo la forma de difundir el contenido. Un ejemplo de ello es la radio En Ecuador hay música, creada por el músico Daniel Sais. La emisora se escucha en 107 países y llega a más de 17 mil oyentes (La Revista, 2015).



Figura 6. Cabina de la emisora En Ecuador hay música

Fuente: (La Revista, 2015)

A diferencia de los medios audiovisuales, la radio tiene mayor alcance a todos los sectores de la sociedad y a más regiones del país,

pues, por su naturaleza, sus dispositivos de transmisión pueden ser transportados con mayor facilidad: radio de transistores, radio en el carro, reproductor portátil, teléfono smartphone, entre otros.

3. *Medios impresos*

Las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar, hacen parte del grupo de los medios impresos.

En la actualidad, el público consumidor ha relegado el papel de los medios impresos debido a varios factores: aparte de que para acceder a ellos se necesita periódicamente una cantidad de dinero considerable, con la aparición de los medios de comunicación audiovisuales, el interés por la lectura y por la información presentada de manera escrita pasó a un segundo plano.

Los consumidores de medios de comunicación han comenzado a acceder a varios de los contenidos publicados en medios impresos a través de internet, lo que ha generado cambios fundamentales en el acceso a la información.

Asimismo, en el mundo tecnológico de finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI, caracterizado por la inmediatez en el flujo de la información, la lectura de textos extensos pierde interés en el público. Sin embargo, los medios impresos han buscado nuevas maneras de transmitir la información cotidiana, apelando al uso de recursos audiovisuales; hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, también los hay para los jóvenes, los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, a la literatura, a la tecnología, a los negocios, entre otros.

En el siglo XXI, los medios impresos más influyentes siguen siendo los periódicos, pues a través de ellos se transmite la información más compleja y elaborada, en cuanto a investigación, contenidos y escritura.



Figura 7. Periódicos de Ecuador

Fuente: Aandrestd

El análisis brindado por un periódico establece un diálogo entre el mundo de la opinión pública y los personajes más influyentes de los sistemas políticos o económicos. Así también, el efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla y para compararla con nuevas publicaciones.

4. Medios digitales

Actualmente, los medios digitales se encuentran en un proceso de expansión hacia todos los sectores de la sociedad. Entre los medios digitales sobresalen los blogs, las revistas virtuales, las versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, páginas web de divulgación y difusión artística, emisoras de radio virtuales, entre otros.

La rapidez, la creatividad y la variedad de recursos que utilizan los medios digitales para comunicar hacen de ellos una herramienta muy atractiva. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por ellos para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

Bajo ese paraguas surgió Awake, la cual se considera la primera revista digital interactiva y gratuita del país: “Queremos hacer un llamado a despertar a través de una experiencia digital. Nos mueve el entorno y el cambio, apuntamos a convertirnos en el primer referente de revista digital interactiva nacional; manteniéndonos siempre enfocados a concienciar, entretener al usuario y sobre todo, a invitarlo estar siempre despierto”, es el motor de la publicación que se puede leer en su página web revistaawake.com.

El proyecto fue realizado por alumnos, ex-alumnos y profesores de la Universidad Casa Grande. Es posible acceder al contenido desde celulares con sistemas operativos iOS y Android, tabletas, laptops y PCs.



Figura 8. Revista digital Awake

Fuente: revistaawake.com

No obstante, dentro de esta ebullición tecnológica hay que recordar que el acceso a computadores y otros dispositivos no es todavía un bien común en todos los países, como lo es la televisión. Igualmente, la expansión de internet todavía no se ha logrado en todos los sectores de la

sociedad, los cuales sus necesidades básicas todavía no han sido satisfechas, como vivienda, alimentación, salud y educación.

Estructura según su carácter

Según Sandoval y Al-Ghassani (1990) los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

Informativos.- Como su nombre lo indica, su objetivo es informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales.

De entretenimiento.- Hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, entre otros.

Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes.

De análisis.- Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia.

El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece. Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretenden comunicar.

Especializados.- Dentro de este tipo de medios entran los culturales, los científicos y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y rigurosamente tratados. Un ejemplo de ellos pueden ser los documentales audiovisuales y las revistas científicas, literarias, deportivas o musicales.

Para comienzos del siglo XXI, este tipo de medios de comunicación ha comenzado a tener una mayor recepción del público, cada vez más interesado en tener herramientas para filtrar la cantidad de información que se transmite día a día.

Talk shows

Se trata de programas en los que se busca intencionadamente la combinación con el entretenimiento, la diversión y el espectáculo (Boggio Woll, 2006). Su traducción literal es 'espectáculo hablado' pues su ingrediente principal es una entrevista sostenida entre el presentador y el invitado al programa, quien siempre es una persona común y corriente ajena al mundo de la televisión.

La intención del programa es conseguir de sus entrevistados testimonios sobre sus experiencias personales acerca de un tema relacionado a problemas sociales, familiares o sexuales, siempre y

cuando sean atractivos para los espectadores, que apelen a sus sentimientos e incluso puedan sentirse identificados.

En este tipo de programas, hay un contacto inmediato entre el presentador y las personas invitadas. En algunas ocasiones y dependiendo de los temas, también participan especialistas en diversas áreas (psicólogos, abogados, sociólogos) que intervienen con sus criterios e intentan dar una perspectiva profesional del tema tratado. Finalmente, el público también participa, pidiendo la palabra para opinar o debatir sobre las opiniones del entrevistado.

Para Boggio (2006), es un combinado juego desarrollado por la televisión y que ha sido la estrella del éxito durante los últimos años. Esta mezcla ha creado los programas infoshow, dentro de los cuales se incluyen los magazines, talk show y los reality show.

Sin embargo, aduce, la información en estos programas pierde parcialmente su rigurosidad, dado que no se busca la generación de debates o declaraciones llamativas, sino explotar de temas arriesgados, al límite de la ley o de los sentimientos y dolor humano. Por ello es común que las personas entrevistadas lloren en el set y que el público asistente se contagie de estas emociones, especialmente cuando en la exposición de los puntos de vista de los entrevistados, se incita al acaloramiento, a la argumentación airada, a la defensa radical y apasionada de las opiniones y hechos.

Otros elementos del talk show, según Boggio, son el morbo, el voyerismo y el dramatismo, con los cuales se sobrepasa, el derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen de las personas protagonistas.

La definición del talk show no resulta fácil, hecho debido, sin duda, al carácter híbrido de este género televisivo, dice Oxana Danilova (2008). Citando a Charo Lacalle Zalduendo, Danilova aclara que la hibridación en el talk show se configura a partir de la estructura del debate (la conversación), la temática de los reality shows (la vida privada) y la participación del público de los concursos.

Siguiendo la clasificación de Mauro Wolf, los licenciados en Comunicación Estupiñán y Valencia (2011), sostienen que el contenido de los talk shows se organiza de acuerdo a valores-noticia y se derivan de consideraciones relativas a:

1. Las características de los temas relativos a su contenido como, es su importancia y trascendencia social, su rareza, el grado y nivel jerárquico de las personas implicadas.

2. El producto, es decir, cuanto más sorprendente e insólito sea un testimonio, mayor es la posibilidad de que sea elegido.

3. El medio, esto es que cuanto menos esfuerzo tenga que realizar el medio, mayores serán las posibilidades de que se seleccione ese tema para ser emitido.

4. El público puesto que es diferente la temática tratada si se considera que va dirigida a un público mayor o joven, o si va dirigida a un público masculino o femenino.

5. La competencia ya que es de vital importancia conocer lo que otras cadenas realizan en programas similares.

Talk shows en América Latina

Uno de los primeros programas talk show dirigido a los latinoamericanos fue el *Show de Cristina*, transmitido por la cadena Univisión desde 1989. Inicialmente consistía en entrevistas a celebridades que hablaban español, pero consiguió más audiencia cuando empezó a presentar temas impactantes como alcoholismo, prostitución, infidelidad, rebeldía, salud, superstición, lenguaje soez, homosexualidad, obesidad, adicción, sexo, entre otros.



Figura 9. *El show de Cristina* (1989-2010)

Fuente: *Diariode3*

El *Show de Cristina* apareció en la televisión de más de 10 países latinos. El show concluyó en el 2010, después de 20 años de permanecer al aire con un alto rating, por razones que la presentadora cubanoamericana atribuyó a que la consideraban “muy vieja” para continuar en televisión (Moreno, 2014).

Diez años después del estreno del *Show de Cristina*, seguramente debido a su éxito, nació *Laura en América*. Era conducido por la abogada peruana Laura Bozzo y su primera transmisión fue por el canal América en Perú en 1998. Este programa se caracterizaba por mostrar diversas temáticas sociales, como la violencia familiar, adulterio, alcoholismo y drogadicción.

Diversos factores han motivado la salida del aire de Laura Bozzo en sus años de carrera. Pero ella siempre encontró un nuevo espacio para regresar a la televisión. Una de las controversias más sonadas sucedió en el 2001 cuando Bozzo fue investigada y enjuiciada por peculado supuestamente al utilizar su programa para impulsar la reelección de Alberto Fujimori, en 1999, a cambio de dinero (Aristegui Noticias, 2013). Estuvo en prisión 3 años hasta que la justicia peruana la declaró inocente.



Figura 10. Laura (1998-2008)

Fuente: *Buzzfeed*

En los años siguientes siguió grabando en Perú el mismo formato de programa, pero solo era transmitido en el extranjero, por Telemundo, bajo los nombres *Laura* y *Laura en acción*. Ambos programas acumularon varias denuncias en Perú y el extranjero por sus contenidos cargados de violencia, en los cuales la producción de Laura debía intervenir para detener los golpes e insultos. Tras estos sucesos, Laura se marchó de su país natal. Pero la violencia la siguió a sus nuevos espacios.

Cabe mencionar que Laura combinó su talk show con actividades de solidaridad, pues al finalizar el programa les ofrecía a los perjudicados de la temática expuesta en ese momento, carritos carameleros o de sánduches para que puedan iniciar su microempresa. Aunque después del programa no se hacía un seguimiento de qué había pasado posteriormente con estos personajes. Muchos sospechan que gran parte de lo mostrado en su programa es falso.



Figura 11. Escena de Laura de todos

Fuente: Televisa

En 2009 inició nuevos programas en México, donde reside actualmente. Se transmiten bajo los nombres Laura y Laura de todos. Allí la polémica conductora de 63 años fundó la organización Laura Ayuda, de asistencia social. En esa ocasión, Bozzo aprovechó el momento para decir que abandonará México solo cuando la gente deje de verla en televisión. Mientras tanto, “de aquí no me saca nadie”, aseveró. Informó que tiene contrato para producir y presentar el programa Laura hasta 2015, pero “con posibilidad de extenderse hasta el 2020” (Perú 21, 2014).

En Ecuador, el programa El Justiciero, presentado por el periodista ecuatoriano Mauricio Ayora, es una muestra del impacto que ha causado en la televisión nacional la tendencia talk show. Desde mayo del año 2015, fecha de su primera transmisión, ha continuado en el aire como opción de entretenimiento para los televidentes.



Figura 12. Escena del programa El Justiciero

Fuente: Tc Televisión

Sala de Parejas y Caso Cerrado

Caso cerrado es un programa que se transmite desde el 2005 por la cadena televisiva Telemundo, con sede en Miami. Es un talk show que apunta a la resolución de conflictos, guiado por la jurista Ana María Polo. Ella estudió Ciencias Políticas en la Universidad Internacional de la Florida y obtuvo el título de Derecho en la Universidad de Miami. Posteriormente se especializó en Derecho de Familia (Castellanos, 2008).



Figura 13. Ana María Polo

Fuente: Telemundo

La conductora, de origen cubano, ya había estado al frente de otro programa desde el 2001, denominado Sala de Parejas, dirigido a solucionar problemas conyugales entre los litigantes, como divorcios, adopciones, custodias y paternidades. Eventualmente, se abrió a diferentes casos y, gracias a la última frase que expresaba al finalizar un litigio “¡Caso cerrado!”, su programa se renombró así.



Figura 14. Sala de Parejas (2001-2005)

Fuente: Youtube

Además de cantar y componer la música del popular programa, agrega Telemundo (2015), “la Dra. Polo ha logrado sostener una fórmula de conexión integral con la población latina durante los últimos 10 años”. Actualmente, Caso Cerrado está clasificado para adolescentes y mayores de edad debido a su contenido violento, sexual, lenguaje grosero y fuerte. Esto es porque Polo es conocida por gritarles a los invitados que son irrespetuosos hacia ella, o a otra persona en el tribunal.



Figura 15. Escena de Caso Cerrado

Fuente: Youtube

Polo no actúa como jueza en el show, pero sí como árbitro que resuelve los conflictos entre los litigantes, quienes acuden al show de forma voluntaria. Antes de participar en el programa, los demandantes deben firmar un contrato de arbitraje que les obliga legalmente a respetar sus decisiones. Los litigantes deben dar un testimonio creíble y para eso pueden presentar pruebas como videos, fotos, audios, textos, que apoyen su postura. Luego de esto Polo debe tomar una decisión basándose en las evidencias y testimonios (Chile Visión, 2015).



Figura 16. Ana María Polo en Caso Cerrado

Fuente: Telemundo

No obstante, recientemente en este año se conoció por palabras de la propia abogada cubana que en su programa se recrean los casos (Soy Chile, 2015). Polo vertió estas declaraciones en Chile cuando fue invitada a Viña del Mar a ofrecer una conferencia de prensa sobre el espacio que lidera en el canal local Chile Visión.

Polo explicó que "participar (de su programa) es un proceso voluntario, pues yo no tengo el poder de obligar a nadie a asistir para litigar sobre algún tema... entonces las historias son las que se recrean, aunque son sobre casos reales. El valor que se le da a eso es la lección que se aprende, el método con el que se resuelve. Las personas que las realizan no son actores, sino que usualmente es gente que siente el tema porque ha estado en una situación parecida al caso que se está llevando a cabo. Entonces ellos no están actuando, sino que están viviendo su problema. Pero sí, hay casos que son recreados y yo no sé cuáles son", agregó (Soy Chile, 2015).

Juez vs. Árbitro

Un juez y un árbitro se asemejan en que ambos tienen la potestad para resolver los conflictos que conocen en su competencia, explica Pérez (2012). Otro rasgo relevante de su tarea es que gozan del monopolio para resolver conflictos. Esto se expresa en dos aspectos centrales de la institución judicial: a) exclusividad de la función juzgadora, y b) unidad jurisdiccional, es decir, que la capacidad para juzgar reside en un solo cuerpo de jueces y árbitros (Pérez, 2012).

La diferencia entre un juez y un árbitro es que los árbitros son jueces nombrados por las partes litigantes. En tanto que el juez siempre es designado a un caso por sorteo, se aclara en el Diccionario Jurídico Chileno (2003). En otras palabras, las partes que desean solucionar un conflicto tienen potestad para escoger voluntariamente al juez que resuelva su caso, pero en esta situación se denomina árbitro.

El árbitro de derecho fallará con arreglo a la ley y se someterá, tanto en la tramitación como en el pronunciamiento de la sentencia definitiva, a las reglas establecidas para los jueces ordinarios.

El nombramiento de árbitros de derecho sólo puede recaer en un abogado. De las materias que se resuelven por árbitros (Diccionario Jurídico Chileno, 2003):

1. La liquidación de una sociedad conyugal o de una sociedad colectiva o en comandita civil, y la de las comunidades.
2. La partición de bienes.
3. Las cuestiones a que diere lugar la presentación de la cuenta del gerente o del liquidador de las sociedades comerciales y los demás juicios sobre cuentas.
4. Las diferencias que ocurrieren entre los socios de una sociedad anónima, o de una sociedad colectiva o en comandita comercial, o entre los asociados de una participación.
5. Los demás que determinen las leyes.

2.3 Hipótesis

2.3.1 Hipótesis correlacionales

El lenguaje comunicacional usado en el programa Caso Cerrado afecta el comportamiento de los estudiantes que ven frecuentemente dicho programa.

2.3.2 Hipótesis específicas

Los jóvenes escogen ver el programa Caso Cerrado porque en esa franja horaria no existen propuestas dirigidas a su edad.

Los adolescentes ven este tipo de programas porque no cuentan con otras opciones que pueden considerar entretenidas.

2.4 Variables

<u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u> CAUSA	<u>VARIABLE DEPENDIENTE</u> EFEECTO
<ul style="list-style-type: none">• Programas de televisión con lenguaje inapropiado	<ul style="list-style-type: none">• Cambios de comportamiento en jóvenes
<ul style="list-style-type: none">• Comportamiento rebelde de jóvenes	<ul style="list-style-type: none">• Relaciones interpersonales afectadas
<ul style="list-style-type: none">• Contenidos sexistas y de violencia en los programas	<ul style="list-style-type: none">• Irrespeto a las personas por su sexo
<ul style="list-style-type: none">• Casos recreados son exagerados	<ul style="list-style-type: none">• Distorsión de la realidad

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

El presente proyecto se fundamenta sobre la investigación de campo, ya que se llevó a cabo en una localidad específica, que es el colegio fiscal mixto Agustín Vera Loor, y con un grupo determinado de personas, jóvenes de noveno y décimo año. Para obtener información de exacta procedencia, se contó con fuentes primarias, que son los mismos estudiantes, quienes respondieron a encuestas sobre con qué frecuencia ven el programa Caso Cerrado y cómo dicho programa afecta su comportamiento. También se observó directamente la manera de comportarse de los alumnos en el colegio, con lo que se facilitó el análisis de este problema.

3.1 Métodos, técnicas e instrumentos

Las técnicas que se utilizaron en la presente investigación son la encuesta y la entrevista. Las encuestas fueron dirigidas a los alumnos de noveno y décimo curso del colegio fiscal mixto Agustín Vera Loor, para la respectiva evaluación de este problema, con lo que se facilitó la obtención de información confiable. Las entrevistas se realizaron a profesores de la institución.

3.2 Aplicación de instrumentos

El estudio se realizó en el Colegio fiscal mixto Dr. Agustín Vera Loor, a los alumnos de noveno y décimo año de educación básica. Se tomó esta población debido a que a esta edad los jóvenes son más vulnerables a los comentarios emitidos en los programas de televisión y

pueden presentar cambios de comportamiento influenciados por dichos programas.

Según los datos brindados por la institución, cada curso cuenta con tres paralelos (tres de noveno y tres de décimo de básica), los cuales tienen 45 alumnos cada uno. La mayoría de los alumnos tienen entre 13 a 15 años. El número total de alumnos es de 270, lo cual fue la cifra de población del estudio. Con esto la muestra se reduce a 161 estudiantes luego de aplicar la fórmula.

$$n = \frac{P*Q*Z^2*N}{N*E^2 + Z^2*P*Q}$$

$$n = \frac{0,5*0,5*(1,96)^2*277}{277*(0,05)^2 + (1,96)^2*0,5*0,5}$$

$$n = \frac{266,0308}{0,6925 + 0,9604}$$

$$n = \frac{266,0308}{1,6529}$$

$$n = 160.95$$

$$n = 161$$

3.2.1 Encuestas

La encuesta se realizó a la muestra obtenida a través de la fórmula de población finita. Esta encuesta sirvió para conocer la frecuencia con que estos alumnos ven el programa Caso Cerrado y la manera en que ver este programa está afectando su comportamiento en el colegio. Esta técnica permitió obtener una información confiable sobre el tema a tratar, que luego se analizó por medio de métodos estadísticos.

3.2.1 Entrevistas

La entrevista se realizó a los profesores de la institución, para que expresen su punto de vista, acerca del comportamiento de los alumnos que ven con cierta regularidad el programa Caso Cerrado.

3.3 Procesamiento de datos

1. Sexo: M___ F___

Tabla 1. Pregunta 1: Sexo

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Masculino	84	52%
Femenino	77	48%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

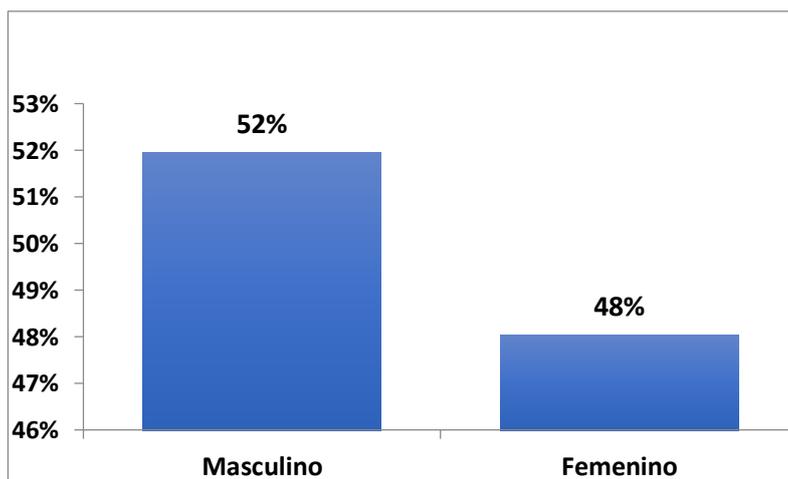


Figura 17. Pregunta 1: Sexo

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: En esta pregunta se observa que de 161 persona encuestadas, el 52% son de sexo masculino y el 48% restante son de sexo femenino.

INTERPRETACION: La muestra está representada casi equitativamente pues el porcentaje de hombres y mujeres es casi igual. Predominan los hombres, por lo que se entiende que la mayoría de las siguientes respuestas estarán influenciadas por sus perspectivas.

2. ¿Cuántas horas al día ves televisión?

Tabla 2. Pregunta 2

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
1-2 horas	49	30%
2-3 horas	44	27%
3-4 horas	22	14%
4 o más horas	46	29%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

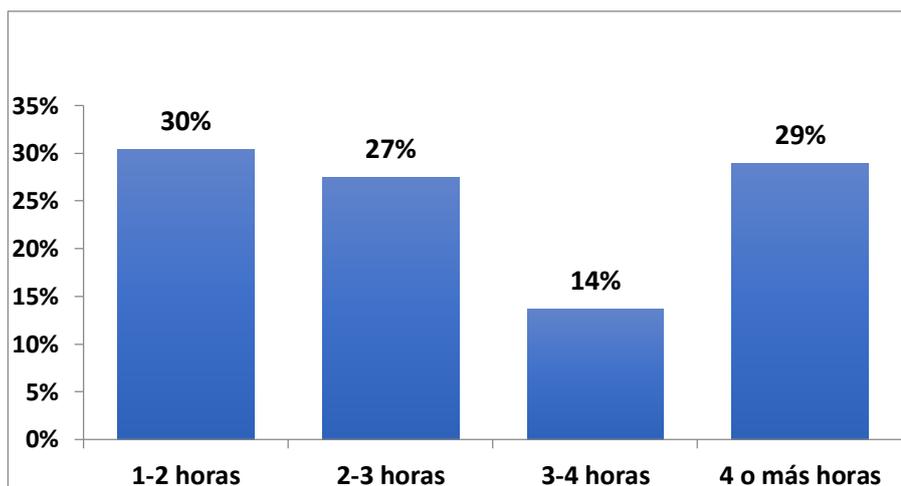


Figura 18. Pregunta 2

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: En esta pregunta se observa que de 161 persona encuestadas, el 30% de las personas ven televisión de 1 a 2 horas, el 27% ve televisión de 2 a 3 horas, el 14% ve televisión de 3 a 4 horas y el 29% ve televisión de 4 a más horas.

INTERPRETACION: Los encuestados escogieron las respuestas en la misma proporción. La tercera parte dijo que mira televisión más de cuatro horas al día, pero en mismo número señalaron que ven un promedio de dos horas diarias. Este espacio es suficiente para desarrollar y ofrecer un nuevo tipo de programa que reemplace cualquier contenido no conveniente para los adolescentes.

3. ¿Sabes qué es un talk show?

Tabla 3. Pregunta 3

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Sí	117	73%
No	44	27%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

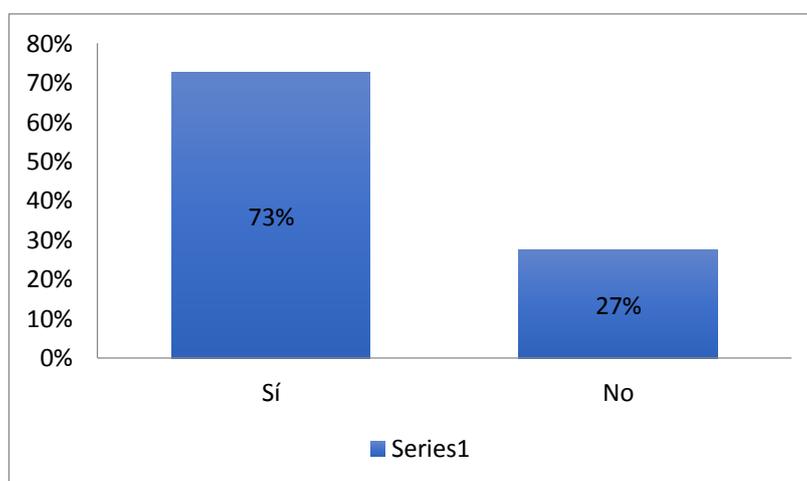


Figura 19. Pregunta 3

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: En esta pregunta se observa que de 161 persona encuestadas, el 73% de las personas saben que es un talk show y el 27% restante no saben lo que es un talk show.

INTERPRETACION: La tercera parte de los interrogados afirmó no conocer qué es un talk show. Se espera que el resto, quienes dijeron que sí, entiendan qué implica un talk show y sepan diferenciar las situaciones que allí se manifiestan de la realidad.

4. ¿Has visto el talk show Caso Cerrado?

Tabla 4. Pregunta 4

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Sí	131	81%
No	30	19%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

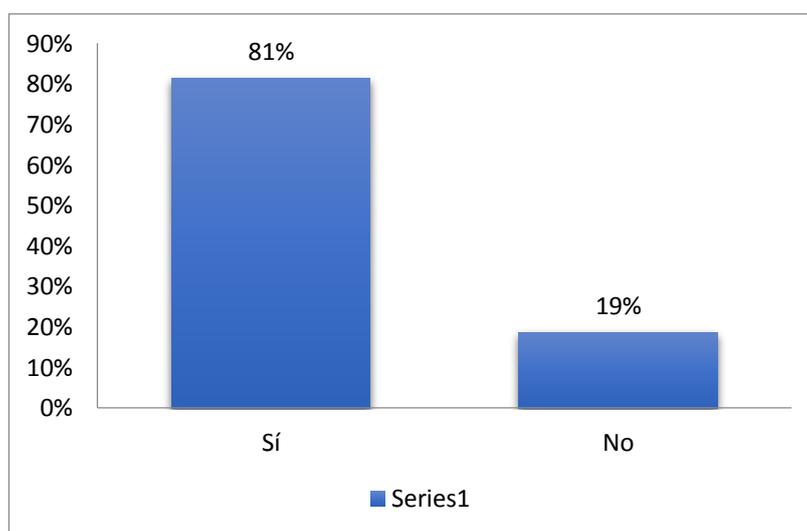


Figura 20. Pregunta 4

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: En esta pregunta se observa que de 161 persona encuestadas, el 81% de las personas han visto el talk show Caso Cerrado y el 19% restante no han visto el talk show Caso Cerrado.

INTERPRETACION: Más de las tres cuartas partes de la muestra señalaron que si ven el programa Caso Cerrado, es decir 131 estudiantes. El resto (30) que respondió NO en esta pregunta, no se tomará en cuenta en las siguientes preguntas (5, 6, 7 y 8), porque no es determinante su opinión ya que no han visto el programa.

5. ¿Qué te parece?

Tabla 5. Pregunta 5

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Muy bueno	76	51%
Bueno	54	34%
Regular	27	13%
Malo	2	1%
Muy malo	2	1%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

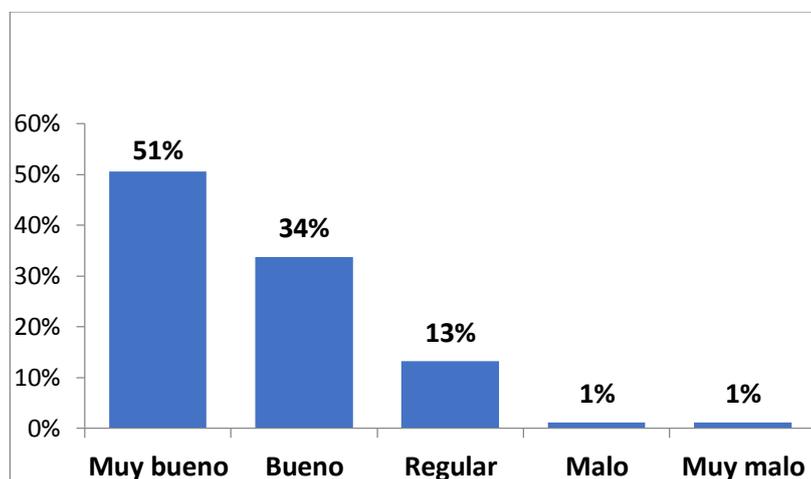


Figura 21. Pregunta 5

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: El 34% de la muestra encuentra que Caso Cerrado es un programa bueno, y el 51% del grupo consideran que es muy bueno.

INTERPRETACION:. Quiere decir que la mayoría de los estudiantes están muy identificados con este programa, y no toman en cuenta las críticas que hacia este existen.

6. ¿Crees que los casos que se presentan son reales?

Tabla 6. Pregunta 6

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Si	68	45%
No	7	5%
A veces	86	50%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

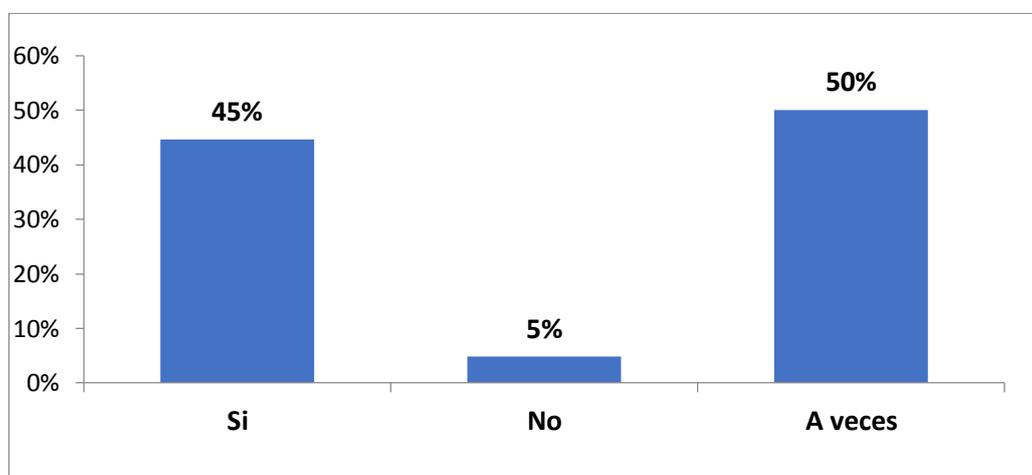


Figura 22. Pregunta 6

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: El 45% de la muestra encuentra que los Caso que se presentan son reales, mientras el 50% piensa que a veces son reales, pero el 5% de la muestra nos indica que no son reales.

INTERPRETACION: La mitad de los encuestados afirmó que duda a veces que las situaciones presentadas en el talk show Caso Cerrado sean reales, por lo que a su edad ya pueden identificar situaciones en televisión que son exageradas o sobredimensionadas. No obstante, un poco menos de la otra mitad si cree que los casos presentados son reales.

7. ¿Sabías que los casos en realidad son recreados?

Tabla 7. Pregunta 7

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Sí	10	10%
No	151	90%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

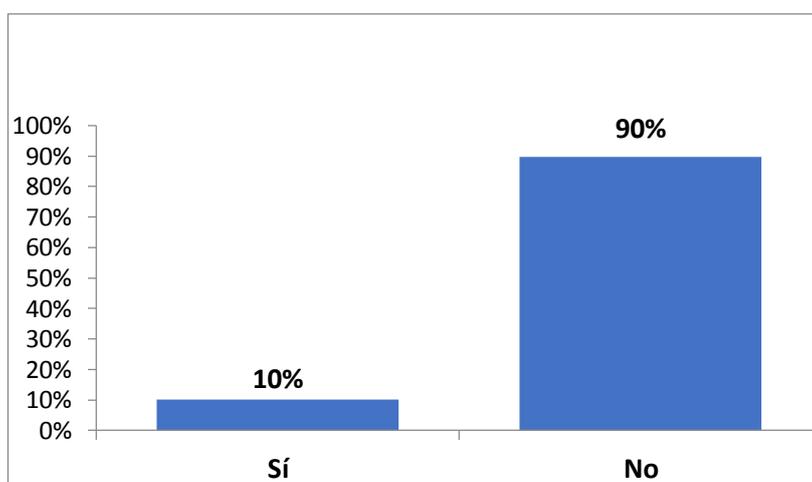


Figura 23. Pregunta 7

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: Casi en la totalidad de los estudiantes que observan el programa Caso Cerrado desconocían que el programa representa los casos expuestos con actores y un libreto.

INTERPRETACION: Esto ratifica la posición de que aquellos que creen que a veces si están siendo actuados los casos, los que respondieron en la pregunta anterior.

8. ¿Qué has aprendido viendo Caso Cerrado?

Tabla 8. Pregunta 8

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Existe injusticia	5	4%
Consejos y lecciones	51	31%
No ser racista	3	2%
Leyes y artículos	6	5%
Salud	2	1%
Reflexión	40	23%
Existe justicia	32	17%
Honestidad	5	4%
No aprendo nada	17	13%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

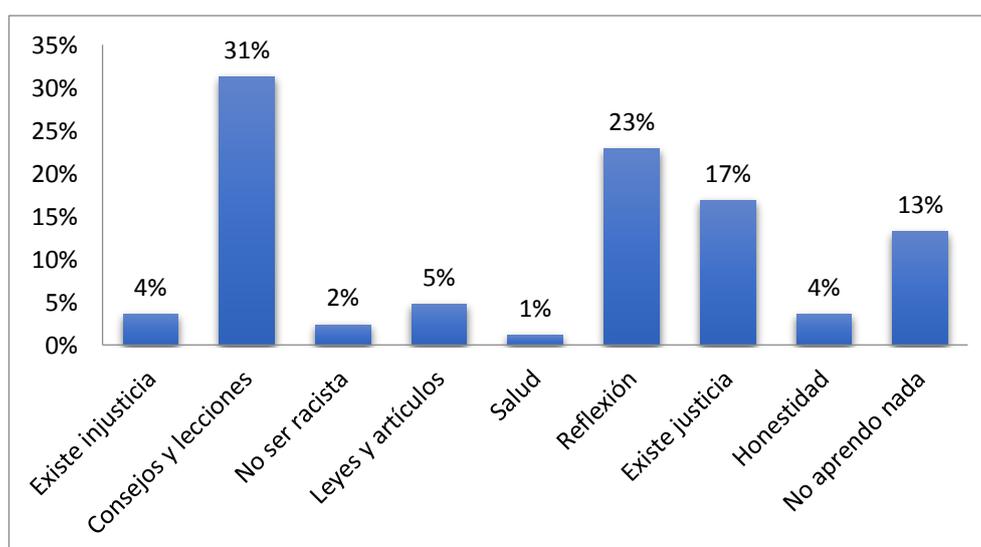


Figura 24. Pregunta 8

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANÁLISIS: Las dos terceras partes de los adolescentes que observan Caso Cerrado respondieron que este programa enseña al público consejos y lecciones y también invita a reflexionar sobre lo que sucede en la sociedad.

INTERPRETACION: Lo cual significa que los jóvenes hacen sus propias lecturas del programa, no solo lo observan por entretenimiento.

9. ¿Estás de acuerdo con la difusión de este tipo de programas?

Tabla 9. Pregunta 9

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Sí	144	89%
No	17	11%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

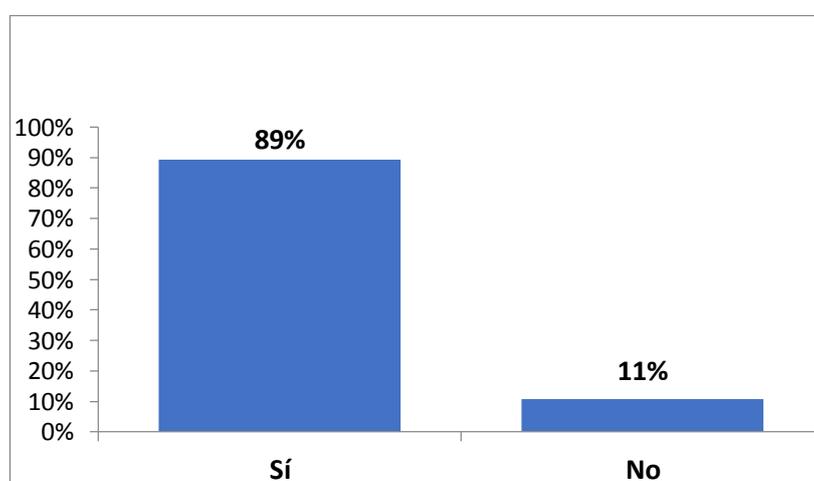


Figura 25. Pregunta 9

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANÁLISIS: En esta pregunta se observa que de 161 persona encuestadas, el 89% está de acuerdo con la difusión de este tipo de programas y el 11% no está de acuerdo con la difusión de este tipo de programa.

INTERPRETACION: En vista de lo anterior, entonces, casi todos (incluyendo a quienes no ven el show) están de acuerdo que se difundan este tipo de programas, porque dan a entender que indiferente de la naturaleza del talk show, al final motivan a reflexionar las diferentes relaciones que se dan en los individuos de la sociedad y cómo enfrentan sus desacuerdos.

10. ¿Crees que los talk shows tienen una influencia...?

Tabla 10. Pregunta 10

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Positiva	137	85%
Negativa	24	15%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

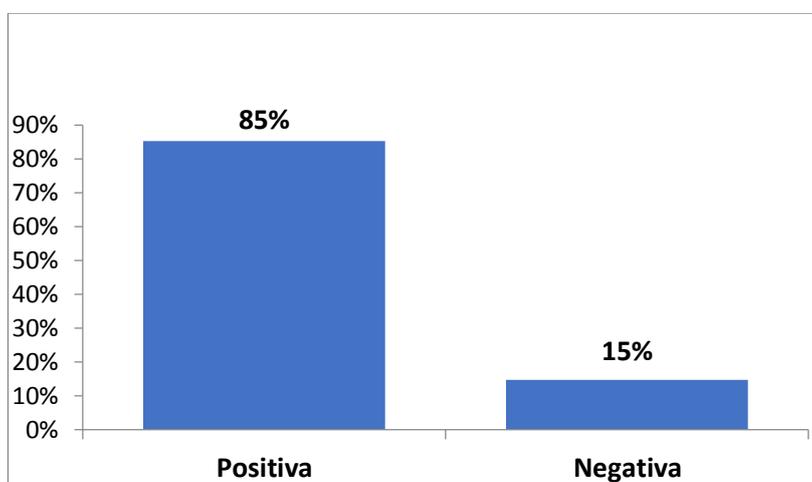


Figura 26. Pregunta 10

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: En esta pregunta se observa que de 161 persona encuestadas, el 85% cree que los talk shows tienen una influencia positiva y el 15% cree que los talk shows tienen una influencia negativa.

INTERPRETACION: Por lo tanto, de nuevo, casi todos creen que este tipo de programas tiene una influencia positiva en la sociedad. Esta pregunta podría dar a entender que mientras los críticos y expertos en el tema consideran que el programa no es adecuado para niños y adolescentes, los jóvenes en cambio tratan de verlo con la objetividad de su edad y no tomárselo literalmente lo que observan en pantalla.

11. ¿Consideras que el lenguaje utilizado en el programa Caso Cerrado es?

Tabla 11. Pregunta 11

TABLA DE FRECUENCIA		
DETALLE	DATOS	PORCENTAJE
Adecuado	75	50%
Inapropiado	52	32%
Educativo	34	18%
TOTAL	161	100%

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

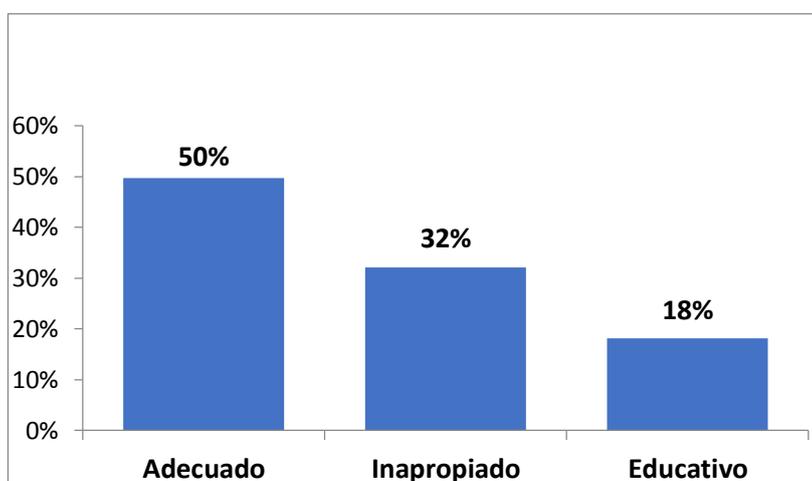


Figura 27. Pregunta 11

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz

ANALISIS: En esta pregunta se observa que de 161 persona encuestadas, el 50% cree que el lenguaje utilizado en el programa caso cerrado es adecuado mientras el 32% cree que es inapropiado y el 18% cree que el programa Caso Cerrado es educativo.

INTERPRETACION: La mitad de los estudiantes que observan el programa Caso Cerrado afirmaron que a su parecer el lenguaje utilizado en el show es adecuado. La tercera parte señaló que no lo considera adecuado. Por otro lado, la quinta parte indicó que el programa para ellos es educativo.

3.4 Análisis de entrevistas

Se dirigieron cuatro entrevistas, enfocadas a obtener una perspectiva de tres profesionales, en el ámbito de la comunicación, la psicología y la docencia (ver Anexos) y la de un padre de familia sobre la incidencia de los talk shows, especialmente Caso Cerrado, en la sociedad y en la percepción de los adolescentes.

Entrevista: JUSTIN PINCAY (Reportera)

Con Justin Pincay, comunicadora social y reportera del programa Calle 7 de TC Televisión, se condujo una entrevista con la intención de conocer qué entiende ella por un talk show y cuál es su función; su posición sobre este tipo de programas y sus percepciones acerca de Caso Cerrado.

Pincay encuentra que este tipo de programas muestran realidades cotidianas que no necesariamente son materiales para difundirse en los noticieros. A su manera de ver la situación, los personajes del programa narran historias que bien podrían reflejar las experiencias de algunos televidentes, generando empatía; ellos se vinculan al show de esta manera y he ahí su gran popularidad.

Por otro lado, en vista de lo anterior, la comunicadora no considera que el programa aporte de manera positiva a la sociedad. Aunque si rescata que la forma de resolver los casos expuestos sirven de referencia para conocer qué acciones legales pueden tomar los televidentes en situaciones similares.

Entrevista: Silvia Vinueza (Profesora)

Por otro lado, a Silvia Vinueza, profesora de Química del colegio Agustín Vera, se le interrogó sobre su opinión acerca del talk show y en las maneras en que ella considera afectan a los estudiantes.

Vinueza señala que a su parecer Caso Cerrado es un programa interesante, con alta credibilidad al ser conducido por una abogada. Pero

reconoce que puede haber casos exagerados para captar más la atención de los espectadores, porque al fin y al cabo esa es su función como show.

La docente también rescata que en este tipo de espectáculo no se suscitan agresiones físicas ni se emiten vulgaridades, por lo que no estima que haya algún factor negativo a influir en jóvenes y adolescentes. Es más, considera que el papel de la jueza Ana María Apolo, como la posición mediadora para llegar a una solución justa, podría motivar en los jóvenes la cultura del diálogo y aceptación de la mediación en los problemas en su vida diaria. Por este motivo, no desincentivaría ver este tipo de programas.

Entrevista: Wendy Ruiz (Psicóloga)

Se sostuvo una entrevista con Wendy Ruiz, psicóloga clínica, quien ha trabajado como profesora y orientadora por varios años en diferentes establecimientos educativos de la ciudad. Actualmente es directora del área de consejería del colegio fiscal mixto “Dr. Agustín Vera Llor” de esta ciudad. El diálogo con ella se enfocó a dilucidar las relaciones que generan los talk shows sobre sus televidentes, su punto de vista en cuanto a la psicología humana, y qué buscan los jóvenes al ver Caso Cerrado u otros talk shows similares y cómo les afecta.

La psicóloga Wendy Ruiz indica que el talk show Caso Cerrado, aunque presenta una supuesta solución a una problemática específica, no aporta a modificar las conductas negativas de los seres humanos. El problema de este show además es que su programación no está dirigida a los adolescentes y, no obstante, se transmite en un horario accesible a ellos, agrega la orientadora.

Para Ruiz, los jóvenes no están preparados para identificar lo negativo y lo positivo en este tipo de shows, podría influir negativamente en la manera de conseguir una opinión, entre otros. Por ello, es importante que estos contenidos se manejen con la supervisión de sus

padres, aunque la mayoría de las veces esto es imposible porque ellos trabajan mientras los hijos se quedan solos en casa.

Entrevista: Gabriela Sandoya (Padre de familia)

Finalmente, en una conversación con Gabriela Sandoya, vocal principal del comité de padres de familia del colegio fiscal mixto Dr. Agustín Vera Loor, se buscó conocer su postura sobre los tipos de lenguaje que existen en los programas de televisión que miran sus hijos y qué aspiraciones sostiene en esta situación.

Sandoya respondió que trabaja en el día, por lo que no puede ver con sus hijos televisión, pero trata de estar al tanto y alerta al lenguaje que ellos utilizan, a su comportamiento, conducta. En su opinión, sí influyen los talk shows en la conducta de los jóvenes especialmente porque ellos no tienen el control adecuado de la programación que miran por el trabajo de los padres o de las personas con quienes viven. Hay contenidos negativos que dan ideas incorrectas a los muchachos sobre muchos aspectos de la vida.

Por ello, le gustaría que presenten programas con contenido turístico, cultural donde los jóvenes vean que existen diferentes tipos de arte, de cultura, como danza teatro y de esa forma se incentiven para ocupar su tiempo en actividades provechosas y enriquecedoras.

CAPÍTULO IV

INFORME TÉCNICO FINAL

4.1 Propuesta

4.1.1 Título de la propuesta

Programa “Se abre el telón”.

4.1.2 Justificación

El teatro es un arte escénico que lleva consigo un mensaje al público espectador, lo que genera una gran responsabilidad social desde cualquier punto de vista. Desde sus inicios el teatro se caracterizó por expresar sus ideas de forma espontánea a través de sus personajes y fue maravilloso poder rescatar esas epopeyas que se negaban a morir en la memoria de la humanidad.

La historia cambio, la tecnología evolucionó, las mentes se transformaron y la capacidad de aceptación se incrementó con cierto grado de irresponsabilidad, llegando a tal punto de conformarnos con contenido inapropiado y dejando escapar lentamente la historia, la cultura y las raíces.

En los últimos cinco años, la escena teatral en la ciudad se ha incrementado notablemente y, es innegablemente bueno saber que el rescate de este género literario ha tenido el éxito esperado. Sin embargo y a pesar de haberse logrado reestablecer su aceptación tiene mucho que ver con la transformación de la que ha sido objeto.

La creación de nuevos escenarios, y el fortalecimiento de varias productoras teatrales, lideradas por actores con remarcada experiencia en esta materia, ponen al descubierto la gran acogida de estos centros de

entretenimiento, claro ejemplo de aquello es la edificación del Teatro Sánchez Aguilar, donde se han reestructurado totalmente.

Lo anterior ha provocado una mayor producción teatral que no necesariamente se vincula actualmente con el público joven, lo que indica que se le está dando poca importancia a ese grupo social, que representa las bases de los futuros sistemas. La mayoría de las funciones son atendidas por el mismo tipo de espectadores: personas de un promedio de 40 años y de clase socioeconómica medio bajo, medio y medio alto típicos. Culturizar o fomentar la cultura fusionada al arte, es una gran estrategia que sin lugar a dudas acogería un público masivo y fortalecería los valores del ser humano en general.

Las frases con doble sentido, las insinuaciones, y el mensaje subliminal que contienen las obras en general, son el denominador común, actualmente. Sin embargo se ha convertido en una estrategia eficaz para, captar la mayor cantidad de público posible, y de hecho lo han logrado.

Si bien es cierto los tiempos han cambiado y la gente es más abierta ante ciertos temas, dentro de lo que al teatro se refiere se debe manejar esa misma línea con la que se introdujo al mercado en sus inicios, sin perder su esencia y ese valor incalculable de historia que se ponía en escena. Y no es nada extraño ni fuera de lo común, simplemente es diversión sana, culta e interesante.

La juventud guayaquileña, tiene una amplia capacidad de aceptación y como consumidores televisivos, se adaptan fácilmente a las nuevas producciones, por lo tanto la idea planteada tiene fundamentos sólidos que la sustenten.

Por ese motivo, se considera necesario crear un espacio en televisión que acerque, en un lenguaje adecuado, las manifestaciones culturales de la ciudad y otros contenidos relacionados a los jóvenes guayaquileños.

4.1.3 Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Desarrollar y diseñar un programa con formato televisivo en el que se muestra la difusión y desarrollo teatral, cultural y artístico de los jóvenes de la ciudad de Guayaquil

Objetivos específicos

- Difundir las incidencias de las producciones y temporadas teatrales en la ciudad.
- Fomentar en los jóvenes un entretenimiento que al mismo tiempo aporte en su educación.
- Generar interés de los jóvenes hacia la cultura y el arte.
- Vincular a los jóvenes de Guayaquil con el desarrollo teatral de la ciudad y en el mundo, para incrementar su nivel cultural.

4.1.4 Importancia

La importancia de este proyecto radica en que no existen espacios en televisión que ligen a los jóvenes a las manifestaciones culturales desarrolladas en la ciudad. La mayoría de los eventos de este tipo son cubiertos por los segmentos de farándula de los noticieros, de forma muy escueta y breve, sin profundizar en los objetivos y la importancia de cada una de estas actividades.

Los jóvenes necesitan que de una forma entretenida, en lenguaje sencillo, se les motive a participar de estos eventos para aprender a valorar el desarrollo cultural de la ciudad, aprender valores como el respeto al arte y a la cultura, la historia del país, costumbres y tradiciones.

Con bastante innovación y participación artística, la importancia de este programa será difundir contenidos educativos, teatrales, musicales y culturales para darle énfasis a un nuevo y mejor formato de espacios televisivos dentro del país.

Si bien es cierto, se necesita apostar por la producción nacional y mucho más por la formación educativa de cada ecuatoriano, debido a esto, se inicia el proyecto “Se abre el telón”, una plataforma enriquecedora de arte y cultura.

Otro dato importante es que dentro del esquema del programa se presentarán shows teatrales, musicales y propuestas de eventos culturales con entrevistas a artistas nacionales e internacionales; además de foros y participación del público en general. Este espacio será ser una propuesta innovadora y una ventana de difusión del arte, transmitida diariamente a nivel nacional.

Los artistas invitados serán ecuatorianos que quieran promover su talento actoral y musical, con esto, se le dará importancia al artículo 1 x1 de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, que favorece el talento nacional en todo sentido y en todo medio de comunicación.

Con el fin de brindar un espacio educativo, además de promover el talento de solistas, también se destacarán a grupos de actrices, actores, orquestas y agrupaciones de baile en general. El fin es dar a conocer y transmitir disciplinas como actuación, baile y danza.

Asimismo, la importancia de este espacio es contar con la participación del público objetivo, quienes serían los principales espectadores de este espacio. Dichos jóvenes podrán participar, al mismo tiempo que entretenerse de una forma correcta y educativa.

Como dato adicional en cada programa se destacará a grandes artistas nacionales de épocas antiguas, fomentando temas de interés histórico a los televidentes, para que se instruyan y conozcan un poco más de la gran labor que brindaron aquellos profesionales.

4.1.5 Ubicación sectorial y física

Estudios de ULVR TV (televisión Laica) en las instalaciones de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte.

Dirección: Av. de las Américas frente al Cuartel Modelo de Policía, en el norte de Guayaquil.

4.1.6 Factibilidad

La factibilidad de esta propuesta se mide mediante los componentes que fueron necesarios para desarrollar cada una de las estrategias que se propusieron anteriormente, donde el impacto tendrá lugar en sentido psicosocial, financiero, académico y los beneficios de los mismos.

En el aspecto psicosocial, se encuentra la aceptación de la propuesta. Dentro de este contexto, se cuenta con el apoyo de las productoras televisivas que permitan que espacios de difusión cultural y apegada a los conceptos de la ley de comunicación, se difundan este tipo de géneros literarios ampliamente, fomentando la cultura en la comunicación de masas.

En lo que respecta al aspecto financiero, éste resume los gastos y costos que se deben sostener para solventar las estrategias de ejecución. Como se mencionaba anteriormente, este proyecto no representa gastos extremos, al contrario, los bajos costos permiten la ejecución de la propuesta y no representa riesgo económico alguno.

Académicamente, se refiere a los recursos técnicos, que serán el soporte para la cristalización de la propuesta, entre los que se anota el personal a disposición que estará capacitado profesionalmente y según lo especifica la ley, donde presentaran conocimientos específicos en las áreas asignadas tale como son, la producción, dirección y elaboración de contenidos.

Las estrategias implementadas darán como resultados los beneficios de la propuesta, los mismos que pueden ser tangibles o intangibles. Los beneficios tangibles se pueden ir dando de a poco con la aceptación del público ante una nueva modalidad de entretenimiento con nivel educativo cultural. Entre lo intangible se puede destacar el posicionamiento de esta nueva opción televisiva con formato diferenciador y la capacidad de adaptación de la audiencia, y la franja donde se desarrolla el producto audiovisual.

Esta propuesta tiene una alta factibilidad pues no existe en la televisión ecuatoriana programación de este tipo, así que no hay una competencia directa en el mercado televisivo. Por otro lado, no se requiere un gran equipo humano para llevarlo a cabo, un equipo base, dinámico, responsable y comprometido con la producción será suficiente para lograr los objetivos, donde se incluirán reporteros con experiencia y formación cultural.

Por otro lado también es factible porque independientemente la universidad podría vender el producto o espacio televisivo a cualquier cadena televisa de señal abierta adaptándolo a la actual ley de comunicación.

Este programa se podría financiar a través del Ministerio de Cultura ya que esta entidad impulsa al espacio artístico y cultural, teniendo como valor agregado el direccionamiento de analistas expertos en proyectos comunicacionales.

4.1.7 Descripción de la propuesta

Nombre de la programación: Se abre el telón

Medio de transmisión: Televisión abierta

Duración de los programas: 60 minutos cada uno

Duración total temporada: 3 meses

Frecuencia: Diaria

Hora: 18:00 – 19:00

Contenido: Educativo y cultural

Grabación / emisión: Estudios de televisión Laica HD

Idea general de la ambientación:

- Se grabaran en interiores a los presentadores para armar el cuerpo del programa
- Las grabaciones se las realizaran con 2 cámaras con su respectivo camarógrafo y tendrán un asistente para (boom, cámara, iluminación).
- 2 presentadores con un micrófono cada uno.
- Los reporteros realizaran grabaciones o notas casi siempre en exteriores ya que se van a cubrir diferentes eventos culturales, teatrales y artísticos.

Perfiles de los talentos:

2 Presentadores:

- Tienen que ser dinámicos, siempre con un lenguaje acorde la ocasión.
- Tener mucho conocimiento de cultura general, música, arte.
- Estar al día con el acontecer social, noticioso, tecnológico.

Tener mucha creatividad para aportar con sus conocimiento a las diferentes actividades que se van a realizar

Perfiles y funciones del personal operativo:

Director: Es una persona con amplios conocimientos sobre producción, tiene que ser una persona muy creativa, y tener un ojo muy educado en lo que se refiere a su área de trabajo, en muchas ocasiones se permite a la hora de dirigir cualquier programa o producción de televisión utilizar un director técnico quien es el que se encarga de manejar el mixer de video o switchers de producción.

Productor: Tiene a su cargo uno o varios programas de televisión, tiene que ser una persona con mucha capacidad de dirigir y de delegar funciones al grupo de trabajo, tiene que estar pendiente del más mínimo detalle de la producción a su cargo y velar de que todo se cumpla a la hora de producir.

Luminito: Como su nombre lo indica es el responsable de organizar, dirigir, diseñar la iluminación necesaria y adecuada para cada trabajo que le corresponde ejecutar, un buen Luminito debe de tener presente, que no es simplemente colocar faroles rejillas o efectos, operar el control de luces o Dimmer, debe dominar muy bien los conceptos generales de iluminación, que tipos de luces colocar y como colocarlas en la parrilla de iluminación o en cualquier otro sitio donde le toque iluminar.

Sonidista: Una persona muy importante. por lo general es la responsable del registro del sonido en una grabación, el sonidista por lo general en los canales de tv suele ser Ing. en sonido este operador de audio es el responsable de manejar la consola o mixer de audio y debe de tener un oído muy estudiado en lo que ha sonido se refiere, debe estar atento a lo que al sonido se refiere, debe estar atento a todo lo que sucede en el entorno y canalizar respuestas rápidas y soluciones efectivas a la hora de cualquier contratiempo.

Asistente de cámara: Son responsables y los encargados de mantener un equipo operativo en perfectas condiciones de trabajo, se encargan por lo general del mantenimiento de estos, y deben tener una clara visión del área que le compete, los asistentes deben tener un sumo cuidado en el uso y manejo de los equipos.

Camarógrafo: Es el responsable de operar la cámara de video, tiene que ser una persona muy creativa y siempre debe estar atento a todo lo que acontece en su área de trabajo, el camarógrafo son los ojos del director. Cuando este está trabajando bajo sus órdenes, no debe esperar a que se le indique que hacer y cómo hacerlo, deben dejar fluir sus ideas y en muchas ocasiones aceptar las sugerencias que este pueda plantear ya sea al director o productor del programa.

Coordinador de Producción: Debe manejar de una manera muy clara y precisa toda la información del programa que se va a producir, ya que los productores tienen la obligación y es parte de su trabajo solicitar las facilidades técnicas y los recursos necesarios para la elaboración de los programas. Son entregados a la hora de trabajar y de ellos dependen muchas cosas que se necesitan. Desde servicios de comida, refrigerios, viáticos, permisos, seguros, locaciones en exteriores, manejan listas importantes de contactos de posibles y potenciales locaciones.

Jefe de Piso: Es el responsable de cumplir las órdenes del director y debe estar al corriente de todo lo que sucede en las grabaciones, sus funciones son muy variadas desde mandar a aplaudir al público como manejar los tiempos en los segmentos, mandar a comerciales o paralización de una grabación previo acuerdo con el director y productores.

Asistente de Producción: Persona fundamental en el área de producción y es la mano derecha del productor, realiza un sin número de funciones desde realizar llamadas telefónicas hasta cumplir funciones de editor.

Es responsable de la gran carga que asigna su productor y debe estar atento al más mínimo detalle a la hora de salir o realizar las producciones.

DJ: Es la persona que se encargará de musicalizar o ambientar el Programa acorde formato que se realiza, ya que es muy importante porque es la base del programa.

VTR: El operador del VTR es el que se va a encargar de la reproducción de cada nota o reportaje, es el que opera la máquina de reproducción.

Sigue órdenes del director ya que tiene que estar muy atento para retroceder o adelantar las tomas del programa en vivo según la acción que se realice.

Generador de Caracteres: El operador de generador de caracteres es la persona que se encarga de que en la pantalla uno o la señal que sale en vivo se visualice toda la línea gráfica, esta persona trabaja directamente con el productor de contenido debido a que debe tipear frases de lo que va sucediendo en el programa en vivo.

Ingenieros: Es la persona encargada de mantener la señal limpia al aire ya que ellos operan las satélites, microondas y todos los equipos técnicos que se encuentran en la sala master.

Asistente de coordinación: Es la persona encargada de asistir al coordinador y está pendiente de cualquier detalle que haga falta adquiriendo responsabilidades logísticas del programa a realizar.

Comunity Manager: Es la persona que se encarga de manejar las redes sociales del programa tales como: Facebook, Twitter, Instagram. Creando diferentes campañas sociales de actualidad en beneficio de su programa.

Relacionista Público: Es la persona que maneja la imagen del programa. Realiza, convoca a ruedas de prensa con el fin de vender o promocionar el producto televisivo. Además se encarga de manejar a los Anchors o presentadores realizando sesiones fotográficas del programa y todo lo relacionado con la prensa.

Tramoyistas: Son los encargados de recrear la escenografía del programa con los diferentes elementos o materiales que el jefe de arte indique con los mismos colores de la línea gráfica del programa.

Realizador: Es la persona encargada de producir, grabar y editar las notas audiovisuales realizadas con los reporteros para su reproducción en el programa.

Reporteros: Son los encargados de asistir a todo evento o espacio cultural, teatral y artístico que se realiza en cada segmento del programa. Junto al realizador arman la nota que se haya cubierto.

Operador de Boom: Es la persona que opera un micrófono ambiental, el cual está enroscado a una caña que nos servirá para generar más sonido ambiente. se puede utilizar dentro del estudio o en exteriores dependiendo del criterio y de lo que se quiera realizar.

Editor: Su función es manejar a través de un guion o escaleta en mano la edición de todo el programa.

El editor es el responsable de que este programa salga al aire visual y auditivamente correcto, para llevar a sus hogares un programa de calidad.

Post Producción: El post productor es el encargado de realizar los efectos visuales que van a salir en el programa, como la línea gráfica, fleirs, transiciones, basks, bumper de entrada y bumper de salida.

Productor de Campo: Trabaja directamente con el departamento de coordinación organizando las visitas en las diferentes locaciones cuando se va a grabar en exteriores. También es el encargado de llevar a cabo las transmisiones vía microonda, en este punto mantiene una comunicación directa con el productor para coordinar vía telefónica, cuando se conecta y se desconecta la señal vía microonda.

Jefe de Arte : Esta persona se encargara de poner su creatividad al máximo, ya que es quien plasma en la pantalla el toque artístico, se encarga de que la escenografía se vea limpia en los planos de la cámara, llevando como referencia un los colores de la línea grafica del mismo.

“Se abre el telón” es un programa dirigido a los adolescentes y jóvenes de cualquier etnia, género, condición social, para adentrarse en las incidencias del teatro local y mundial y motivarlos a consumir este tipo de arte y fortalecer su cultura.

Los presentadores y reporteros serán hombres y mujeres de 20 a 30 años, con capacitación en arte y movimientos culturales. Serán personajes populares para los jóvenes para que así se sientan atraídos al show. Serán dinámicos, extrovertidos, creativos y manejarán un lenguaje sencillo y cotidiano para dar a conocer las novedades que reportan.

El programa será grabado en formato digital con diferentes segmentos:

- Se propone una sección noticiosa, en cual se incluyen las coberturas del acontecer teatral en la ciudad, con entrevistas en backstages y reportes de funciones, además con novedades en teatros de otros países.

- Un segmento el cual se invite a las personas a disfrutar de diferentes sitios turísticos donde se muestre el arte en la ciudad mediante reportajes, por ejemplo: teatros, museos, cine, librerías, bibliotecas, etc.
- Una sección tipo foro, en la cual se discute el tema y el mensaje central de una obra de teatro, buscando la interacción de los jóvenes con sus opiniones a través de comentarios en redes sociales y correo, comentando o mostrando los mensajes en pantalla. Por ejemplo, luego de la puesta en escena de 'Las burladas de Don Juan', se invitó a estudiantes de colegio a opinar sobre el machismo.
- Se mandaran notas leídas con imágenes donde se recomienda a la ciudadanía las diferentes universidades o institutos donde podría estudiar arte, cultura, teatro, música, etc.
- Una sección histórica. Por medio de este segmento se rinde tributo a un personaje del pasado relacionado al teatro, relatando de forma llamativa algunas trivias de su vida, sus motivaciones en este arte, entre otros. También se podría destacar y rendir homenaje las piezas teatrales más importantes de la historia ecuatoriana.
- Una sección de entrevistas con una persona del ámbito teatral, sea un actor o actriz, un escritor, productor, vestuarista, tramoyista.
- Finalmente el segmento más esperado, ponerle vida a los guiones que nos envía la gente mediante las redes sociales, se presentaran obras de teatros con diferentes estudiantes y fanáticos del arte. El objetivo es plasmar cada semana una obra teatral en la televisión.

PRESUPUESTO	
<u>PERSONAL PRODUCCIÓN Y OPERACIONES</u>	
Director	1500
Productor del programa	1500
3 Camarógrafos	3000
3 asistente de camara	1800
2 sonidista	1200
1 Dj	800
3 luminito	2400
1 vtr	1000
1 Generador de caracteres	1000
2 Ingenieros	2400
1 coordinador de producción	1000
1 asistente de coordinación	600
1 Jefe de piso	1000
1 comunity manager	1000
1 Relacionista Público	1000
3 tramoyas	1500
2 Realizadores	2400
2 Reporteros	2400
1 operador de boom	600
2 Editor	2400
2 Post productores	2400
1 Productor de campo	1000

2 Asistente de producción	1200
1 Maquillador	800
1 vestuarista	800
Subtotal	35.800
 <u>TALENTOS</u>	
2 presentadores	2400
Subtotal	2400
 <u>EQUIPOS</u>	
3 cámara de estudio marca panasonic	9000
3 baterías townbauer	1200
6 tarjetas p2	1200
6 cables hdmi	600
2 Lector de p2	100
3 maletas de luces marca Arri de 1000	3000
3 maletas de luce marca kino	3000
4 roboticas	6000
2 cañones	6000
1 pluma o grua	5000
3 tripodes con rueda para estudio	2400
3 servo para la camara	2000
1 ponchadora	3000

1 vtr marca sony	2000
2 computadora pc	1200
2 Mac pro	7000
2 licencias de software para mac final cut 10	1500
3 pronter	3000
3 software para pronter	600
2 consola de audio	3000
5 discos xdcam	350
1 tubo para boom	80
2 micrófono de mano (BETA A 58)	150
3 transmisor EK 3241 con receptor SKP 100 G3	450
2 micrófono ambiental boom	300
2 audifonos sennheiser	240
3 baterías	120
8 cables de audio CANON	200
4 parlantes de audio jbl	3200
1 camara de humo	600
2 luces de cámara townbauer	300
4 monitores de video	6000
2 camaras p2 panasonic serie 250	6000
2 parlantes de audio para monitorear	1200

2 apuntadores	1200
Subtotal	91.390
<u>UTILERIA</u>	
1 cubo para micrófono con el logo de programa	30
Subtotal	30
<u>ESCENOGRAFIAS</u>	
Gastos de escenografías	5000
Subtotal	5000
<u>Subtotal General</u>	134.620
10% imprevisto	13.462
<u>Total</u>	148.082

ESCALETA: PROGRAMA "SE ABRE EL TELON"

PRIMER PROGRAMA "SE ABRE EL TELON"			
18H00	LOCACION	BLOQUE 1	CONDUCTOR
	VTR	INTRO DEL PROGRAMA	
	ESTUDIO 1	BIENVENIDA AL PROGRAMA	JULISSA - JUSTIN
	VTR	VIDEO 1: NOTA VISITA MUSEO NAHIN ISAIAS	
18H15	ESTUDIO 1	COMENTARIOS	JULISSA - JUSTIN
		CORTE COMERCIAL # 1	
		BLOQUE 2	
18H20	ESTUDIO 1	COMENTARIO	JULISSA - JUSTIN
	ESTUDIO 1	ENVIA VIDEO 2	JULISSA - JUSTIN
	VTR	VIDEO 2: NOTA EN GUAYAQUIL "TEATRO EN LAS CALLES"	
		COMENTARIO	JULISSA - JUSTIN
		CORTE COMERCIAL # 2	
18H40		BLOQUE 3	
	ESTUDIO 1	ENTRA COMENTARIO	JULISSA - JUSTIN
	ESTUDIO-VTR	NOTA LEIDA (CON VIDEO)	JUSTIN
	ESTUDIO 1	COMENTARIO	JULISSA - JUSTIN
		CORTE COMERCIAL # 3	
18H50		BLOQUE 4	
	ESTUDIO 1	ENTRA COMENTARIO	JULISSA - JUSTIN
	ESTUDIO 1	DA PASO AL ESTUDIO 2	JULISSA - JUSTIN
	ESTUDIO 2	ESTUDIO TEATRO "OBRA TEATRAL"	
	ESTUDIO 1	COMENTARIO	JULISSA - JUSTIN
19H00	ESTUDIO 1	DESPEDIDA	JULISSA - JUSTIN

GUION:

Justin: muy buenas tarde yo soy Juss Pincay

Julissa: y yo soy Julissa Jiménez bienvenidos a “Se Abre el Telón”

Justin: Se abre el telón es un espacio que busca fomentar e informar sobre las diferentes actividades culturales de nuestro país.

Julissa: Un programa dedicado al arte y cultura que posee nuestro maravilloso Ecuador.

Julissa: Y a continuación nos vamos con una pequeña nota sobre el museo Nahin Isaías ubicado en la ciudad de Guayaquil.

PRIMERA NOTA (vtr)

Esta primera nota se trata de informar a los ciudadanos de los diferentes museos que pueden visitar para enriquecer la cultura, en este caso se habló del Museo Nahin Isaías, del contenido, los horarios y las diferentes campañas que se realizan en dicho establecimiento para atraer a la población.

Justin: Esta nota es sobre el museo Nahin Isaías. y es que definitivamente este museo impulsa el arte colonial.

Julissa: Maravilloso museo más de 2.500 piezas posee y los invitamos a todos por supuesto ya saben la entrada es gratuita y no dejen de visitar este increíble museo.

Justin: Pero también es importante la opinión de nuestro público así que salimos a las calles a preguntar por qué ustedes creen que se ha perdido la cultura en nuestro país? Veamos la nota.

SEGUNDA NOTA (vtr)

En esta nota preguntamos a los ciudadanos por qué a su criterio se ha perdido la cultura en nuestro país? Esto Se realizó en el centro de la ciudad específicamente en la avenida 9 de octubre. También se preguntó cuáles a su gusto son los actores de trayectoria nacional más destacados? Entre los que mencionaron a Oswaldo segura, Lucho Aguirre David Reinoso etc.

Justin: Así es, el teatro callejero se ha perdido en nuestra ciudad por muchos de los factores que ustedes nos comentan, como la delincuencia o los farsantes que hoy en día andan en las calles.

Justin: Sin embargo, es lindo recordar esa época de nuestra ciudad.

Julissa: y recuerdas que uno de los escenarios que tenía la ciudad de Guayaquil para este tipo de eventos era la Plaza San Francisco.

Julissa: esto dio apertura a mucho de los conocidos actores que hoy en día tiene nuestra querida ciudad.

Justin: Así es, el teatro callejero fue cuna para estos actores que actualmente se desarrollan en diferentes ámbitos en la televisión nacional como Martin Calle y Oswaldo Segura.

Corte comercial Bloque 1

Justin: Gracias por seguir en sintonía de “Se abre el telón”, Julissa yo tengo excelentes noticias para todos aquellos estudiantes que recién se gradúan del colegio.

Si están un poco confundidos, si elegir alguna carrera artística o no. Les voy a hablar un poquito de la Universidad de las Artes (UArtes).

Especializarte en cine, música y literatura que sea absolutamente gratis ahora es posible, la Universidad De las Artes fue creada para

impulsar la formación de artistas en nuestro país y por qué no? En América Latina.

Actualmente la única sede queda en la ciudad de Guayaquil. Y su desarrollo es continuo, es decir que están en constante actualización de servicios y carreras.

De hecho, la Universidad de Las Artes planea sumar a su pensum carreras como artes escénicas y artes visuales, además ofrecen carreras de post grado en fotografía, políticas culturales y curaduría.

Aplicando el sistema educacional de Senecyt y alcanzando la máxima puntuación usted podrá postular para estudiar en una de las universidades del futuro.

Uno de los objetivos de la Universidad de las Artes (UArtes), es posicionar al Ecuador como un espacio con proyección internacional en el campo de la investigación y difusión de las artes.

Definitivamente ser artista no tiene por qué ser caro cuando podemos aprovechar al máximo recursos que tenemos a nuestro alcance.

TERCERA NOTA (vtr)

Esta es una nota leída de información hacia los estudiantes que están por graduarse del colegio y piensan elegir alguna carrera Universitaria de carácter artístico, el objetivo es mostrar a la ciudadanía que lo que ofrecemos es lo mejor que puede elegir.

Julissa: Así es, y la Universidad de las Artes te da todo eso y más.

Corte comercial Bloque 2

Julissa: Ahora se viene la sorpresa que les teníamos preparada.

Julissa: Ustedes quieren saber ¿cuál es el verdadero teatro?, “Se Abre el telón” te lo trae ahora.

CUARTO SEGMENTO (vtr)

Este es el segmento más importante del programa “Se Abre el telón” porque aquí se va a poner en marcha los guiones que los televidentes nos envíen por las redes sociales.

Le vamos a dar vida a los guiones y vamos a exponer diferentes obras teatrales con estudiantes, principiantes, actores callejeros y personas amantes al teatro.

Cada obra se ensayara con semanas de anticipación y serán grabadas y editadas para ponerlas al aire en cada emisión de programa.

Justin: Magnifica puesta en escena y Julissa esta es la esencia de nuestro programa, en cada entrega le vamos a mostrar una puesta en escena con diferentes estudiantes, y Julissa nos tiene más noticias.

Julissa: Todas las propuestas que tengan, todos los guiones envíenlos a través de nuestras redes sociales que aparecen en pantalla.

Julissa: ya saben “Se abre el telón” está dispuesto siempre a ayudarlos, y esto fue un programa espectacular y muchas gracias por toda la sintonía que hemos tenido.

Julissa: Yo soy Julissa Jiménez.

Justin: Yo soy Juss Pincay y esto fue

Julissa y Justin (en unísono) : “Se Abre el Telón” .

4.2 Conclusiones

Aunque no se pudo comprobar completamente en qué grados afecta el lenguaje comunicacional del talk show caso cerrado sobre los adolescentes, tampoco se pudo notar que el programa ofrezca algún provecho a este sector de la sociedad. En esta etapa los seres humanos se están formando en varios frentes, como educativo y emocional, y esta programación no parece aportar de ninguna manera en estos sentidos.

Con la investigación bibliográfica sobre el tema se concluye que los talk shows son programas que deben consumirse a discreción, teniendo en cuenta que apelan a las emociones de los espectadores con situaciones sobredimensionadas. Si los adultos no pueden identificar esto, mucho menos los adolescentes, que necesitarán su guía. El programa Caso Cerrado se transmite en una franja que requiere la supervisión de un adulto, y si los padres no están en casa no se puede cumplir esto.

Otro aspecto que se concluyó tras la realización de este trabajo es que las encuestas son el mejor instrumento para tener un panorama general de una situación que afecta a un gran número de personas. En este caso las encuestas reflejaron una idea de la realidad para adolescentes de estrato socioeconómico medio bajo y bajo, por lo que no se podría concluir que sucede lo mismo con el resto de adolescentes de estratos superiores.

Finalmente, bajo estos antecedentes surgieron propuestas de gran factibilidad dado que actualmente la televisión local está dando preponderancia a producciones nacionales sobre las internacionales. Por este motivo, son bienvenidos los emprendimientos que aparecen. Además, la Ley de Comunicación exige espacios de difusión de contenidos que expresen aspectos interculturales, circunstancia que también puede ser explotada para promover programación para los jóvenes.

4.3 Recomendaciones

Se recomienda seguir la propuesta planteada pues es una opción interesante ante la falta de espacios destinados al público joven que al mismo tiempo refuerce su sensibilidad cultural y artística.

Se recomienda además realizar encuestas sobre el mismo tema a adolescentes que pertenezcan al estrato socio-económico medio alto, para determinar cómo afrontan la transmisión de talk shows; y así tener una idea más amplia de la realidad de los jóvenes de la ciudad.

Proponer otras opciones de programas juveniles, que apelen a la necesidad de los jóvenes de expresarse en sus propias palabras sobre sus incertidumbres. Como el programa que transmitió Telemundo Internacional en el 2001, Chat, en el cual un grupo de jóvenes entre 18 a 24 años discutían a modo de foro, varios temas de actualidad en la sociedad, como drogas, sexo, entre otros; todo esto mediado con la voz de terapistas, orientadores y psicólogos. Era una especie de talk show exclusivamente para jóvenes. Y ya que algunos jóvenes quieren ver talk shows, uno así sería adecuado para su edad y criterio.

Se recomienda integrar a estas nuevas propuestas a estudiantes y egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Y a los padres y demás adultos que inviten a los jóvenes a cuestionar todos los contenidos que consumen de la televisión. No para lograr una prohibición, pero si para reflexionar lo qué observan y por qué lo hacen.

5. Bibliografía

- Arboccó, M., & O'Brien, J. (2012). *Impacto de la "televisión basura" en la mente y la conducta de los niños y adolescentes*. Lima: Universidad Femenina del Sagrado Corazón.
- Aristegui Noticias. (octubre de 2013). Expediente #LauraBozzo. *Aristegui Noticias*, págs. <http://aristeguinoicias.com/0110/mexico/laura-bozzo-el-expediente-de-su-sentencia-en-peru/>.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Asamblea Constituyente.
- Asamblea Nacional. (junio de 2013). Ley Orgánica de comunicación. Quito: Asamblea Nacional.
- Asamblea Nacional. (2014). *Reglamento a la Ley de Comunicación*. Quito: Asamblea Nacional.
- Boggio Woll, I. (2006). *Portal de Relaciones Públicas*. Obtenido de RRPP Net: <http://www.rrppnet.com.ar/talkshow.htm>
- Bueno, G. (2003). *Telebasura y democracia. Cada pueblo tiene la televisión que merece*. Madrid: Ediciones B (Grupo Z).
- Calvo, N. (septiembre de 2008). *La cocina del periodismo*, Universidad de Palermo. Obtenido de TEORÍA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PIERRE BOURDIEU Y LA TV: <https://lacocinadelperiodismo.wordpress.com/2008/10/23/teoria-de-los-medios-de-comunicacion-pierre-bourdieu-y-la-tv/>
- Castellanos, P. (11 de noviembre de 2008). *Esmas*. Obtenido de Ana María Polo: <http://www2.esmas.com/entretenimiento/biografias/023741/ana-maria-polo/>
- Chile Visión. (2015). *Chile Visión*. Obtenido de Caso Cerrado: <http://www.chilevision.cl/comercial/femeninos/caso-cerrado/2014-12-04/094459.html>
- Congreso Nacional. (2003). *Código de la Niñez y Adolescencia*. Quito: Congreso Nacional.
- Consejo del Audiovisual de Cataluña. (2004). *Consideraciones sobre telebasura*. Cataluña: Consejo del Audiovisual de Cataluña.

- Cueva, M. G. (2010). *Los reality shows: su atractivo*. Quito: Universidad Internacional SEK.
- Danilova, O. (2008). *El talk show: una entrevista particular*. Lausanne : Boletín Hispánico Helvético, Université de Lausanne.
- Díaz, N. (2010). Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- Diccionario Jurídico Chileno. (2003). *Diccionario Jurídico Chileno*.
Obtenido de juicios.cl: <http://www.juicios.cl/dic300/ARBITRO.htm>
- Ekos. (2012). *Especial sobre televisión pagada*. Quito: Revista Ekos.
- El Universo. (11 de septiembre de 2005). La telebasura y el periodismo de investigación o cuando las fronteras se borran. *El Universo*, pág.
<http://www.eluniverso.com/2005/09/11/0001/1118/B4D1E7B9E1C041D09357FE0313388F8C.html>.
- Estupiñán Villanueva, A., & Valencia Ortega, H. (2011). *La violencia simbólica en los contenidos de los talk show en México: el programa "Laura"*. Pachuca: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Estupiñán, A., & Valencia, H. (2011). *La violencia simbólica en los contenidos de los talk show en México, caso programa Laura*. Pachuca: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Hofstadt, C. J. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación*. Barcelona: Ediciones Díaz de Santos.
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos.
- Inec. (junio de 2010). *Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos*. Recuperado el julio de 2015, de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=19%3Alos-ecuatorianos-dedican-una-hora-y-media-diaria-en-ver-television&catid=63%3Anoticias-general&lang=es
- La Revista. (2015). Música ecuatoriana. *La Revista*, <http://www.larevista.ec/actualidad/tecnovelarias/musica-ecuatoriana>.
- Laneve, N. (18 de Agosto de 2014). *Teorías de la comunicación de masas*. Obtenido de Blog de Sociología y Actualidad:

<http://sociologos.com/2014/08/18/teorias-de-la-comunicacion-demusas>

Leguizamón, C. (10 de Octubre de 2007). *Corrientes teóricas: Teoría Crítica o Escuela de Frankfurt*. Obtenido de Saber y Comunicación: <http://saberycomunicacion.blogspot.com/2007/10/corrien>

Martínez, J. (2006). *Teorías de la comunicación*. Guayana: Universidad Católica Andrés Bello.

Melo, D. (2012). *Familia contemporánea y televisión: recepción del talk show Caso Cerrado*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Morán, P. (febrero de 2014). *Mediosfera: Reflexiones acerca de los medios y la sociedad*. Obtenido de Teoría del cultivo: <https://mediosfera.wordpress.com/2014/02/13/teoria-del-cultivo/>

Moreno, S. (septiembre de 2014). Cristina Saralegui: 'Con cada batalla te vas endureciendo'. *El Nuevo Herald*, pág. <http://www.elnuevoherald.com/entretenimiento/gente/article2234526.html>.

Pérez, J. L. (2012). La aplicación de normas en el Derecho y en el deporte: jueces y árbitros. *Revista Española de Derecho Deportivo*.

Perú 21. (21 de marzo de 2014). Laura Bozzo crea fundación en México tras fuertes críticas. *Perú 21*, págs. <http://peru21.pe/espectaculos/laura-bozzo-crea-fundacion-mexico-despues-criticas-supuesta-ayuda-2166632>.

Pettinato, R. (10 de julio de 2004). El curioso gen de la esperanza berreta. *Clarín*.

RAE. (octubre de 2014). *Real Academia Española*. Obtenido de Edición 23.^a del Diccionario: <http://lema.rae.es/drae/?val=comunicacion>

RRPPnet. (2005). *Relaciones Públicas Net*. Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/comunicaciondemusas.htm>

Sandoval, C., & Al-Ghassani, A. (1990). *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*. San José: Escuela de ciencias de la comunicación.

Soy Chile. (febrero de 2015). *Soy Chile*. Obtenido de La Doctora Polo confesó verdad de "Caso Cerrado": "Sí, se recrean casos": <http://www.soychile.cl/Santiago/Espectaculos/2015/02/21/306417/L>

a-Doctora-Polo-confeso-verdad-de-Caso-Cerrado-Si-se-recrean-casos.aspx

Taborda, A. (2013). *Portal Educ.ar*. Obtenido de <http://portal.educ.ar/debates/eid/docentes hoy/parte-3-la-comunicacion-alguno.php>

Telemundo. (2015). *Telemundo*. Obtenido de Caso Cerrado: <http://www.telemundo.com/shows/2014/10/23/caso-cerrado-dra-ana-maria-polo-ana-maria-polo#>

Toral, S. (14 de Julio de 2011). *La escuela de Franckfurt*. Obtenido de Comunicación 2 UCSG: <http://comunicacion2ucg.blogspot.com/2011/07/la-escuela-de-frankfurt.html>

ANEXOS

Anexos

Anexo. Entrevista a un comunicador

Nombre: Justin Stefanie Pincay Pazmiño

Cargo: Reportera TC Televisión del programa Calle7

Escritora del blog eldiariodejuzz.blogspot.com

- ¿Qué es un talk show y cuál es su función?

Un talk show es un formato de programa de televisión el cual permite que participantes debatan diferentes temas controversiales o de actualidad para llegar a unas conclusiones.

- ¿Sería parte de la producción de un talk show?

Si sería parte de un talk show siempre y cuando sea la entrevistadora.

- Como comunicador, ¿qué opinión le merece el programa Caso Cerrado?

- ¿A qué atribuye la popularidad del talk show Caso Cerrado?

Caso cerrado tiene una gran aceptación porque muestran casos cotidianos y que no siempre son tomados en cuenta que trascienden en la sociedad como en un noticiero.

Pienso que no aporta de ninguna manera positiva a la sociedad pero distrae al televidente de alguna forma porque quizás se sienten identificados con los temas que se tratan.

- Hace poco, Ana María Polo, la conductora del programa Caso Cerrado, reveló que los casos presentados eran recreaciones. ¿Cuál debería ser la postura de los comunicadores ante esta situación?

Puede ser totalmente valido porque quizás mucha gente se avergüenza de ciertos temas que pasan en su barrio, ciertos temas que se tocan en general y puede ser una línea para que las personas que

están viendo y se sienten identificados por estos temas, sepan que acciones legales tomar, en este caso eso es lo que presenta Caso Cerrado.

Anexo. Entrevista a una profesora

Silvia Vinueza, catedrática de la materia de Química en el colegio Dr. Agustín Vera Loor.

1 ¿Cuál es su opinión sobre el talk show Caso Cerrado?

Bueno, por un lado pienso que es un programa interesante, ya que se presentan casos de la vida real, muchas veces inimaginables y el ser dirigido por una abogada que al fin del programa da una sentencia como que le da credibilidad. Por otro lado, por otro lado pienso que en algunos casos puede haber exageraciones para elevar el rating, pues al fin y al cabo es un show que llama la atención.

2 ¿En qué sentido afecta a los estudiantes ver el talk show Caso Cerrado?

Lo bueno de este programa es que no se dan mayormente vulgaridades ni agresiones físicas. Al menos de lo que yo he visto de lo que podría influir negativamente en la actitud de los estudiantes. La posición mediadora de la jueza para llegar a una solución justa puede ser un factor positivo para generar en los jóvenes la cultura del dialogo y aceptación de mediación en los problemas que se les puede presentar en su vida diaria

3 ¿Desincentivaría ver este tipo de programa? ¿Cómo?

No, Creo que no lo haría.

4 ¿Existen diálogos o conversatorios en clase para explicar la naturaleza de los Talk Shows?

Bueno, no puedo afirmarlo porque soy docente de la asignatura de Química, en mi clase no lo hago. No tengo conocimiento si se dialoga sobre este tema en las asignaturas correspondientes.

5. ¿Conoce a estudiantes que miren este programa? ¿Qué efectos ha observado sobre ellos?

No he tenido la oportunidad de conocer a estudiantes que hayan visto este programa, por lo tanto no sé si habrá influido de alguna manera en ellos.

Anexo. Entrevista a una psicóloga

Wendy Ruiz. Psicóloga clínica. Trabaja como profesora y orientadora por varios años en diferentes establecimientos educativos de la ciudad. Actualmente es directora del área de consejería del colegio fiscal mixto “Dr. Agustín Vera Loo” de esta ciudad.

1. ¿Qué tipo de relación se genera entre un talk show y sus televidentes?

Por lo general la mayoría de las personas especialmente de clase económica media y baja, tienden a ser muy aprensivos en cuanto a los programas de televisión especialmente los talk shows porque quizás se identifican con los casos que se presentan y podrían ser similares a los que ellos viven en su entorno diario.

2. ¿Cómo el talk show Caso Cerrado refleja la psicología humana?

En realidad muchos programas como este ya tienen un formato pre establecido, preparado y elaborado detrás del escenario donde ya tienen un argumento un libreto a seguir sobre el programa que van a ver los televidentes. No soy muy amante a este tipo de programas.

En realidad lo que más refleja es el comportamiento, tipos de conducta que tiene cada individuo y a la vez emociones pero que no se podrían definir al cien por ciento porque es un programa que solamente presenta una problemática específica y supuestamente una solución que no refleja en si un aporte a modificar conductas de los seres humanos.

3. ¿Qué buscan los televidentes al ver Caso Cerrado u otro talk show similar? ¿Qué buscan los jóvenes?

De lo que yo he podido darme cuenta la juventud se interesa por este tipo de programas por su contenido polémico por los temas que tratan y por la facilidad que hoy en día nos brinda la tecnología. También podría ser por la falta de control de los padres. Esto los lleva a la típica

tendencia de imitar todo lo que ven sin lograr identificar lo bueno de lo malo.

4. ¿Cómo afecta este tipo de contenidos a los adolescentes?

Este tipo de contenido en realidad no está hecho para adolescentes. Este tipo de programas está realizado para personas adultas. Pero lo presentan en horarios que supuestamente son familiares pero no debería de ser así. Por esta razón los chicos lo ven y quizás podría ser afectados en problemáticas como por ejemplo: ¿cómo tratar con sus padres? ¿Cómo buscar una ayuda una opinión? En si la falta de comunicación se ve reflejada en esta sociedad. No solo por estos programas. También influye el entorno y la conducta de crianza de los papás.

5. ¿Quiénes son los que deben manejar estos criterios?

Si es por el lado de la tv los productores de estos programas deberían de saber para quienes va dedicado su producto. Y si saben muy bien que televidentes van a tener de cierta a edad a cierta edad deberían de manejar muchos criterios específicos según las personas que lo van a mirar. Según su edad. Incluso los que deberían de manejar cierto criterio son los mismos padres de familia que permiten a sus hijos sintonizarlos. Por otro lado y en la mayoría de casos los jóvenes están solos porque los padres están trabajando entonces los chicos tienen la facilidad de ver este tipo de programación y nadie les dice que es lo que está sucediendo ahí o les dan una explicación acertada y centrada de si esto está bien o mal dentro del comportamiento o conducta en los adolescentes.

Anexo. Entrevista a un padre de familia

Gabriela Sandoya. Vocal principal del comité de padres de familia del colegio fiscal Mixto "Dr. Agustín Vera Loo"

De la ciudad de Guayaquil y representante de una de las alumnas de la institución antes mencionada

1. ¿Controla usted la programación que sus hijos disfrutan a diario por la tv?

La verdad que por mi trabajo no estoy en el hogar cuando ellos llegan, pero siempre estoy alerta al lenguaje que ellos utilizan, a su comportamiento, conducta y de esa forma me guio y los controle.

2. ¿Usted considera que un programa de tv debe tener un lenguaje que ayude a la formación de los adolescentes?

Por supuesto, de esta manera los jóvenes tendrían una orientación, un patrón positivo a seguir. Tomando en cuenta que en la actualidad los chicos tienen mucha facilidad para ver este tipo de programas.

3. ¿Piensa usted que estos programas influyen en la conducta de los jóvenes? ¿Por qué?

En mi opinión influye porque por lo general los chicos hoy en día sea por el trabajo de los padres o de las personas con quienes viven no tienen el control adecuado de la programación que miran. Y al tener ellos una edad vulnerable en la cual no tienen un criterio formado tienden a copiar e imitar lo que ven en dichos programas.

4. ¿Qué tipos de programas le gustaría ver en la tv para el desarrollo educativo y cultural de los jóvenes?

Bueno, me gustaría que presenten programas con contenido turístico, cultural donde los jóvenes vean que existen diferentes tipos de arte de cultura como danza teatro y de esa forma se incentiven para ocupar su tiempo en cosas provechosas y enriquecedoras.

5. ¿Cree usted que el lenguaje comunicacional que se utiliza en algunos programas de tv influye en el comportamiento de los jóvenes?

Definitivamente creo que si, por que al ser programas de gran audiencia los adolescentes por lo general repiten las cosas en su mayoría negativas que observan a diario en la tv.

Modelo de Encuesta

1. Sexo: M___ F___

2. ¿Cuántas horas al día ves televisión?

1-2 h___ 2-3 h___ 3-4___ 4 o más___

3. ¿Sabes qué es un talk show?

Si___ No___

4. ¿Has visto el talk show Caso Cerrado?

Si___ No___

5. ¿Qué te parece?

a) Muy bueno

b) Bueno

c) Regular

d) Malo

e) Muy Malo

6. ¿Crees que los casos que se presentan son reales?

Si___ No___ A veces___

7. ¿Sabías que los casos en realidad son recreados?

Si___ No___

8. ¿Qué has aprendido viendo Caso Cerrado?

9. ¿Estás de acuerdo con la difusión de este tipo de programas?

Si___ No___

10. ¿Crees que los talk shows tienen una influencia...?

Positiva___ Negativa___

Anexo. Fotos de encuestas y entrevistas



Figura 1

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz



Figura 2

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz



Figura 3

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz



Figura 4

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz



Figura 5

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz



Figura 6

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz



Figura 7

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz



Figura 8

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz



Figura 9

Autores: Jorge Andino, Alex Sáenz