



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social.

TEMA:

**EL PROGRAMA DE REALITY “CALLE 7 – DOBLE TENTACIÓN” Y SU
INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE
DÉCIMO CURSO DE LA UNIDAD EDUCATIVA BOLÍVAR**

AUTORA

Condemaita Díaz Carmen Elizabeth

TUTOR

Lcdo. Mg. Soto Dávila Omar Fabricio

AMBATO – ECUADOR

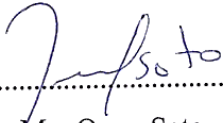
2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “**EL PROGRAMA DE REALITY “CALLE 7 – DOBLE TENTACIÓN” Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE DECIMO CURSO DE LA UNIDAD EDUCATIVA BOLÍVAR**” de la alumna Carmen Elizabeth Condemaita Díaz, Egresada de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, 29 de Septiembre del 2017

EL TUTOR


.....
Lic. Mg. Omar Soto.

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**EL PROGRAMA DE REALITY “CALLE 7- DOBLE TENTACIÓN” Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE DÉCIMO CURSO DE LA UNIDAD EDUCATIVA BOLÍVAR**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, 29 de Septiembre 2017

LA AUTORA



.....
Condemaita Díaz Carmen Elizabeth
C.I.: 180454793-1


DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, 29 de Septiembre 2017

LA AUTORA



.....
Condemaita Díaz Carmen Elizabeth
C.I.: 180454793-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado **APRUEBAN** el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“El Programa de Reality “Calle 7 – Doble Tentación” y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar”** presentado por la Srta. Carmen Elizabeth Condemaita Díaz, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Para constancia firman

PRESIDENTE

MIEMBRO CALIFICADOR

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, porque él me enseñó a ser perseverante, Joel y Emperita mis padres, que siempre fueron mi pilar fundamental en el transcurso de mi carrera y quienes me enseñaron a ser humilde y sencilla, Estefanía, Michelle mis amigas y hermanas, Jacqueline mi tía una mujer luchadora, emprendedora, mi confidente, Antonio mi abuelito que me demostró que ser una mujer de campo no necesita de joyas para verse orgullosa de sí misma.

Andrés mi novio, que llegó cuando menos me lo imaginaba y se convirtió en mi mejor bendición, amigo y compañero, mi familia y amigos que estuvieron ahí alentándome para seguir adelante a pesar de tantos tropiezos.

Gracias a cada uno de ustedes por darme aliento y enseñarme que no es necesario tener riquezas para ser feliz, el amor de las personas que quieren nuestro bien es el mejor tesoro que Dios nos puede dar.

“Dios, has de mi vida, tú santa voluntad”

Condemaita Díaz Carmen Elizabeth

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por permitirme culminar con una etapa más de mi vida y bendecirme con tantas personas que me han ayudado en el transcurso de mi carrera. Mis padres Joel y Emperita mi motor fundamental, Lic. Mg. Omar Soto por ayudarme con mi proyecto de investigación, por su tiempo y su conocimiento, a cada uno de mis profesores de la carrera de Comunicación Social que me impulsaron a ser más perseverante día a día.

Lcda. Paulina Tamayo que en el transcurso de la carrera se convirtió en una amiga, Lcdo. Byron Naranjo que con sus trabajos nos enseñó otra perspectiva de aprendizaje, Lcdo. Mg. Miguel Chicaiza por sus consejos, Lcdo. Christian Miranda por sus recomendaciones, y como olvidar a la mejor secretaria de la carrera, Bivi la mejor amiga y madre, que nos ayuda con todos los ajetreos, los oficios.

Agradezco infinitamente a la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales carrera de Comunicación Social por permitirme culminar mis estudios.

“Dios has de mi vida, tú santa voluntad”

Condemaita Díaz Carmen Elizabeth

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

A. HOJAS PRELIMINARES	Pág.
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	1
AUTORÍA DEL TRABAJO	2
DERECHOS DE AUTOR	3
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO.....	7
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNICE DE CUADROS.....	13
ÍNDICE DE GRÁFICOS	13
RESUMEN EJECUTIVO	15
EXECUTIVE SUMMARY.....	16
B. TEXTO	Pág.
INTRODUCCIÓN	17
CAPITULO I	
EL PROBLEMA	
Tema de investigación.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Contextualización.....	3
Meso.....	3
Micro.....	4
Análisis Crítico	7

Prognosis	8
Formulación del problema	9
Interrogantes.....	9
Delimitación del objeto de investigación.....	9
Justificación.....	10
Objetivos	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos.....	11

CAPITULO II
EL PROBLEMA

Antecedentes investigativos	12
Fundamentación filosófica	14
Fundamentación legal	14
Categorías fundamentales	17
Constelación de ideas variable independiente.....	17
Constelación de ideas variable dependiente.....	18
Fundamentación Teórica de la Variable Independiente.....	20
Medios de comunicación.....	20
Comunicación y entretenimiento	23
Entretenimiento	25
Reality show.....	26
Reality show "CALLE 7 - DOBLE TENTACIÓN"	33
Calle 7	38
Doble Tentación	41
Fundamentación Teórica de la Variable Independiente.....	43
Comportamiento humano.....	43

Personalidad	45
Comportamiento social	46
Comportamiento.....	50
Hipótesis.....	55
Señalamiento de variables.....	55

CAPITULO III METODOLOGÍA

Enfoque de la investigación	56
Modalidad básica de la investigación	56
De campo:	56
Documental y bibliográfica:.....	57
Nivel o tipo de investigación.....	57
Investigación descriptiva.....	57
Investigación correlacional	57
Población y mueStra	58
Población.....	58
Muestra.....	58
Operacionalización de variables	59
Variable Independiente: Reality Show	59
Variable Independiente: Comportamiento	60
Técnicas e Instrumentos	61
Plan para la recolección de información	62

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta aplicada a estudiantes	63
---------------------------------------	----

Verificación de la hipótesis.....	85
Selección del nivel de significación.....	86
Especificación de las regiones de aceptación y rechazo	86
Combinación de frecuencias	87
Cálculo del Chí- Cuadrado.....	88
Decisión final	89
encuesta aplicada a docentes de la institucion	121

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91

CAPITULO VI

PROPUESTA

TEMA:	93
DATOS INFORMATIVOS	93
ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	93
JUSTIFICACIÓN	94
OBJETIVOS	95
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	96
MODELO OPERATIVO	97
PRESENTACIÓN Y DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	98
CONTENIDO DE LA CAPACITACIÓN	98
PROGRAMA	99
TALLER DE CAPACITACIÓN	99
MATERIALES PARA EL TALLER DE CAPACITACION	101

INVITACIONES	103
BOLETIN DE PRENSA	106
BOLETIN DE PRENSA	106
BIBLIOGRAFÍA.....	115
ANEXOS	
ANEXO N°1	
ANEXO N°2	
ANEXO N°3	
ARTÍCULO CIENTÍFICO	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Población	58
Tabla N° 2: Programas de su preferencia.....	63
Tabla N° 3: Observa programas de reality	64
Tabla N° 4: Interés programa calle 7	65
Tabla N° 5: Interés programa doble tentación	66
Tabla N° 6: Seguir transmitiendo realitys por TV	67
Tabla N° 7: Tipo de contenido de los realitys.....	68
Tabla N° 8: Imitan a los competidores.....	69
Tabla N° 9: Reality induce un mal comportamiento.....	70
Tabla N° 10: Se integra en actividades grupales.....	71
Tabla N° 11: Acepta valores	72
Tabla N° 12: Practica valores fundamentales	73
Tabla N° 13: Problemas de conducta	74
Tabla N° 14: Control sobre los programas.....	75
Tabla N° 15: Cambio de comportamiento	76
Tabla N° 16: Conflictos	77
Tabla N° 17: Cursos vacacionales	77
Tabla N° 18: Desenvolvimiento laboral.....	78
Tabla N° 19: Exploración de sus cuerpos	79
Tabla N° 20: Incide en el comportamiento	81
Tabla N° 21: Enfrentamientos.....	82
Tabla N° 22: Capacitaciones.....	83
Tabla N° 23: Realizan competencias	84
Tabla N° 24: Programas de aprendizaje.....	85
Tabla N° 25: Tabla de distribución del chí – cuadrado (x^2).....	87
Tabla N° 26: Frecuencia Observada	87
Tabla N° 27: Frecuencia Esperada.....	88
Tabla N° 28: Cálculo del chí cuadrado	88

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Operacionalización de variables: reality show	59
Cuadro N° 2: Operacionalización de variables: Comportamiento	60
Cuadro N° 3: Plan de recolección de la información	61
Cuadro N° 4: Contenido de la capacitación	98
Cuadro N° 5: Taller 1	99
Cuadro N° 6: Taller 2	99
Cuadro N° 7: Taller 3	100
Cuadro N° 8: Evaluación de la propuesta	113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Árbol de problemas.....	6
Gráfico N° 2: Categorías fundamentales	17
Gráfico N° 3: Constelación de idea variable independiente.....	18
Gráfico N° 4: Constelación de idea variable dependiente.....	19
Gráfico N° 5: Programas de su preferencia.....	63
Gráfico N° 6: Observa programas de reality	64
Gráfico N° 7: Interés programa calle 7	65
Gráfico N° 8: Interés programa doble tentación	66
Gráfico N° 9: Seguir transmitiendo realitys por TV	67
Gráfico N° 10: Tipo de contenido de los realitys	68
Gráfico N° 11: Imitan a los competidores	69
Gráfico N° 12: Reality induce un mal comportamiento.....	70
Gráfico N° 13: Se integra en actividades grupales.....	71
Gráfico N° 14: Acepta valores	72
Gráfico N° 15: Practica valores fundamentales.....	73
Gráfico N° 16: Problemas de conducta	74
Gráfico N° 17: Control sobre los Programas.....	75
Gráfico N° 18: Cambio de comportamiento.....	76
Gráfico N° 19: Conflictos.....	77
Gráfico N° 20: Cursos vacacionales.....	78
Gráfico N° 21: Desenvolvimiento laboral.....	79

Gráfico N° 22: Exploración de cuerpos.....	80
Gráfico N° 23: Incide en el comportamiento	81
Gráfico N° 24: Enfrentamientos	82
Gráfico N° 25: Capacitaciones	83
Gráfico N° 26: Realizan competencias.....	84
Gráfico N° 27: Programas de aprendizaje	85
Gráfico N° 28: Representación gráfica del chi cuadrado.....	89

RESUMEN EJECUTIVO

Tema: El Programa de Reality “Calle 7 – Doble Tentación” y su influencia en el Comportamiento de los estudiantes de Décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar

Autora: Condemaita Díaz Carmen Elizabeth

Tutor: Lcdo. Mg. Omar Soto

La presente investigación trata del El Programa de Reality “Calle 7” – “Doble Tentación” y el comportamiento en los estudiantes de décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar, se realizó una amplia recopilación de información en la institución, es muy frecuente observar a los estudiantes encontrar estereotipos en este tipo de programas de reality, tratando de imitar su moda, vocabulario, actitudes, aptitudes lo cual genera un comportamiento inadecuado en el estudiante; una vez detectado el problema con la investigación de campo se procede a la construcción de la investigación bibliográfica, para fundamentar apropiadamente las variables de la investigación detalladas en el tema, en base a la información recopilada de libros, folletos, revistas, e internet, ya establecida la metodología de la investigación se elaboran los instrumentos adecuados para el procesamiento de la información que sirva para hacer el análisis cuantitativo y cualitativo de las variables investigadas; procediendo a analizar estadísticamente los datos obtenidos para posteriormente verificar la hipótesis, pudiendo así establecer las conclusiones y recomendaciones pertinentes; de tal manera que los adolescentes, docentes y padres de familia tomen conciencia de la importancia que implica tener comportamientos adecuados para lograr una buena interacción social, evitando la agresividad, conflictos personales y de esta manera, poner más atención a las clases y por ende mejorar su obediencia tanto en la institución como en sus hogares, ya que no van a tener motivos que interfieran durante el proceso de enseñanza, aprendizaje, con esto se obtuvo una serie de datos e informaciones para evaluar, analizar y ejecutar una propuesta que es la realización de talleres de capacitación para concientizar a los adolescentes y padres de familia sobre los contenidos de los reality shows y su incidencia en el comportamiento, detallando los materiales para la capacitación, de igual manera mostrando los uniformes de los capacitadores y flayers que serán entregados y por último finalizar con la realización de un artículo científico, en comparación con otros autores que sustenten la información analizada.

Descriptor: Reality, Comportamiento, Conducta, Estereotipo, Aptitud

EXECUTIVE SUMMARY

Topic: The Reality Program "Calle 7 – Doble Tentación" and its influence on the behavior of students of Tenth year of the Bolívar Educational Unit

Author: Condemaita Díaz Carmen Elizabeth

Tutor: Lcdo. Mg. Omar Soto

This research deals with The Reality Program "Calle 7 – Doble Tentación" and the behavior in the students of the tenth year of the Bolívar Educational Unit, there has been a wide collection of information in the educational institution, it is very common to observe students who find stereotypes in this type of programs, trying to imitate their fashion, vocabulary, attitudes, skills which generates inappropriate behavior in the student; once the problem has been detected thanks to field research, we proceed to the construction of bibliographical research, to properly base the research variables detailed in the topic, based on information collected from books, brochures, magazines, and the Internet, already established the methodology of the investigation are developed the appropriate instruments for the processing of the information that serves to make the quantitative and qualitative analysis of the variables investigated; the data obtained were statistically analyzed to verify the hypothesis, and it was possible to establish the relevant conclusions and recommendations; so that children, teachers and parents become aware of the importance of having appropriate behaviors to achieve good social interaction avoiding aggression, personal conflicts and in this way pay more attention to classes and thus improve their obedience both in the institution and in their homes, since they will not have motives that interfere during the teaching-learning process. With this, a series of data and information was obtained to evaluate, analyze and execute a proposal that is the realization of workshops to raise awareness of adolescents and parents about the contents of reality shows and their impact on behavior and finally finalize with the completion of a scientific article, in comparison with other authors who support the information analyzed.

Descriptors: Reality, Behavior, Behavior, Stereotype, Aptitude

INTRODUCCIÓN

La televisión, hoy en día, es uno de los espacios más influyentes en los adolescentes, donde se crean y recrean diversos discursos vinculados con “la fama”: los estereotipos sobre su imagen y actitudes artísticas; las posibilidades y límites de alcanzarla; el imaginario y la admiración colectiva; y, por ende, las distintas formas de percibir lo efímero, lo trascendente, lo moral e inmoral. Todo esto soportado por una eficaz producción y comercialización mediática por medio del espectáculo de la pantalla chica.

A continuación, se describen cada uno de los capítulos con su respectivo contenido:

CAPÍTULO I, denominado **EL PROBLEMA** con el tema: “El Programa de Reality “Calle 7” – “Doble Tentación” y su influencia en el Comportamiento de los estudiantes de Décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar”, además contiene contextualización, análisis crítico, pronosis, formulación del problema, interrogantes, delimitación de la investigación, la justificación y los objetivos generales y específicos.

CAPÍTULO II, llamado **MARCO TEÓRICO**, se estructura con los antecedentes de la investigación, la fundamentación filosófica y legal, categorías fundamentales, hipótesis y señalamiento de variables, siendo las siguientes: La conducta Positiva, variable independiente y La Obediencia, como variable dependiente.

CAPÍTULO III, constituido por **LA METODOLOGÍA**, dentro de la cual constan modalidad básica de la investigación, nivel o tipo de investigación, la población, operacionalización de variables, plan de recolección de la información y plan de procesamiento de la información.

CAPÍTULO IV, llamado **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN** sirve para verificar o rechazar la hipótesis planteada y consta de lo siguiente: Análisis de los resultados, interpretación de datos, verificación y comprobación de la hipótesis.

CAPÍTULO V, se establecen las **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES** de acuerdo a los resultados obtenidos mostrados en el capítulo anterior, y de esta

forma poder desarrollar el artículo científico con sus respectivos parámetros establecidos.

CAPÍTULO VI, corresponde a **LA PROPUESTA**, se plantea el diseño de un taller de concientización para los adolescentes, padres de familia y autoridades de la institución sobre los contenidos de los reality shows y su incidencia en el comportamiento de los estudiantes de décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar, se establece las actividades y estrategias del plan en base a un cronograma de actividades y un presupuesto definido.

Finalmente se encuentran los materiales a utilizar y las referencias de la bibliografía y los anexos.

Bibliografía: Se encuentran detalladas todas las citas utilizadas en la presente investigación, el cual está representado por autor, año, título, editorial, página, entre otros, y además de la linkografía.

Artículo científico: Es la recolección detallada de información y presentación de resultados con aportes de otros autores.

Anexos: Aquí encontramos los formatos de la encuesta, de los estudiantes y docentes de la institución, también se tiene el mapa de la ubicación sectorial del establecimiento.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema de investigación

EL PROGRAMA DE REALITY “CALLE 7 – DOBLE TENTACIÓN” Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE DÉCIMO CURSO DE LA UNIDAD EDUCATIVA BOLÍVAR.

Planteamiento del problema

Contextualización

Macro

Por lo general, los programas producidos en México, Colombia, España o Estados Unidos, son los más vendidos y reproducidos a nivel mundial. Este tipo de programas tienen la capacidad de acaparar la pantalla del televisor y nadie puede negar su popularidad entre los diferentes grupos sociales. (Benalcázar, 2015, pág. 34)

En el Ecuador los programas de reality shows o programas de tele realidad han conseguido captar la atención de las personas, especialmente en los adolescentes, de esta manera, cada vez se producen con más frecuencia este tipo de programas de reality que brindan entretenimiento y son rentables para los canales televisivos que los transmiten, lo que se pretende es que los chicos “reality” que así se los denomina, buscan vencer a sus oponentes que se encuentran en competencia en los diversos retos de la producción, ubicándolos de una forma estratégica, generando expectativa y controversia, de esta manera evitando ser nominado a una eliminación y por ende estar fuera del reality.

La producción del reality show y el consumo de los mismos se han popularizado de tal manera, que estos venden su franquicia y el formato de su producción en varios

países. Ecuador no ha sido la excepción en comprar varias franquicias y ha tenido éxito.

A los realitys, se los define como programas de televisión que presentan a personas en situaciones comunes de la vida. Sin embargo, este tipo de producciones no son tan reales como parecen, ya que de una u otra forma todo está maquillado para que salga al aire lo más real, (llamativo, polémico o conmovedor posible), que es lo que hará, que la audiencia sea fiel al programa y se sienta atrapada con cada capítulo de competencia.

Pero esto, el televidente no lo sabe y cree que efectivamente lo que ve en televisión es totalmente cierto, espontáneo y natural, ignorando que cada uno de los participantes adquiere un guion o libreto para poder participar y de tal manera, la tele realidad da un nuevo inicio a un programa de reality.

Meso

Desde que aparecieron los realitys en la televisión ecuatoriana, comenzó a desarrollarse programas de concursos con estilo sensacionalista, primando la polémica en varias ocasiones, el irrespeto de los concursantes entre ellos y con el público, las forma de conllevar este género varía según el target hacia quien pretende dirigirse, esto se debe a que existe programas para niños, adolescentes, adultos y todo el público en una hora pertinente.

En la provincia de Tungurahua los programas de reality show tienen gran acogida en la sociedad, sobre todo, se han vuelto más comerciales que los programas educativos, estos aspectos inciden de una forma neutral, exclusivamente en los adolescentes, que, al no tener una orientación adecuada, no asumen con responsabilidad su personalidad, comportamiento e inclusive sus aspectos educativos.

El género de reality show con programas que tienen gran auge de sintonía, como “Calle 7 y Doble Tentación”, donde es posible observar a un grupo de participantes que hacen lo posible por competir y ganar, en la mayoría de los casos, el talento de los participantes no consiste en algo considerado como educativo, sino suelen ser prácticas deportivas, cuestiones de agilidad, actividades extremas y algunas que hasta

cierto punto resultan denigrantes, de tal manera que muestra una plataforma de competencia, en el cual dos equipos se miden en destrezas y fuerza, y cada noche un equipo será el ganador.

Según Avilés, C. (2015) manifiesta que “en los últimos años han surgido numerosos programas televisivos (Reality Shows), en los que se busca ese impacto, en ellos se ofrece una información trivial unida a dosis de agresividad, tragedias y contenido sexual, además, estos programas se auto promocionan anunciando que las historias contadas son verídicas, lo cual hace que el espectador se sienta más identificado con lo que les ocurre a los personajes. (p. 17).

Es por ello, que los jóvenes adoptan comportamientos y actitudes a la similitud de estos personajes de pantalla, puesto que consumen lo que ven y los conlleva a sentirse rechazados o aceptados ante la sociedad, de esta manera no aceptan y no pretenden hacer lo que esté a su alcance para lograr sus objetivos.

Por tal motivo, en la programación que se transmite en la actualidad específicamente en los programas de reality show, se fomenta información o contenido que brinda a los espectadores de una forma cambiante en actitudes de los competidores, provocando en los televidentes una duda o emisión de comentarios a favor o en contra de dicho reality o participante.

Micro

En la ciudad de Ambato en la Unidad Educativa Bolívar, una de las principales instituciones de la ciudad, con gran número de estudiantes, se ha enfocado exclusivamente en los estudiantes de décimo curso, que se encuentran en una edad de 14 a 16 años, una edad vulnerable que recepta todo tipo de información, visual, escrita o auditiva, sin importar que tenga una producción positiva o negativa, simplemente desechan o adquieren lo que ellos ven agradable para sus experiencias.

Los y las adolescentes que regularmente ven reality shows en televisión, esperan y aceptan, situaciones intimidantes y dramáticas en sus vidas, le dan más valor a la apariencia física, y se ven así mismas como líderes y modelos a seguir.

En la actualidad, es común encontrar agresiones morales y hasta físicas entre compañeros por motivos irrelevantes, que no son temas educativos, sino por programas de competencia que genera un debate entre ellos.

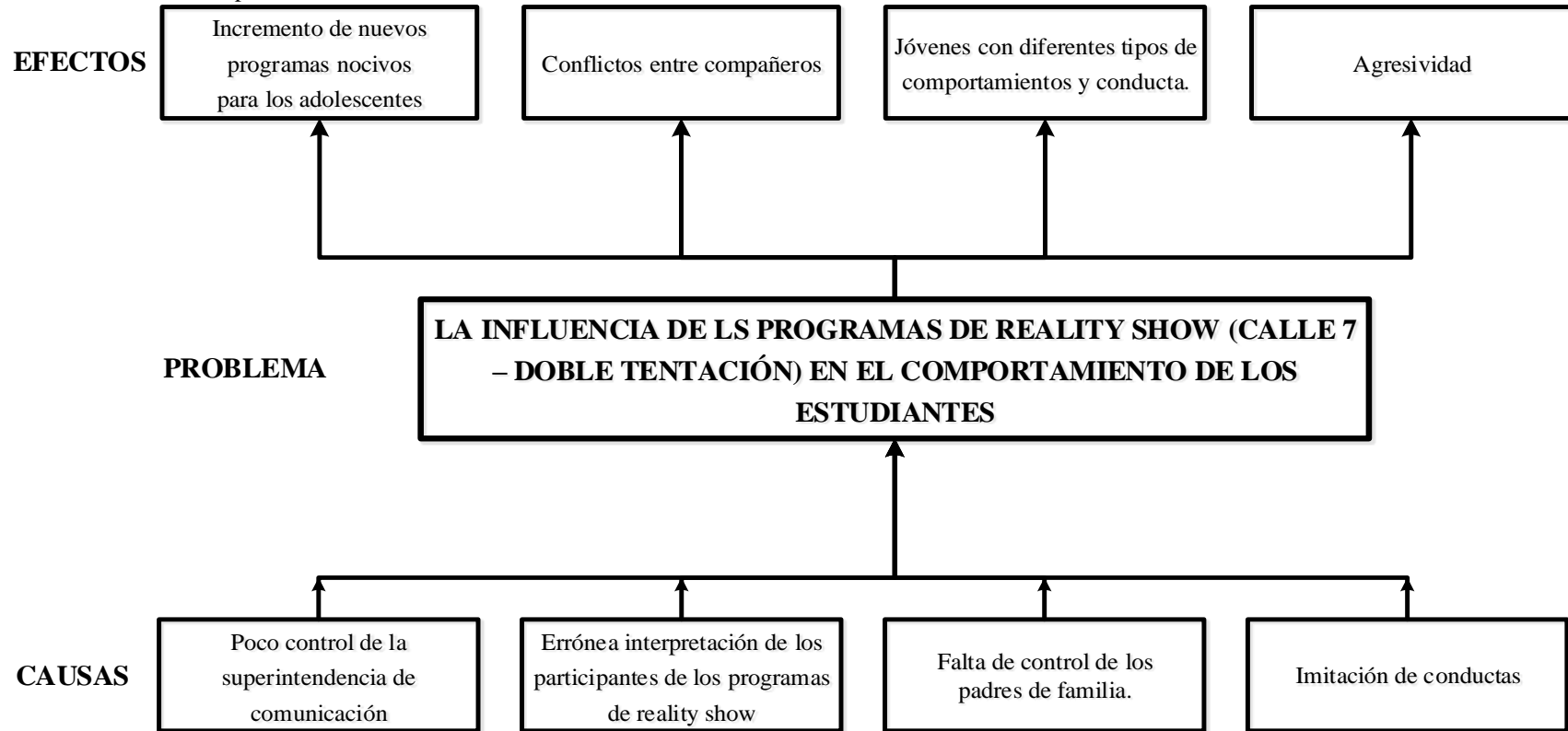
Esto, es preocupante ya que la mayoría de seguidores de estos programas de reality, son observados por adolescentes e imitan lo que ven en las pantallas, porque creen que realizar este tipo de actos es algo normal y que está bien.

La mayoría de este tipo de programas tiene como elemento fundamental la falta de consideración hacia los valores, como por ejemplo, el desprecio de la dignidad, el poco respeto a la vida privada o a la intimidad de las personas o la utilización de un lenguaje escandaloso, grosero e impúdico, todo esto para tener un buen rating y que sus ingresos sigan subiendo, sin tomar en cuenta que se está creando anti valores para aquellos adolescentes que observan estos reality de competencia.

Es así, que las aulas se convierten en escenarios de competencia y enfrentamientos, que abuchean a compañeros, se agreden, insultan, critican, desobedecen, imitan modas, rasgos físicos de los participantes de dichos programas y sobre todo incumplen tareas, siendo esto, perjudicial para sus intereses educativos, sociales y culturales.

Árbol de problemas

Gráfico N° 1: Árbol de problemas



Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Fuente: Observación directa

Análisis Crítico

La falta de control por parte de padres de familia, referente a ver este tipo de programas de reality el cual no poseen un valor cultural o educativo, en el que existe un choque de valores ya establecidos por la familia y sociedad, desemboca en los adolescentes un cambio de comportamiento y conducta ante sus padres, compañeros y la sociedad en general, denigrando así su personalidad.

El poco control de la superintendencia de comunicación conlleva a la ausencia de programas que no contengan información acorde a la edad en la franja horaria, ya que los jóvenes miran la televisión e imitan a sus participantes preferidos, esto les produce reacciones negativas y hacen que se tornen agresivos, y al no existir el control pertinente se tendrá como efecto el incremento de nuevos programas inadecuados para los adolescentes.

Por tal motivo, la errónea interpretación de los participantes de los programas de reality show aporta a la existencia de contenido violento, agresivo, conflictivo dentro de la televisión, los adolescentes interpretan a los participantes, afectando de forma directa la mentalidad de ellos, su personalidad y cambia sus pensamientos, su forma de actuar con las demás personas.

Por lo tanto, creen que es muy normal su comportamiento en clases y buscan discutir, tener un pensamiento de superioridad ante sus compañeros o amigos, incluso, pueden llegar a mostrar signos de violencia con familiares y docentes por no tener un control apto y acorde de los programas de reality.

La imitación de conducta, es una de las causas más evidentes en la institución, ya que los estudiantes al ver un comportamiento distinto al de su compañero, en el cual demuestra su rebeldía ante las situaciones que se presenta y al no contar con una corrección adecuada en el hogar, los estudiantes optan por seguir y dejarse influenciar por esas malas conductas y falta de valores negativos que no tienen ningún tipo de aprobación, perjudicando de esta manera sus estudios, su comportamiento y sus costumbres.

Prognosis

Si se mantiene la preferencia de estos programas de reality en los estudiantes, con contenidos de violencia, irrespeto con escenas y situaciones que carecen de práctica de valores por la misma condición y características del programa, donde los modelos de comportamiento de los actores son influyentes, porque asumen como realidad al darle validez a todos los contenidos emitidos, donde los valores sociales fundamentales quedan reducidos a la mínima expresión posible en su comportamiento.

Es inquietante saber que si no se resuelve este problema, los estudiantes se convertirán en seres humanos con complejidad, personas deshonestas, injustas, irresponsables, entre otras cualidades que no les permitirán convivir en forma de respeto dentro de la sociedad, dando como resultado seres humanos mediocres e incapaces de conseguir metas deseadas y no poder decidir su propio destino social y personal.

Otro de los aspectos y problemas que se presenta, es el mal uso del tiempo libre, porque hoy en día los estudiantes no optan por ingresar a cursos vacacionales y de esta manera encuentran entretenimiento en los programas de reality lo que provoca rebeldía, agresividad, desinterés y afecta a la formación ideológica, social y cultural debido a que los mensajes transmitidos no son educativos e inducen al adolescente a realizar acciones y comportamientos incorrectos, lo que se verá reflejado en el diario vivir y no le servirá para un buen desenvolvimiento en el ámbito educativo, familiar y laboral.

Formulación del problema

¿Cuál es la influencia de los programas de Reality “Calle 7 – Doble Tentación” en el comportamiento de los estudiantes de décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar?

Interrogantes

¿Qué aspectos positivos y negativos se encontró de los realitys “Calle 7 – Doble Tentación” en los estudiantes de décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar?

¿Cuál es el nivel de comportamiento de los estudiantes de décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar?

¿Qué alternativa de solución existe al problema planteado?

Delimitación del objeto de investigación

Delimitación de contenido

Campo: Comunicación.

Área: Informativa.

Aspecto: Análisis comparativo, Programas de reality (“Calle 7 – Doble Tentación”), Comportamiento.

Delimitación espacial

La presente investigación se realizará en la Unidad Educativa Bolívar.

Delimitación temporal

Este trabajo de investigación será estudiado durante el período junio 2017 – enero 2018.

Unidad de observación

85 estudiantes de décimo año

40 padres de familia

3 docentes de la institución

Justificación

Los realitys buscan historias que contar empleando la cotidianidad, es por ello que el presente trabajo de investigación es de utilidad, ya que dará la oportunidad de reflexionar sobre este fenómeno comunicacional que incide en la juventud, ofreciendo la oportunidad a padres de familia, educadores y a los jóvenes mismos saber aceptar de manera constructiva las diversas programaciones que ofrece la televisión, ya que en la actualidad ha sufrido una transformación, donde los realitys ofrecen espectáculo, teatralidad y entretenimiento.

Es por ello la importancia de analizar este problema que está presente en nuestra sociedad, las autoridades y padres de familia de la unidad educativa están con buenas expectativas, para que se desarrolle esta investigación que servirá para orientar a los jóvenes en diferentes aspectos, especialmente en la conducta.

De la misma manera es un proyecto factible, ya que cuenta con fuentes investigativas necesarias para el desarrollo del mismo, brindando la oportunidad de seleccionar programas que generan una imagen, un comportamiento y una conducta a los jóvenes.

Mediante este estudio se pretende llegar a incidir de manera positiva el desarrollo de la inteligencia emocional, tomado en cuenta que los programas de televisión son la gran industria del entretenimiento y de esta manera pueden contribuir positiva o negativamente a su desarrollo.

El impacto que se quiere lograr con esta investigación es concientizar a los adolescentes sobre los realitys shows en la televisión, donde su principal objetivo es generar un juego de estrategias teatrales y comunicacionales, creando dramas que pretenden generar una serie de estereotipos enfocados en dar una imagen, creando líderes, modelos a seguir, desvalorando y discriminando a otras personas.

Objetivos

Objetivo General

Analizar los programas de reality “Calle 7” – “Doble Tentación” y su influencia en el comportamiento en los estudiantes de Décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar.

Objetivos Específicos

- Identificar los aspectos positivos y negativos de los realitys “Calle 7” – “Doble Tentación” en los estudiantes de decimo curso de la Unidad Educativa Bolívar.
- Determinar el nivel de comportamiento de los estudiantes de decimo curso de la Unidad Educativa Bolívar.
- Realizar una propuesta alternativa de solución al problema planteado (taller de capacitación dirigida a los estudiantes de Décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar, padres de familia y autoridades).

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes investigativos

Bajaña & Seminario (2016) en la investigación “Análisis del impacto social del reality show “Apuesto Por Ti” en los habitantes entre 14 y 25 años de la Cooperativa los Vergeles de la ciudad de Guayaquil”

Objetivo: Analizar el contenido del programa de concurso reality show “Apuesto por ti” de la televisión ecuatoriana y su impacto social en la comunidad de Los Vergeles.

Conclusiones:

- Las personas dedican un tiempo importante frente al televisor, sobrepasando las 4 horas por día; por tal motivo, lo que observen tendrá una repercusión en su conducta de una manera positiva o negativa. Es así, que los encuestados manifestaron que prefieren observar programas de entretenimiento que educativos, debido a que buscan algo que los divierta y no que los preocupe.
- La noche, es el momento adecuado en el que las personas normalmente disponen de tiempo para ver televisión, por lo que resulta normal conocer que la mayor parte de ellos observan el programa “Apuesto por ti”.
- El programa es calificado de manera positiva en la mayoría de los casos; esto se debe a que cuenta con un formato que debido a la diversidad de sus pruebas se vuelve entretenido para el televidente casual o para el seguidor del mismo.

Liberio, M. (2015) en la investigación con el tema “Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil”

Objetivo: Determinar qué tan influyente es la televisión ecuatoriana en la imposición de estereotipos sociales a los jóvenes mediante los personajes de pantalla o famosos.

Conclusiones:

- El joven se encuentra viviendo en una era de bombardeo de información a la cual tiene acceso mediante diferentes vías, sea televisiva o internet, sin ningún control o guía que dirija esta información hacia sus necesidades y que censure la que no aporta a su crecimiento personal.
- Los jóvenes son muy influenciados, cambian de criterio y no tienen una identidad e ideología formada, creen en lo que se les plantea por los medios de comunicación, no buscan enfrentar esa información con otras posturas.
- El estereotipo juega un papel importante en sus vidas, es representado mediante una figura vana, no aporta ni beneficia a sus conocimientos, por el contrario, crea mentes manipuladoras y vacías, sin ningún tipo de información apropiada para su edad.

Mena, C. (2016) con el tema “Los realitys shows y su papel en la formación de valores de los jóvenes de acuerdo al sumak kawsay”

Objetivo: Determinar estrategias comunicativas para promover la práctica de valores en los programas de los realitys shows, que permitan a los jóvenes ecuatorianos tener una formación integral con calidad humana acorde al Buen Vivir.

Conclusiones:

- Los realitys shows son programas de fácil comercialización porque a la audiencia le gusta los conflictos sociales típicos de la modernidad y cuyos protagonistas le dan un toque espectacular a las situaciones que presentan.

- En la mayor parte de los programas de los realitys shows, los participantes sólo quieren aparecer para convertirse en famosos sin importar a lo que tiene que exponerse para conseguirlo.
- Existe una carencia de práctica de valores por la misma naturaleza del programa que es competitivo, y se propone lograr la meta sin importar los medios para llegar a ésta.

Fundamentación filosófica

Por tratarse de un tema educativo el estudio se convierte en investigación social, la misma que toma como referencia los lineamientos principales del paradigma crítico-propositivo, se manifiesta en: “estar comprometida con los seres humanos y su crecimiento, en comunidad de manera solidaria y equitativa, por eso propicia la participación de los actores sociales en calidad de protagonistas durante todo el proceso de estudio (Naranjo, 2015, p. 21)”.

Su visión de crítico lo sitúa al clarificar la realidad donde se da el problema, mediante la obtención de información científica, por medio de varias fuentes, donde el tema discute los programas de reality show (“Calle 7” – “Doble Tentación”) y su modo de proceder dentro del comportamiento de los estudiantes, obstaculizando el normal desarrollo de múltiples habilidades y destrezas para evidenciar competencias a largo plazo.

El carácter propositivo se evidencia en la socialización de la alternativa de solución al problema, donde la investigadora no se detiene solamente a contemplar aquella realidad, sino que busca transformarla con el apoyo de todos los actores involucrados, dejándose a un lado la pasividad para fomentar la pro actividad dentro de una sociedad enmarcada en constante cambio por la sinergia de la globalización y los diferentes enfoques educativos del siglo XXI.

Fundamentación legal

Según el Código de la Niñez y Adolescencia en Capítulo III referente a los Derechos relacionados con el desarrollo menciona en los siguientes artículos:

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

Sección quinta: Niñas, niños y adolescentes.

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

7. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan 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.

Art. 45.- Derecho a la información

Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a buscar y escoger información; y a utilizar los diferentes medios y fuentes de comunicación, con las limitaciones establecidas en la ley y aquellas que se derivan del ejercicio de la patria potestad.

Es deber del Estado, la sociedad y la familia, asegurar que la niñez y adolescencia reciban una información adecuada, veraz y pluralista; y proporcionarles orientación y una educación crítica que les permita ejercitar apropiadamente los derechos señalados en el inciso anterior.

Art. 46.- Prohibiciones relativas al derecho a la información

Se prohíbe:

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.

En la Ley Orgánica de Comunicación en Título I referente a las Disposiciones preliminares y definiciones señala que

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general. - Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

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

Art. 10.- Normas deontológicas. - Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones (Ley Orgánica de Comunicación, 2010).

Categorías fundamentales

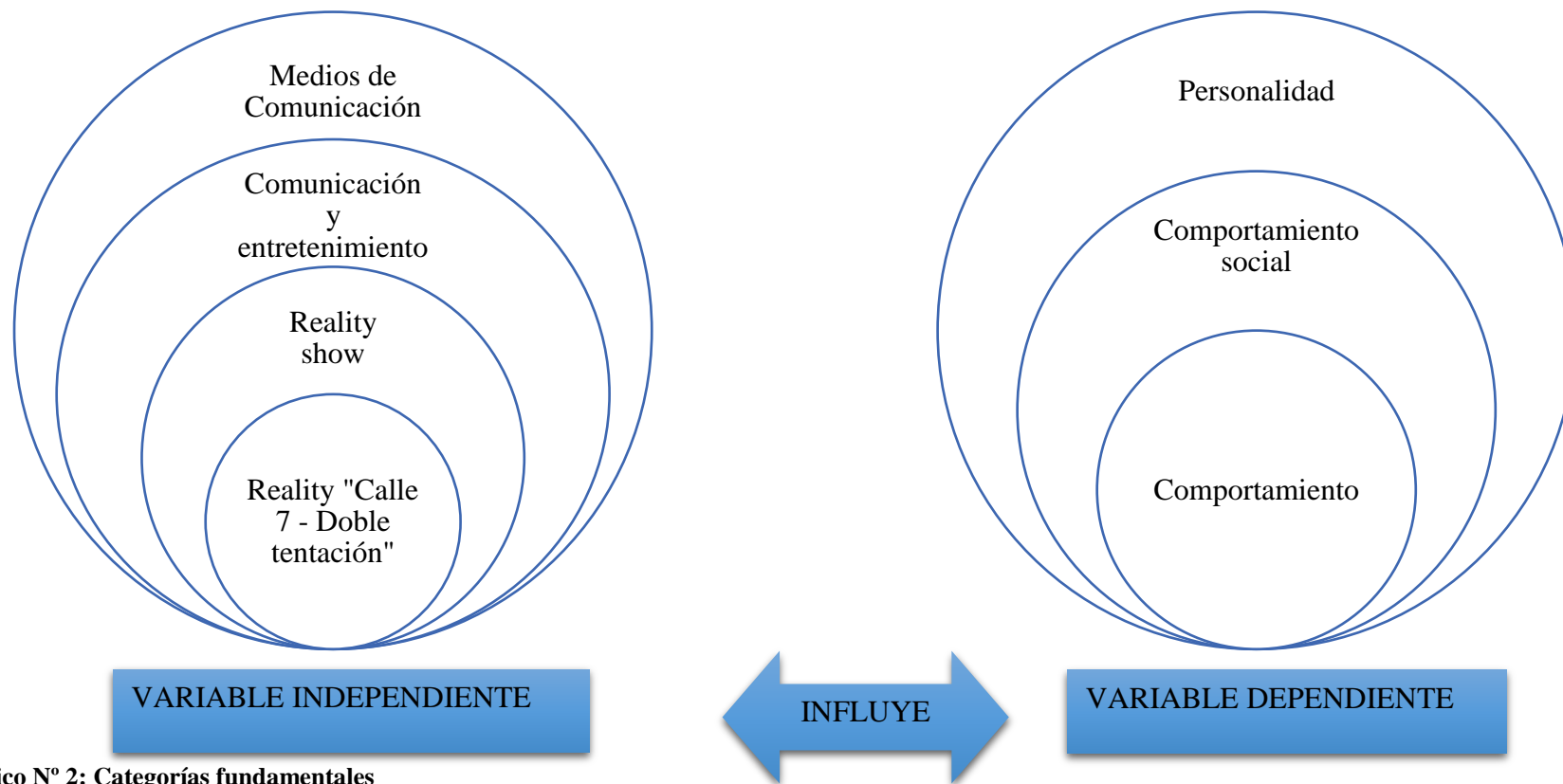


Gráfico N° 2: Categorías fundamentales

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Fuente: La investigadora

Constelación de ideas variable independiente

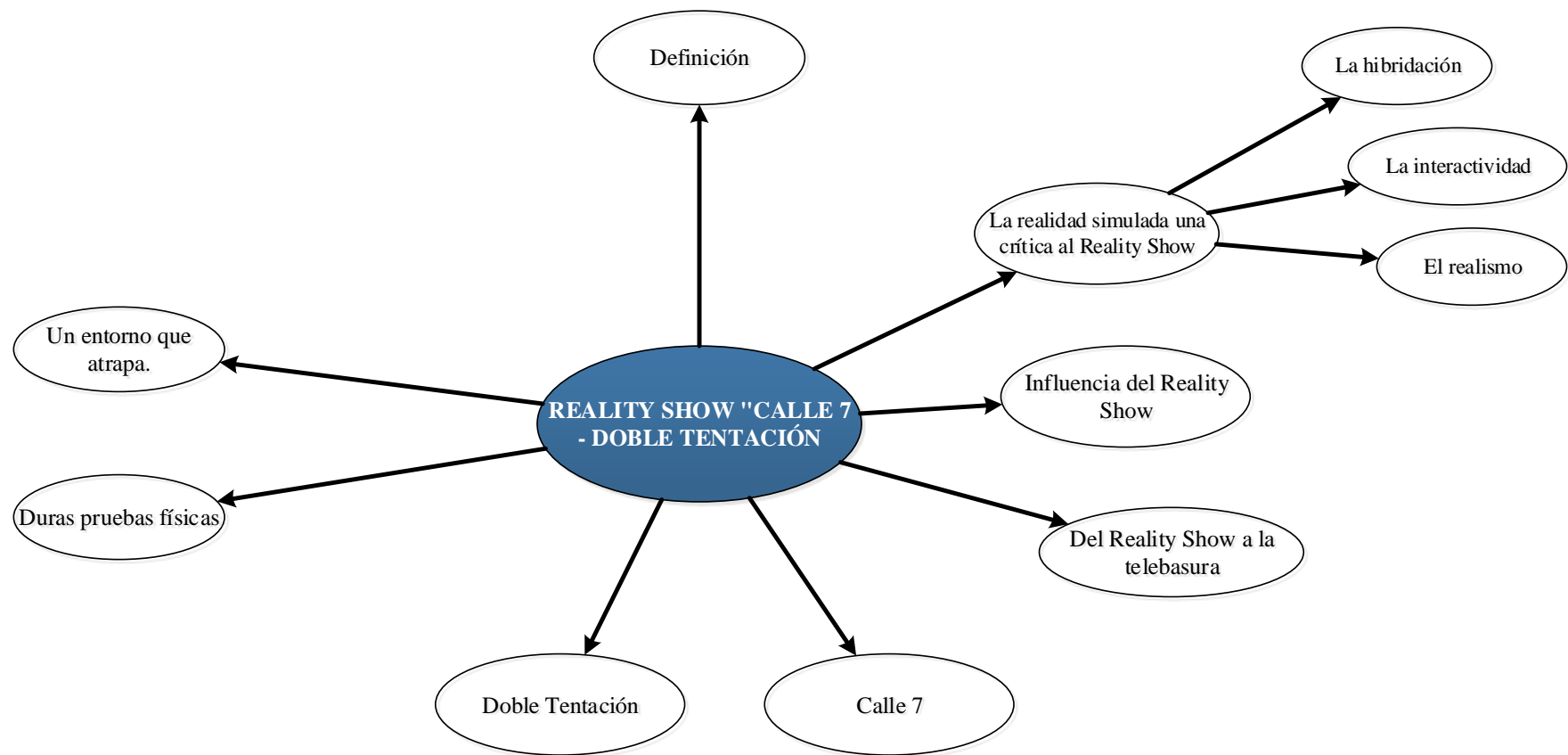


Gráfico N° 3: Constelación de idea variable independiente

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Fuente: Marco teórico

Constelación de ideas variable dependiente

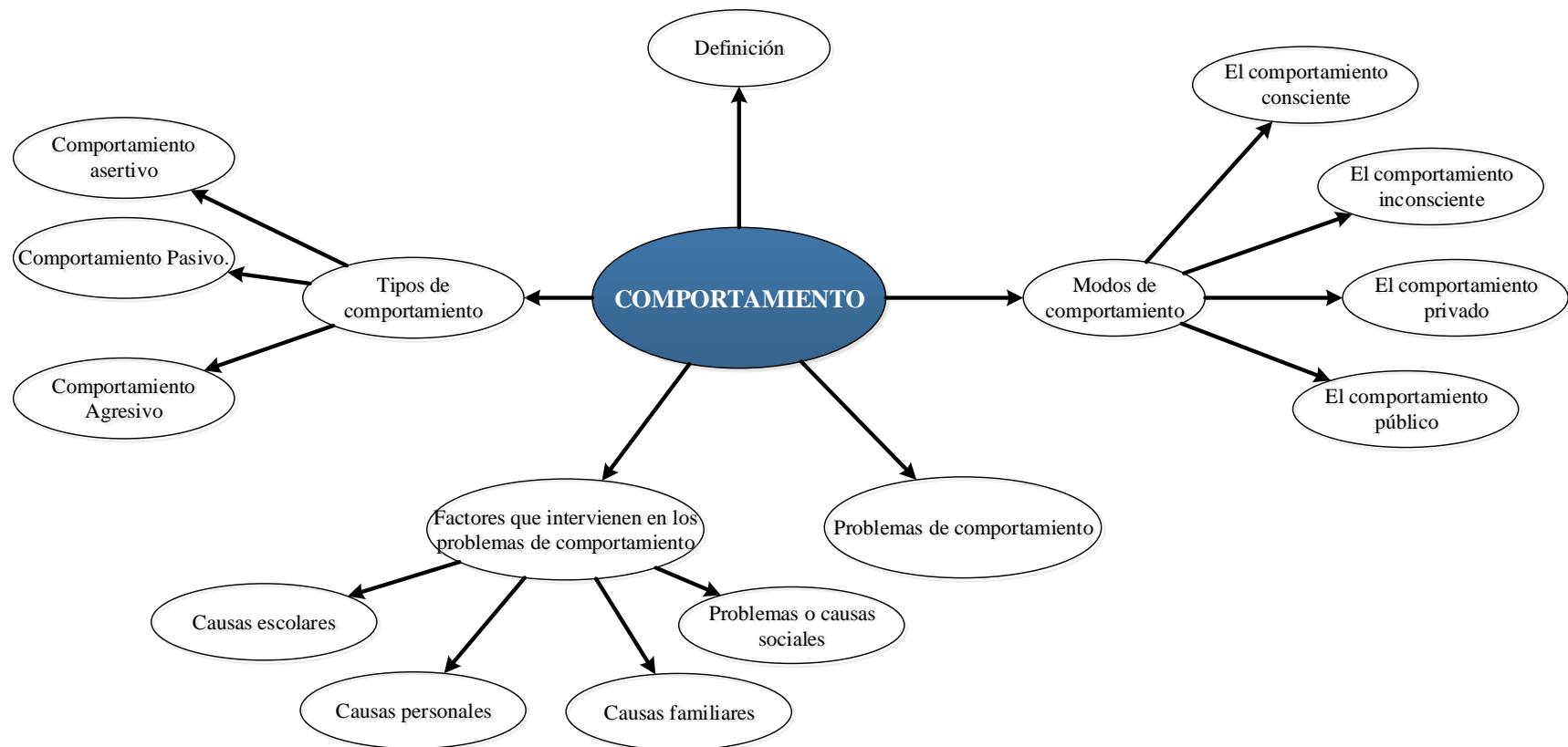


Gráfico N° 4: Constelación de idea variable dependiente
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz
Fuente: Marco teórico

Fundamentación Teórica de la Variable Independiente

Medios de comunicación

Definición

“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 es el caso de 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, 2014)

El medio social en el que los seres humanos nos desarrollamos es en un sin número de seres, objetos, cosas, tecnología y es así que el mismo ser humano se ha ideado una gran variedad de cosas, crea para beneficio propio y de los demás. Siendo el autor de varios dispositivos de última tecnología como la computadora, el internet y la televisión del cuál vamos a hacer referencia la programación que transmite debido a que tiene programas educativos que pueden servirle al adolescente mediante el aprendizaje que puede adquirir de dichas programaciones.

Tipos de medio de comunicación

Se debe destacar que los medios de comunicación tienen una clasificación de forma general, según los tipos de comunicación:

Medios Auxiliares o Complementarios: “afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos.

Medios Alternativos: Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. En segundo lugar, cada uno de estos grupos incluye una diversidad de tipos de medios de comunicación, como se podrá ver en detalle a continuación:

Medios Masivos: Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios medidos.

Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación (Palermo F. , 2016)

Televisión: Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento.

Radio: Es un medio "solo-audio" en la actualidad está recobrando su popularidad.

Periódicos: Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales.

Revistas: Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados, pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales.

Muestreo: Cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto.

Medios Auxiliares o Complementarios: Este grupo de medios incluye los siguientes tipos de medios de comunicación:

Medios en Exteriores o Publicidad Exterior: Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre". (Palermo F. , 2013, p.29)

Para establecer una comunicación se debe tomar en cuenta que exista un emisor, receptor y un mensaje, caso contrario se podría decir que, cómo se comunicarían, se debe destacar que dicha comunicación se lo realiza por diferentes medios; sea tecnológico, por el lenguaje de la persona, medios de señas, mímicas o símbolos, en el caso de personas con discapacidad auditiva u otra discapacidad. Finalmente, el emisor es quien da un mensaje y debe hacerlo utilizando cualquier medio masivo o medio alternativo.

Características.

- “Son generadores de nuevas tendencias sociales, desde las actitudes políticas hasta las normas o los valores, pasando por las modas o las necesidades de consumo.
- Se presentan como el gran escaparate publicitario, estableciéndose como herramientas imprescindibles del desarrollo comercial y económico.
- Favorecen el intercambio de ideas, promoviendo el conocimiento de otras culturas y realidades y enriqueciendo y diversificando las realidades locales, edificando la llamada aldea global”. (Hiru, 2013)

Estos medios de comunicación establecen el inicio de la cultura de masas, la cual se va nutriendo cultural e interculturalmente en un porcentaje muy alto de la población en general, permitiendo que la estructura social sea más uniforme y por ende se cree en ella tendencias de información.

Funciones

En condiciones ideales, se han establecido tres funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación de masas:

Informar. “Hasta la llegada de las nuevas tecnologías, eran la fuente básica de noticias, opinión y control de los poderes políticos.

Formar. Los medios son un canal fundamental para la recepción de conocimientos y productos culturales como piezas literarias, teatrales, cinematográficas o musicales.

Entretener. Son igualmente plataformas insustituibles de difusión de contenidos como eventos deportivos o programas de variedades”. (Hiru, 2013)

Es decir, para comunicar o intercambiar la información, el emisor emite el mensaje a un receptor a través de un canal esperando una respuesta del emisor y de esta manera se está realizando una comunicación, para ello se ha visto que contiene muchas funciones y para el dialogo se vale de un canal, es decir puede ser voz del ser humano, celular, cartas, otros.

Estructura según su carácter

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

Informativos: “Su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general” (Sánchez, 2014). Los medios informativos que tienen mayor representatividad son los noticieros, de igual forma las emisoras que difunden noticias en el día sobre acontecimientos relevantes, al igual las revistas de información y análisis, siendo el más representativo los periódicos o prensa.

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” (Sánchez, 2014).

Actualmente, es el más utilizado y de mayor éxito en la comunicación, se ha dado un paso muy importante en el entretenimiento, a pesar de ser muy criticado, puede alcanzar importantes fines específicos.

De análisis: “Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin dejar de lado los hechos históricos” (Sánchez, 2014).

La principal finalidad de este medio es el de explicar, investigar, examinar lo que está sucediendo y de esta forma dar mayor credibilidad a la noticia, más que todo, para que el lector pueda entender las causas y consecuencias de la noticia que este leyendo.

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” (Sandoval, 2014). Las noticias de este medio no son muy trascendentes, pero hay que tomar en cuenta que son investigados ampliamente y rigurosamente tratados.

Comunicación y entretenimiento

Comunicación

En términos generales, comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. Vivimos en un tiempo en que, la comunicación está en una etapa de grandes avances; pero debemos comprender que no es algo inventado en este siglo ni en el anterior. Existe desde que el género humano apareció sobre la tierra.

“Los humanos somos seres sociales por naturaleza y, por lo tanto, tenemos la necesidad de relacionarnos con los demás y dejar constancia de nuestra existencia. En la antigüedad, Aristóteles estableció un modelo y la importancia de la comunicación. Sirve para influir en las personas; los mensajes comunicativos, al ser un estímulo, buscan provocar una conducta deseada en el receptor”. (Zurita, 2013, p. 93)

Para comunicarnos no basta escribir o hablar. Es pertinente considerar los aspectos culturales de los pueblos y sociedades, las características personales de los individuos, hasta el lugar donde viven y su naturaleza étnica, sin olvidar la estratificación social.

Elementos de la Comunicación

También en la comunicación tenemos sus elementos los cuales son importantes para todos los seres humanos:

El emisor: “El emisor es la persona que envía el mensaje a otra persona.

El receptor: Es la persona que recibe el mensaje enviado por el emisor.

El mensaje: El mensaje es el contenido que una persona le hace saber a otra se transmiten mediante códigos, claves, imágenes, etc., cuya información debe ser interpretada por el receptor.

El código. Es el conjunto de claves o idioma que se utilice y son utilizados para para transferir el mensaje.

El canal. Es el medio a través del cual se envía el mensaje.

El contexto. Se refiere al entorno donde se lleva a cabo la comunicación”. (Zurita, 2013, p. 103)

En términos individuales, el hombre se comunica con sus actitudes, con los movimientos de su cuerpo, sus manos o movimientos de los ojos, la expresión de su cara. La comunicación adopta múltiples formas, las más importantes son la comunicación verbal y la comunicación no verbal.

Tipos de Procesos Comunicativos:

La comunicación unilateral: Este tipo de comunicación se da cuando el emisor envía un mensaje hacia el receptor el cual lo recibe, pero sin dar una respuesta al mensaje recibido.

La comunicación bilateral: Cuando el emisor envía un mensaje al receptor lo cual al recibirlo se convierte en emisor para él envió de un nuevo mensaje convirtiendo el primer emisor en receptor del mensaje.

Características.

“Son generadores de nuevas tendencias sociales, desde las actitudes políticas hasta las normas o los valores, pasando por las modas o las necesidades de consumo. Se presentan como el gran escaparate publicitario, estableciéndose como herramientas imprescindibles del desarrollo comercial y económico. Favorecen el intercambio de ideas, promoviendo el conocimiento de otras culturas y realidades y enriqueciendo y diversificando las realidades locales, edificando la llamada aldea global”. (Palermo, 2013, p.29)

Los medios de comunicación constituyen el origen de la denominada cultura de masas (acceso permanente de productos que va de lo más simple a lo más complejo, el consumismo), donde se nutre cultural e intelectualmente un alto porcentaje de la población, lo que hace que la estructura social sea más homogénea.

Funciones

En condiciones ideales, se han establecido tres funciones básicas que pueden y deben desempeñar los medios de comunicación:

Informar. “Hasta la llegada de las nuevas tecnologías, eran la fuente básica de noticias, opinión y control de los poderes políticos.

Formar. Los medios son un canal fundamental para la recepción de conocimientos y productos culturales como piezas literarias.

Entretener. Son igualmente plataformas insustituibles de difusión de contenidos como eventos deportivos o programas de variedades”. (Hiru, 2013)

Es decir, para comunicar o intercambiar la información, el emisor quien emite el mensaje a un receptor a través de un canal esperando una respuesta del emisor se está realizando una comunicación, para ello se ha visto que contiene muchas funciones y no solo eso, para el dialogo se vale de un canal, es decir, puede ser voz del ser humano, celular, carta, otros.

Entretenimiento

El entretenimiento se basa en entretener y llamar la atención de los televidentes, de esta forma relajar y distraer, fusiona con la educación originando formas más eficaces de aprender.

“La diversión o entretenimiento, utilidad social e información. Los medios en general se usan con un fin específico, la audiencia selecciona el medio y los contenidos según sus necesidades hay quienes prefieren informarse y otros ven series porque les gusta identificarse con la realidad en ellas representada.

Así, los hombres suelen ver programas de actualidad, informativos, deportes y concursos; mientras que las mujeres, de una clase social inferior y que no trabajan, ven más televisión que los anteriores y ven series, películas, novelas y programas infantiles”. (Hiru, 2013)

Las personas de la tercera edad observan gran parte de programas televisivos y junto a los más vulnerables, es decir adolescentes, son los que mayor tiempo pasan en la TV, ya que la forma de entretener es su mayor pasatiempo.

Importancia

“Los programas de entretenimiento causan como principal efecto, una alteración de la percepción de valores, al transmitir sobre competitividad violenta, ya que la televisión da preferencia a programas de falsos valores” (Berrospi, 2014, p. 142).

El negocio televisivo representa una de las mayores industrias de entretenimiento en la sociedad actual. Desde el punto de vista de las audiencias, la búsqueda del disfrute es la principal razón por la que el espectador, observa un producto audiovisual como las series, los concursos o cualquier programa televisivo no informativo.

Clases de entretenimiento

Chatear. - “La acepción de la palabra Chat es amplia, y por lo general cumplen la función de comunicar a dos o más personas

Danza. - Es el arte, de expresarse mediante movimientos del cuerpo, generalmente, acompañados de ritmos musicales.

Cine. - Es un espectáculo artístico, normalmente itinerante, que incluye a acróbatas, payasos, magos, adiestradores de animales y otros artistas.

Deporte. - Es toda aquella actividad que involucra movimiento físico, a menudo asociadas a la competitividad.

Juego. - Es la actividad recreativa que cuenta con la participación con uno o más participantes, su función primordial es proporcionar entretenimiento y diversión, aunque puede cumplir con un papel educativo.

Internet. - ayuda a resolver todas las dudas y además ayuda a entretenerse mediante videos, imágenes, en un medio visual”. (Cañar, 2013, p. 41)

Hoy en día, las diferentes sociedades industrializadas dependen de los diferentes medios de comunicación, ya que les ayuda en sus labores comerciales y así lograr difundir la información del producto, empresa, servicio de una forma más acertada, logrando que observen varias personas dicha información, por tal motivo existe una relación muy estrecha entre los grupos económicos y las cadenas de comunicación.

Reality show

Definición

La realidad que se está viviendo en la programación de televisión ecuatoriana con los reality shows en los diferentes canales televisivos se ha llegado a recopilar ciertas descripciones de autores, para saber cuáles son sus perspectivas acerca de este género televisivo, que en la actualidad está en todo su apogeo y son muy vistos por los adolescentes.

Según Avilés, C. (2015) menciona que “El reality show expresa y representa el cambio que se ha operado entre la forma de hacer televisión y el nuevo modelo de espectador.

Su evolución parece aún incierta, pero encierra riesgos considerables” (p. 18). Hoy en día la televisión en el país está en auge con los reality show, por tal motivo este tipo de programas son más vistos por los adolescentes, por el tipo de programaciones que brindan al televidente. Es por ello que en los diferentes canales de tv en sus distintas franjas de horario son emitidos estos programas en una forma de entretenimiento al público adolescente.

Castañares, W. (2014) manifiesta que “Los reality shows cumplen dentro de la comunicación y debemos conocer lo que estos significan, los reality shows o espectáculos de la realidad no son más que una invasión a la intimidad personal”.

Desde los inicios de este tipo de formatos que revoluciona la televisión nacional e internacional, se debe a que la mayoría de productores apuestan a estos programas creando una variedad de ellos, que destaca en listar a personas de varios lugares y convertirlos en famosos, con el objetivo de exponer su vida ante las cámaras, denominado así la telerrealidad.

Acorde a Rincon (2012) menciona que “Los realities son buenos programas porque tienen todo lo que necesita para relajar y emocionar: hay mucho melodrama en los personajes y sus historias”.

En la actualidad los realitys se han convertido en el mejor espectáculo, donde la televisión incita a la dramatización en un doble sentido, en el cual muestran imágenes reales para que los televidentes tengan un interés hacia el programa.

Para (Rincon, 2003) “El reality es un programa que presenta la vida de gente de verdad en un laboratorio; un experimento no con ratones si no con humanos; no con queso, si no con fama, una ley que es competir hasta ganar”.

La vida para la pantalla con lleva a una participación innata de juegos al azar, don se debe pasar por castings, donde los productores deben imaginar los posibles juegos, las historias que se van a mostrar en televisión, tras cámaras existe un equipo de trabajo, mentes maestras donde deben crear todo un guion, un programa para generar un espectáculo que con lleve a debut en televisión.

Cabe menciona que la televisión (Bourdieu, 1996) “Es un instrumento de comunicación muy poco autónoma sobre el que recae una serie de constreñimientos originados por las relaciones sociales”.

La televisión posee una Acción Simbólica (Bourdieu, 1996) porque “Llama la atención sobre unos hechos que por naturaleza pueden interesar a todo el mundo, de los que cabe decir que son para todos los gustos”.

La posibilidad de llegar a todo el mundo de una forma consciente o inconsciente, es por medio de la televisión, llegando a ser un eje primordial de información y generando empatía con los televidentes con cada uno de los programas o realitys que se presentan en jornadas establecidas.

Características de los Reality Show

Este tipo de programas televisivos pretenden mostrar la vida de personas comunes, sean esta para la exposición de sus problemas, vidas personales o de sus talentos, de tal forma se destaca cinco características importantes de este tipo de géneros.

La hiperrealidad televisiva: muestra una serie de hechos que, estrictamente, no pueden incluirse dentro de las categorías de realidad y ficción, sino que son la manifestación de una nueva forma de ser.

Básicamente se centra en la veracidad de los relatos y de las imágenes que presenta. Sin embargo, siempre se presentarán rasgos que harán que no todo sea tan natural como parece. Obviamente, el canal interviene al elegir a los participantes y desde ahí se puede ver qué se quiere lograr con cada concursante. (Martínez & Sánchez, 2014)

En la producción de los realitys, es común que el canal por el cual se está transmitiendo interprete lo que pasa en la vida real de cada uno de los participantes, tomando en cuenta lo que está permitido que se socialice con los televidentes, por tal motivo, la producción se encarga de recrear la realidad a través de las escenas expuestas en los distintos capítulos del programa, simulando hechos y realidades.

Vida privada publicitada: las acciones de los participantes suelen basarse en mostrar públicamente hechos relacionados con su vida privada. Además, están entre el ser y el parecer, privilegiándose el parecer.

Y, la victoria del concurso la obtendrá el que haya captado más seguidores, así no se haya mostrado tal y como es, sino como esperaba que lo miren. Se busca lo realmente real, o por lo menos, algo que así lo parezca. (Benalcazar, 2015, p. 31)

El apetito de las audiencias por consumir vidas ajenas es visible en varios medios de comunicación que, al percatarse del éxito rotundo que tienen estos productos, han sabido aprovechar la oportunidad para obtener altos niveles de aceptación con ellos.

Las publicidades que incluyen testimonios de supuestos consumidores reales, la publicación de biografías de gente exitosa, las historias prometedoras de personas comunes son algunas muestras de la comunicación que se ve a diario en las calles, cines, televisión, radio, revistas, periódicos e internet. Y, simplemente, se producen

porque a las personas les atrae mucho saber lo que hacen, lo que piensan y la forma en la que actúan sus semejantes.

Personas comunes: exige la participación de personas no profesionales del medio como actores o periodistas sino de gente común y corriente. El objetivo es reforzar la interactividad entre la televisión y el espectador.

Y, lo que hace atractivo el programa, es que los concursantes están disputando un premio económico o profesional importante para su vida futura. (Benalcázar, 2015, p. 21)

Los participantes muestran a las cámaras su situación actual, incluida la de sus familias con el fin de conseguir ese premio, sus sueños por cumplir y los que están dispuestos a hacer o a abandonar por conseguir el premio final, en si una cierta cantidad económica que favorecerá a su vida.

Muchas veces el televidente es enganchado por la magia de la televisión, tanto así que, en la actualidad, muchos de los telespectadores se sienten identificados por personajes mediáticos o por participantes que están en distintos programas que los toman como modelo a seguir ya sea por su vestimenta o por su forma de actuar.

Los adolescentes optan por seguir con estos comportamientos debido a lo que ellos observan en la tv y por ende son más propensos a captar los malos hábitos de los competidores.

La neotelevisión: muestra el efecto en el que la televisión se presenta a sí misma, dejando de lado los espectáculos perfectos en los que la cámara no titubea y los micrófonos están perfectamente escondidos.

La neotelevisión es mucho más real y cercana a la ciudadanía: los espectadores pueden ver los micrófonos, las cámaras, hay un movimiento de cámara que simula la realidad y, por ejemplo, en la mayoría de noticieros ya no se ve de fondo un lindo paisaje sino sus salas de redacción, donde se aprecia el movimiento del funcionamiento real. (Benalcázar, 2015, p. 23)

Los micrófonos o cualquier instrumento que revele lo que se está presentando no es cien por ciento natural. Por otro lado, la Neo TV intenta acercarse a las personas, mostrarse como es, evidenciar, mostrar las cámaras y los cables. Su objetivo es hacer sentir al televidente que está ahí para él, como uno más, y así ganarse su confianza.

La escopofilia y el exhibicionismo televisivo: con el apareamiento de los reality shows se despertó en los televidentes la curiosidad por consumir vidas ajenas, que tienen como característica principal que son tan reales como la vida de cualquier televidente.

El deseo que despierta la curiosidad por los otros es conocido como instinto escopofílico, el cual se aplica ampliamente para entender el gusto o el placer que sienten los espectadores cuando se trata de conocer la vida del otro, sus secretos, sus defectos y también es el gusto de alguna gente por exhibir sus propias intimidades.

Por otro lado, el exhibicionismo es entendido como la necesidad que tienen los protagonistas de este tipo de programas de realty de mostrar su vida al público. Esta dinámica construye psicológicamente en el individuo, una personalidad que es entendida como la construcción orientada hacia la mirada ajena, no más introspectiva o intimista, es decir, los fanáticos por estos programas desarrollan una personalidad que se orienta en la mirada exterior o del otro para reafirmar su existencia.

Ventajas y desventajas de los reality shows

Ventajas

Fama inmediata: Los reality shows facilitan una exposición que la gente no podría conseguir en ningún otro lado, dándoles a estas personas el potencial de convertirse en nombres conocidos y en oportunidades que de otro modo no, podrían evadirlos, llegando de esta manera a ser conocidos por los televidentes.

Lograr un sueño: este tipo de programas como son los reality de competencia ofrecen otra ventaja, dándoles la oportunidad de seguir los sueños o ganar grandes cantidades económicas. A su vez, los espectadores pueden pensar que ellos también pueden lograr lo mismo y aplicar.

Deporte: con estos realty los participantes están obligados a llevar una vida sana, haciendo ejercicio para cada una de las competencias con sus contrincantes, en el cual cada uno de ellos debe realizar determinados entrenamientos por sus instructores.

Trabajo en equipo: la unión en equipo es lo principal que los competidores deben tener en estos realty, debido a las competencias y de esta manera ganar en cada una de las competencias.

Organización: una de las ventajas de estos realty es que, en ocasiones, en común, en los grupos de competencia existe una organización para de esta manera poder sacar a su contrincante.

Desventajas

Perdida de la privacidad: Los concursantes de estos reality tienen que luchar con las desventajas que tiene la televisión, al momento que se convierten en personajes mediáticos o conocidos.

La privacidad de los participantes al momento de firmar un contrato con los productores de tv les da la liberación personal y derechos de grabar durante cada aspecto que suceda en el programa.

Efectos peligrosos a la reputación: Al momento que los participantes entregan sus derechos de privacidad, no pueden considerar los efectos que tendrán a largo plazo de los reality. Esto puede convertirse un arma de doble filo, muchos de los participantes se involucran en comportamientos cuestionables y aparecen en televisión, esto puede llegar a impactar a sus relaciones familiares o con sus amigos.

Confrontaciones: en las competencias las discusiones y la pérdida de valores es evidente, el léxico y comportamientos de ciertos competidores hace que la persona encargada, en este caso, el productor sancione estas conductas, debido a que este es un programa familiar donde ven una gran cantidad de adolescentes.

Valores contradictorios: en estos realitys, los valores juegan un papel muy importante, debido a cada uno de los acontecimientos que acontecen y los lleva a realizar o decir cosas que no sabían antes de firman un contrato.

Tipos de reality shows

Se puede hacer una clasificación de los realitys shows de acuerdo a diferentes enfoques de desarrollo del programa. Existen nueve tipos principales de realitys shows:

Según Mena, C. (2015) manifiesta los siguientes tipos de realitys que son los más producidos en la televisión ecuatoriana.

Observador pasivo: La cámara observa pasivamente todas las actividades cotidianas de una persona o de un grupo de personas y cuyas grabaciones son transmitidas directamente.

Cámara escondida: la cámara observa a personas que ignoran que son filmadas. Suele utilizarse en programas que hacen bromas para entretener a su audiencia.

El resultado es transmitido “crudo y sin censura.”

Concurso de tele realidad: En este tipo de emisiones un grupo de personas en un ambiente cerrado compiten por un premio, mientras son observados de forma continua por las cámaras, lo cual entretiene a la audiencia, ya que, ésta puede observar todo lo que pasa en el ambiente en vivo.

Tipo Supervivencia: Un grupo de personas es llevado a un lugar remoto sin servicios elementales, en el cual deberán buscar su sustento y deberán competir para obtener productos elementales, generalmente, los que llegan al final del show reciben un gran premio.

Tipo encierro: Un grupo heterogéneo de jóvenes de ambos sexos deben convivir durante cierto tiempo en una casa, formando alianzas y tramando intrigas para no ser expulsados por el voto de los espectadores.

Tipo academia Artística: Un grupo de aspirantes a artistas, ya sea cantantes, actores, etc., son llevados a academias donde reciben lecciones, en un escenario se presentan y son eliminados en función de su habilidad juzgada por jueces o bien por el voto de los espectadores.

Tipo soltero: Un hombre o mujer soltero/a, usualmente rico/a o famoso/a, deberá elegir entre un grupo de pretendientes.

Tipo Modelaje: Un grupo de chicas concursan para lograr tener un contrato profesional como modelos conviviendo con otras aspirantes las cuales viven entre ellas en busca de cumplir su sueño.

Para ello, tienen que realizar diversos “retos” para estar aún más cerca de cumplirlo.

Tipo Búsqueda de Empleo: Un grupo de participantes se somete a las reglas dictadas por un empresario a cambio de obtener un empleo para trabajar en una de sus empresas.

Los aspirantes realizan los pedidos necesarios de su jefe/a para vencer a sus oponentes y obtener el puesto en la empresa que desea. (p. 43)

Muchos de estos programas no toman en cuenta el grado de contenido sensacionalista que brindan al televidente, ya que ellos lo que más les importa es enchufar al televidente y vender su producto televisivo.

La mayoría de los reality van enfocados hacia un público joven, específicamente a los adolescentes que son personas más vulnerables para lograr la atención de ellos.

Durante estos últimos años la televisión local, ha sufrido un cambio en todo lo que es programación, con la aparición de este nuevo formato las cadenas televisivas han

sabido aprovechar el éxito que tienen los reality es por ello que esta es la nueva industria para los productores de los diferentes canales para obtener mayor ingreso financiero.

Reality show "CALLE 7 - DOBLE TENTACIÓN"

Definición

Bajaña & Seminario, (2016) manifiesta que el “reality show con el paso del tiempo sigue la tendencia mundial de destinar cada vez mayores recursos, tanto materiales como monetarios para conseguir un mayor número de espectadores y por ende de auspiciantes” (p. 24)

Los reality show han alcanzado espacio y diversificación, en algunos casos tienen líneas argumentales, otros en la consecución de la fama como el baile, canto o arte de quienes participan, de igual forma en algunos realitys la supervivencia dentro de entornos hostiles, elegir una pareja sentimental y por último ser parte de un equipo para competir en distintos desafíos o deportes.

Con el paso del tiempo el género reality ha recibido más críticas que comentarios positivos, principalmente por parte de sectores conservadores, los cuales los atacan por la supuesta inmoralidad que presentan y por los sectores académicos.

Puesto que, según estos los realitys contienen altas dosis de vulgaridad, ausencia de propuestas narrativas coherentes y una comercialización excesiva; los realitys han incursionado tanto en la televisión y su audiencia que en algunos casos han sobrepasado en rating a los partidos de fútbol.

La realidad simulada una crítica al Reality Show

Bajaña & Seminario, (2016), considera a pesar de “los riesgos evidentes de intentar transformar la realidad en un espectáculo televisivo, los reality shows como una herramienta de éxito para conseguir ratings” (p. 13); esto se atribuye a tres características:

La hibridación: “Este aspecto se refiere a las diferencias que existen entre el reality show y los demás géneros televisivos; el formato del reality es una mezcla resultante

de la unión de muchos tipos de programas de manera novedosa” (Bajaña & Seminario, 2016, p. 15).

Existen programas que se combinan como es el documental, el melodrama, video clip, el informativo, el talk show, la transmisión en directo y los concursos, todos estos modelos desemboca en una fusión fluida, con el fin de conseguir un target alto.

La interactividad: “Aquí se detalla la relación que puede llegar a tener el público con un determinado programa, es así que los reality shows más exitosos cuentan con una teleaudiencia que participa activamente mediante la votación vía telefónica o en redes sociales” (Cucarella & Fernández, 2014, p. 39).

Esta característica lo que pretende el uso de todos los medios de comunicación que se puede utilizar, lo cual existe variedad en el público televidente y pueda ser vista desde diferentes perspectivas, donde también los comentarios son influyentes en las redes sociales y crea un enfrentamiento entre los fanáticos de los equipos de competencia.

El realismo: “Es la forma en la que el reality show presenta la realidad, este tipo de programa busca hacer sentir al público que mediante la pantalla está acudiendo al desarrollo de un acontecimiento real” (Bajaña & Seminario, 2016, p. 17).

El hecho de convivir a diario con gente conocida por su nombre, y cuyos síntomas interactivos se esparcen en abundancia sobre la pantalla del hogar induce al público a compartir su temporalidad, de un modo más inmediato y concreto de lo que ocurre en otros géneros, de esta manera los realitys tienden a ser más observados.

Influencia del Reality Show

Este tipo de programas contribuyen al desmejoramiento de los valores en los adolescentes, siendo la televisión un medio que provoca entretener y enviciar sin importar la generación de un ambiente decadente en la sociedad, sin tomar en cuenta que hay una pérdida de identidad.

La expansión de esta clase de programas a nivel mundial ha ocasionado que se creen nuevas fórmulas para poder generar entretenimiento; al ser la televisión una industria, esta depende del consumo de la audiencia para considerar un producto televisivo como éxito o fracaso.

Un programa de televisión puede ser visto sólo como entretenimiento, pero al ser sometido a un análisis más exhaustivo, el reality evoluciona como una forma de entretenimiento cada vez más denigrante, un ejemplo claro son los reality con escenas sexuales que han aparecido últimamente en países europeos. (Avilés, 2015, p. 67)

El televidente, no se pierde ni un capítulo de estos programas lo cual se siente identificados con lo que sucede en dicho reality, generando controversia y de esta forma buscan, entretenerse y hasta llorar con los participantes, en muchos casos han reemplazado a otras programaciones como son las telenovelas que presentan situaciones repetitivas, lo contrario de los reality que brindan factores sorpresa e inesperadas y por supuesto con la interactividad por medios de redes sociales y celulares para votar por uno o por otro participante.

Del Reality Show a la telebasura

“La televisión era un medio informativo, educativo, cultural y entretenido. Esto se ha ido desvaneciendo con el pasar de los años, el entretenimiento en televisión gira en torno a programas que usan el morbo y el escándalo como estrategia para atraer a la audiencia” (Salazar, 2016).

La mayoría de programas denominados telebasura son los más buscados por la audiencia en general, dichos programas transmiten contenidos triviales ya que no aportan conocimiento alguno para los televidentes.

La telebasura se ha convertido, en una fuente inagotable de morbo suficiente y necesario para realizar programas de costo bajo y con alta audiencia con beneficio económico muy importante para los canales que lo transmiten, tomando en cuenta que no generan ningún aporte cultural y son transmitidos en horarios más concurrentes, es decir, en la noche donde los televidentes tiempo más tiempo y apertura.

Según Salazar, D. (2016) menciona que “el incremento de los programas basura crece en función al número de cadenas televisivas vayan creándose y que compitan, en una lucha a muerte, por la audiencia, así como también en función al creciente número de horas al que se ven obligados a mantenerse activa” (p. 29)

La popularidad que tiene el reality show es gracias a la novela de cada episodio. En estos tipos de programas, los participantes tienen varios seguidores y los consiguen gracias al espectáculo que brindan en cada programa.

La telebasura se caracteriza por la exhibición a la vida privada e intimidad de las personas, además de un lenguaje chillón o grosero que suele ir acompañado de insultos.

Todo esto con la intención de convertir en espectáculo la vida de determinados personajes que, generalmente, se prestan a ser manipulados a cambio de conseguir popularidad televisiva.

Reality Show en el Ecuador

El reality show Gran Hermano fue uno de los más populares en el Ecuador, pero antes ya se estrenó un reality con un formato similar como era Popstar transmitido por Teleamazonas, quien marca un inicio en la tele realidad en el país, este reality fue una franquicia adquirida a Australia quienes apostaron al talento musical de los participantes.

La cadena televisiva teleamazonas transmitió la primera emisión de Popstar el 12 de enero del 2003, este programa tomaría el espacio estelar (19:30-20:00) de lunes a viernes. El programa duró tres meses y mostró a la audiencia ecuatoriana un nuevo formato de televisión.

Durante este tiempo, el rating del canal en ese horario rompió los niveles del rating que había tenido hasta ese momento. Este reality show llamó la atención del televidente porque mostraba paso a paso el desarrollo de las concursantes, y era una cosa nunca vista en el país.

Popstar se caracterizó porque desde que se presentaron las aspirantes, se mostró al público los sueños que tenía cada uno por convertirse en una artista (Cucarella & Fernández, 2014, p. 51).

Popstar estuvo al aire por tres meses y marcó el inicio de una banda llamada Kiruba y a partir de ahí generó una nueva forma de hacer televisión, con la aparición de este nuevo formato televisivo se empezó a adquirir otras franquicias que han sido aceptadas en el país con mucha expectativa y aceptación en el televidente.

Con programas de canto, baile y actuación, pero al pasar del tiempo tuvo un contraste en la audiencia quienes fueron aburriéndose ya que la mayoría de canales

transmitían lo mismo, pero con diferentes nombres, para crear mayor expectativa, empezaron a incluir a personajes reconocidos en la pantalla ecuatoriana.

Así fue como salió al aire, Bailando por un sueño, donde los concursantes tenían como pareja a un famoso y juntos buscaban conseguir el premio final.

Con el pasar de los años se incrementó la popularidad de estos programas entre los televidentes, pero aún no se sentían parte fundamental del reality. Es por esta razón que las cadenas televisivas se vieron en la obligación de crear una forma de comunicación directa, así que por medio de mensajes de texto podían apoyar a su participante favorito, es decir, el público se convertía en parte del jurado.

Ya con el paso del tiempo, las redes sociales lograron que exista un mayor vínculo con la audiencia y es así como los concursantes se convertían en personajes de pantalla. La popularidad que ganaron los concursantes se debió a que eran personas jóvenes y atractivas, o al menos así se mostraban ante la pantalla.

Este estereotipo se empezó a crear con la aparición de programas de competencia como “Combate”, “Calle 7”, “Soy el mejor”, “Atrevidos” y “Baila la noche”, los cuales son los más populares en la actualidad.

A pesar de la similitud que existe entre estos programas, cada uno se ha logrado posicionar entre las audiencias por el escándalo generado en cada emisión.

Salazar, D. (2016) asegura que Combate fue el primer reality show producido en el Ecuador por la cadena televisiva RTS, este programa concurso se basaba en la participación de 12 concursantes que se dividían en equipos de color naranja y azul. Durante su primera temporada, el canal tenían los niveles más altos durante prime time, sobrepasando en número de televidentes a novelas y noticieros que se transmitían en la competencia.

El éxito del programa hizo que cadenas televisivas de otros países se interesaran por comprar la franquicia de Combate, marcando una nueva historia en la producción nacional. El programa se vendió a Perú, Chile, Argentina y Costa Rica. (p. 39)

La atención por este tipo de competencias provocó que otros canales cambien su producción televisiva, además el éxito de “Combate” hizo que los canales aspiraran tener en su parrilla de programación algo similar.

Canales como Ecuavisa, Gama TV y Teleamazonas, seguían apostando al reality de talento, en su mayoría canto. Entre los más destacados se encontraban “Pequeños

Gigantes”, “Yo me llamo”, “La Voz”, “El artista”, entre otros. Al principio el canal transmitía una temporada del programa internacional y luego lo adaptaban con conductores y participantes ecuatorianas, sin embargo, la expectativa no era la misma, el interés se perdía y varios televidentes comparaban el nivel de producción de otros países con la nuestra.

El canal TC compro la franquicia del programa concurso “Calle 7” que tiene gran similitud con el reality “Combate”, pero gana audiencia porque no se trasmite en el mismo horario que su competencia. TC también destaca por otros realities como “Soy el mejor” y “Atrevidos” que ocupan el horario del prime time.

En los últimos años se han convertido en los programas más populares de la televisión ecuatoriana, pues sus participantes arman escándalo que traspasan el programa y llegan a ser parte de los titulares de la prensa rosa. Además, muchos críticos coinciden que el éxito también se debe a que existe una continuidad entre programas.

Calle 7

Al igual que en otros países, “Calle 7” se volvió uno de los programas con mayor franquicia y rating en Ecuador, logró ser tendencia en redes sociales a pocos días de su estreno.

Este programa de reality llegó al aire el 5 de noviembre del 2012 con el lema “La competencia es de verdad”, desde su estreno, el programa es conducido por Ronald Farina y Jaime Arellano. Al igual que el programa original, existen 12 participantes desconocidos los cuales se dividen en dos grupos: rojo y amarillo y compiten por un premio final.

Los participantes compiten de lunes a viernes en tres pruebas las cuales valen 100, 200 y 300 puntos y de esta manera se da a conocer quién es el ganador del día. Por otro lado, el equipo perdedor tenía automáticamente a uno de sus integrantes nominados. De esta manera se busca conocer a los cuatro nominados de la semana para la prueba de eliminación en donde se ve quien dejara el programa.

La primera temporada duró alrededor de cuatro meses, dejando como ganadores a Karin Barreiro y Ricardo Delgado. Luego del éxito del programa se produjeron 6 temporadas más, logrando posicionarse entre los reality shows más vistos del Ecuador, durante las 6 temporadas se ha mantenido el formato inicial, sosteniendo las siguientes secciones:

El Callejón: El callejón de Calle 7, revelará todo el tras cámaras del programa, videos exclusivos, entrevistas a los participantes de los más destacados momentos del día.

El programa se transmite de lunes a viernes a las 23:00 horas y es conducido por Lisette Cedeño, Marjorie Cevallos y Bianca Salame.

Docu 7: Muestra el día a día detrás de cámaras.

Nota humana: espacio en el cual se conoce la historia de vida de un respectivo integrante del elenco.

A.D.N. 7: más que una serie, la vida misma de los chicos del elenco.

Confesionario: espacio en el cuál los integrantes del elenco se confiesan frente a las cámaras y comentan sobre el desempeño de sus compañeros respectivo a la competencia y convivencia.

La chismosa: espacio en el cuál la chismosa revela los secretos de todos los participantes del elenco.

Yo lo viví: los integrantes tendrán que vivir un estilo de vida o una deficiencia por un día completo.

Pasarela 7: sección dedicada a mostrar distintos diseños modelados por las integrantes del programa.

Las Buscadoras: sección donde Isabel Menstanzá y Julia Mamónova salen a las calles a buscar a hombres guapos.

Circo Calle 7: espacio en el cual se muestra lo mejor de las funciones realizadas por los participantes en el circo del programa.

Los Buscadores: sección donde Antonio Abril y Stefano Navas salen a las escuelas a buscar a niños para el programa. (Quevedo, 2013)

En la actualidad, el reality mantiene el mismo horario y secciones e inclusive ciertos participantes se mantienen en las temporadas que se han transmitido.

Al igual que en la versión original, “Calle 7” Ecuador también cuenta con el dual, que es emitido de manera virtual a través de la web de TC Televisión de 16:45 a 19:05 horas. Comenzó sus transmisiones el 5 de noviembre de 2012 y se transmitió oficialmente a todo Ecuador en vivo por Calle 7, convirtiéndose así en el primer

programa en emitir de manera dual y en vivo mediante televisión e Internet de televisión en Ecuador, donde los participantes interactúan con los televidentes.

Dicho dual fue conducido por Cinthya Coppiano durante la primera y segunda temporada; posteriormente fue conducido por Lissette Cedeño, después lo hizo Mario Vélez, que fue participante de la primera temporada y durante la quinta temporada, fue animado por Juan Carlos Palma y Andrea Chica. A partir de la sexta temporada es animado por Fernanda Gallardo y luego vuelve a ser conducido por Lissette Cedeño.

El dual permitió que la interacción con el público sea más visible, además que el televidente podía ver las reacciones de los participantes después de que las cámaras se apagaran.

“Calle 7” fue el primer programa pionero en el uso de la tecnología, con la implementación del dual, la misma que brinda un contenido diferente a lo que el televidente ve en su pantalla.

Salazar. D. asegura que “Calle 7” es uno de los programas más populares del país. La mayoría de los nuevos talentos de pantallas han salido después de haber sido participantes. Sin embargo, varios críticos coinciden en que este programa es seguido por la cantidad de contenido telebasura que produce. Y algunos televidentes coinciden que con el paso de las temporadas el reality dejó de ser una competencia para transformarse en espacio de escándalo.

Pues durante los últimos programas se han visto envueltos varios conflictos entre concursantes por inconformidades con la producción o por externos.

Estos pequeños conflictos que se forman alrededor de los concursantes trascienden la pantalla y se vuelven populares en las redes sociales; ya que, por esta vía de comunicación, los televidentes son capaces de dar su opinión sobre el asunto. (p. 65)

A diferencia de otros realitys en el país, este programa se caracteriza por tener como participantes a personajes ya reconocidos en la pantalla, lo que duplica el número de seguidores por la trayectoria que ya han tenido.

Además, durante las seis temporadas, han llegado campeones de “Calle 7” de países como, Perú y Chile, quienes en su momento vinieron a retar a los participantes de Ecuador.

“Calle 7” no rompe con las reglas estrictas del reality show, ya que durante sus emisiones siempre deben estar incluidos los temas que generan opinión como romance y peleas.

El programa dura dos horas, con cortes comerciales, pero más de la mitad de tiempo se va en la exposición y solución de problemas, en donde los presentadores actúan de mediadores entre los participantes hasta que logren solucionar sus conflictos.

Estos escándalos se ven acompañados de videos o fotos, los cuales ayudan a que la situación se ponga más tensa dentro del estudio. También el efecto sorpresa juega un papel importante en la producción de contenidos, pues el romance entre participantes siempre va a llamar la atención del público. (Benalcázar, 2015, p. 78)

El reality, es uno de los formatos más producidos actualmente alrededor del mundo por la gran acogida que tiene entre las audiencias.

Además, es uno de los formatos que tiene bajo costo al momento de su producción, pero genera mayores ingresos por su alto número de rating. También hace un acercamiento a “Calle 7”, identificando algunas características de este y analizando la construcción general del programa.

Doble Tentación

Para quienes no lo han visto, se trata de un programa televisivo donde sus concursantes tienen que enfrentar todo tipo de pruebas sin traicionar a sus parejas, cada uno de los que componen la relación amorosa tendrá que resistirse a los encantos de una persona puesta solo con la intención de hacerlos/as caer en la infidelidad. La primera emisión tuvo lugar en enero de este año y para la fecha abundan en la red de redes titulares al estilo de: Lisandra y Leandro se lo montan en la piscina» o «Pelea entre Oriana y Luis por Alex. (Díaz, 2016)

En este reality show el sexo constituye el eje central, un ingrediente que hace rato la industria cultural probó que funcionaba. Al lujo de las casas y escenografías muchas de ellas en ambientes naturales, se suma la espectacularidad conseguida desde las más diversas formas y el chismorreo de temas íntimos, junto a peleas, malas palabras, chantajes, etc.

Sin duda, uno de los objetivos del programa más allá de hacer mucho dinero, es demostrar que todos ceden a las tentaciones y que la fidelidad puede ser un valor pasado de moda o una postura hipócrita ante la vida, lo cual no tiene nada de enseñanza y ningún tipo de valor ante la sociedad.

Competencias: El reality show se basa en competencias en las cuales se prueba la fuerza, velocidad, habilidad, equilibrio, etc.

Para hacer pruebas de estas, se conforman cuartetos, identificados con un color, y se batan en competencias para no eliminar a uno de sus integrantes y permanecer en "La casa del puente" y "La casa del árbol"

Casting: El casting para definir a los veintiocho integrantes de la experiencia comenzó en el mes de noviembre de 2016, a diferencia de otros programas del estilo, esta vez no hubo casting vía internet, sino que la selección de participantes se hizo de manera secreta e interna en la producción.

Los concursantes están divididos en un grupo de personajes conocidos y otro de anónimos. (Godoy, 2014)

Todos los participantes entran predispuestos, sobre todo los solteros, dispuestos a acabar con las siete parejas. Cada pareja cuenta con dos tentaciones, una para el hombre y otra para la mujer. No sólo el programa se encarga de retar a las parejas con diferentes juegos o fiestas, los solteros saben para lo que han sido contratados y conocen a la perfección su papel. Esto desata la ira de las parejas y crea grandes conflictos entre los concursantes, como se ha podido ver en los primeros capítulos del reality.

Duras, pruebas físicas

Gupinez, D. (2016), manifiesta que “En el reality Doble Tentación, el amor no lo es todo, si quieren permanecer en el concurso el mayor tiempo posible los participantes tienen que enfrentarse a la opinión de sus compañeros, a la del público, que elige a sus favoritos, y a unas inmejorables pruebas que poca envidia pueden tener y mucho menos a las del Supervivientes español, al que deja en pañales” (p. 23).

Las competencias físicas que pueden ser individuales, por parejas, tríos o cuartetos y que cuentan con unos circuitos de una complejidad, que mantiene al público pegado a la pantalla. No todos los concursantes son capaces de superarlas y por ende quieren abandonar el programa.

Un entorno que atrapa

Doble Tentación se graba en Calera de Tango, donde cuenta con dos espectaculares casas, amplios jardines y una gran piscina. La producción del reality ha echado el resto y ha tenido una gran idea que sin duda juega a favor de los solteros. La casa del árbol y la casa del puente están conectadas por una pasarela que de noche se abre, consiguiendo que nadie pueda atravesarla para llegar a la otra casa. Cada miembro de la pareja duerme en una casa y comparte cama con su tentación.

Otro punto fuerte son las duchas, con cristales totalmente transparentes y en el centro de las casas. Donde se aprovecha el calor del verano chileno para que los concursantes se vean y los veamos sin ropa y luciendo sus cuerpos. (Gupinez, 2016, p. 11).

Dejando de esta manera, fluir pensamientos sexistas o sexuales de los adolescentes, ya que muestran puntos estrategicos para que los televidentes sigan observando estos programas, llegando asi aun target mas elevado.

Fundamentación Teórica de la Variable Independiente

Comportamiento humano

Definición

Jiménez, R. (2014, puntualiza que “El comportamiento humano es el conjunto de actos exhibidos por el ser humano y determinados por la cultura, las actitudes, las emociones, los valores de la persona, los valores culturales, la ética, el ejercicio de la autoridad, la relación, la hipnosis, la persuasión, la coerción y la genética (p. 48).

El comportamiento humano desde los inicios de su historia se ha tratado de estudiar y comprender, esto para tratar de aprovechar sus características en el desarrollo de actividades o mejorarlo para permitirle al mismo vivir de una mejor manera, ya sea observando sus fortalezas, mejorando esos aspectos y tratar de disminuir las debilidades aumentando la atención en los puntos en los que generalmente el ser humano suele fallar. (Soto, 2014)

Se consideran que el comportamiento humano, es algo muy complicado, sin embargo, no lo es, puesto que desde sus inicios el ser humano ha demostrado su interés de aprender sobre lo que lo rodea y aprovecharlo para su beneficio y comodidad.

Si bien el ser humano es curioso, también es creativo, al inventar toda una serie de formas para comunicarse, desde el lenguaje por señas, el escrito, incluso el oral, entre otras muchas más cosas que ayudaron a facilitar la vida del ser humano, así como su supervivencia.

Importancia

Cuando el niño o niña empieza a dejar la infancia para convertirse en preadolescente, empezaran cambios físicos y psicológicos, que drásticamente irán en torno a su

comportamiento humano, ya que la etapa de cambio genera la entrada a un nuevo modo de pensar, se viven situaciones muy diferentes que en los primeros años de vida.

El comportamiento de la persona, así como de otros organismos e incluso mecanismos), cae dentro del rango de lo que es visto como lo común, lo inusual, lo aceptable y por fuera de los límites aceptables. En sociología el comportamiento es considerado como vacío de significado, no dirigido a otro sujeto y por lo tanto una acción esencialmente humana. (Alarcon, 2013, p. 56)

El comportamiento humano no puede confundirse con el comportamiento social que es una acción más desarrollada y que está dirigido a otro sujeto. La aceptación del comportamiento, es relativamente evaluada por la norma social y regulada por diferentes medios de control social.

El comportamiento de la gente es estudiado por las disciplinas académicas de la psicología, la sociología, la economía, la antropología, la criminología y sus diferentes ramas. Relación con su entorno: el hábitat del hombre no adaptación sino transformación.

Factor importante en el comportamiento humano

Alarcón, D. (2013) manifiesta que “Un factor de mucha importancia en el comportamiento humano, social e incluso en la vida diaria es la psicología, que es la ciencia de la vida mental, tanto de sus fenómenos como de sus condiciones (p. 59)”.

Los fenómenos son lo que llamamos sentimientos, deseos, cogniciones, razonamientos, decisiones y cosas similares; consideradas superficialmente, es tal su variedad y complejidad que deja una impresión caótica al observador.

Sin una mente saludable y estable no puede haber un comportamiento sano y estable, por tal razón la salud mental influye mucho en el comportamiento humano.

El comportamiento como un aspecto social

El comportamiento, es un aspecto social de la conducta humana, de tal modo que, el comportamiento social puede ser definido como el conjunto de pautas de conducta que organizan la relación entre los individuos que conforman un grupo, el modo de actuación de éste, en su globalidad, con respecto al medio en el que habita, existiendo una finalidad de carácter adaptativo que le convierte en una de las claves esenciales del proceso evolutivo, al estar constantemente sometido a la variación de los criterios selectivos y, por tanto, a los selectores directos del cambio. (Benalcázar, 2015, p. 23)

Las prácticas culturales usualmente tienen una gran influencia en diferentes tipos de comportamientos sociales. Este fenómeno de prácticas culturales se origina cuando el repertorio de dos o más individuos crea una unidad duradera que posee la posibilidad de durar más allá del tiempo de esos individuos.

Las prácticas que se pasan de generación en generación por décadas, pasando por un proceso evolutivo a nivel cultural, son las que más influencia tienen en nuestra realidad. Esto hace que en estas prácticas culturales el comportamiento de una persona influya en el comportamiento de otra persona que influye a la otra persona como una concatenación de acontecimientos. Esto crea la misma estructura cultural que se construye por los diferentes comportamientos de la sociedad.

Personalidad

Definición

La personalidad está inmersa en el campo de la psicología la cual puede ser explicada de varias corrientes, primero ayuda a conocer a la persona su forma de actuar, pensar, sentir y desenvolverse en su entorno, es decir que la personalidad establece al individuo, el objetivo al definir la personalidad es que reúne varias características individuales siendo esto lo que hace a las personas diferentes de las demás.

La personalidad es un esquema único de pensamientos, sentimientos y conductas del individuo que persisten a través del tiempo y de las situaciones que se le van presentando en el diario vivir, son características únicas que hacen que una persona se distinga de las demás, en otras palabras, designa la congruencia de quienes somos, hemos sido y seremos. Es la suma de las maneras de actuar, pensar y sentir que nos hace típicos y diferentes a todos los individuos, además se ve influida a cada momento por el aprendizaje realizado, por el ambiente y por el estado anímico; en conclusión, la personalidad viene a ser la carta de presentación de un individuo a la sociedad. (Villacis, 2015, p. 23)

La personalidad, es la que establece un carácter, temperamento e intelecto de una persona que determina su adaptación única al ambiente.

Componentes de la personalidad

Temperamento: El temperamento relacionada con la herencia de comportamientos de las generaciones pasadas son parte de una personalidad que más adelante posee otras influencias como las del ambiente, que desde luego poseen su participación.

“La personalidad está compuesta por el temperamento (lo orgánico o personalidad fisiológica) y el carácter, el modo de reaccionar de cada individuo” (Quintanilla, 2013, p. 71).

Existen además otras definiciones y acercamientos que enriquecen la definición del temperamento, de suma importancia al hablar de la personalidad, el temperamento se considera como una predisposición heredada, y por ello, difícil de modificar.

Carácter: El carácter se refiere al comportamiento conativo de la persona, es decir su voluntad, actos que se realiza con absoluto consentimiento o en plena conciencia, estas características tienen una mayor influencia del ambiente, es decir son parte del aprendizaje; este carácter nos diferencia de nuestros semejantes y es el resultado del aprendizaje social y se moldean con la educación; las cuales están relacionadas con los hábitos de cada individuo y la forma en la que reacciona frente a las experiencias.

El carácter no es algo que se traiga desde el seno materno, sino que se ve afectado claramente por el medio ambiente, la cultura y el entorno social donde cada persona se forma, este se desarrolla totalmente al culminar la infancia, y no está solo determinado por la personalidad; el aprendizaje, el ambiente o los estados anímicos condicionan nuestra manera de actuar en ciertos momentos. (EPAASF, 2013)

El carácter, por otra parte, es la manifestación externalizada de forma de ser, el ambiente, modelos de crianza, toman su parte en este componente de la personalidad, aunque existen influencias positivas y negativas, el carácter toma partido considerable en este espacio.

Rasgos de personalidad

Los rasgos de personalidad son patrones constantes en las formas de percibir, relacionarse y pensar sobre el entorno y sobre uno mismo que se ponen de manifiesto en una amplia gama de contextos sociales y personales, estos sólo se constituyen en trastornos de la personalidad cuando son inflexibles y desadaptativos y cuando causan un deterioro funcional significativo o un malestar subjetivo.

Comportamiento social

Definición

El comportamiento social abarca un número de términos sociales y áreas de estudio. Por ejemplo, incluye aspectos psicológicos de cómo los seres humanos se relacionan y responden el uno al otro, lo que es un área de interés para los psicólogos sociales. También incluye áreas como la interacción social y las influencias que se pueden

alcanzar a través de los tipos de comportamiento social, y el estudio de estos aspectos es de interés para los sociólogos e investigadores del comportamiento. (Whitmore, 2014)

Es la manera como se porta o actúa un individuo en el medio social, es el proceder que tienen las personas ante los diferentes estímulos que reciben del entorno en el cual se desenvuelven como la cultura, actitudes, emociones, valores; y por las necesidades personales como necesidades fisiológicas, de seguridad, de estima para lograr una autorrealización

Características

Este puede ser consciente o inconsciente, voluntario o involuntario, público o privado, según las circunstancias en que se encuentren las personas que conviven en dicha comunidad, los comportamientos sociales de todo individuo es parte de una buena comunicación interpersonal.

La conducta se presenta en un determinado contexto ambiental, donde los integrantes presentan características específicas y este actúa o responde a determinada situación.

El núcleo familiar es el principal motor impulsor de transmisión de normas y valores sociales; patrones fundamentales de socialización. (Escalante, 2013)

No todo contacto entre los seres humanos consiste en el comportamiento social. El punto de diferenciación entre, lo que es y no, es el comportamiento social es si cada parte percibe como la otra persona o personas piensan y perciben.

Interacción social

La socialización sólo se presenta cuando la coexistencia aislada de los individuos adopta formas determinantes de cooperación y colaboración que caen bajo el concepto general de la acción recíproca. En la interacción social los individuos se influyen mutuamente y adaptan su comportamiento frente a los demás. Las interacciones sociales se dan cuando dos o más personas se relacionan entre sí. Cada individuo va formando su identidad específica en la interacción con los demás miembros de la sociedad en la que tiene que acreditarse. (Oña, 2015, p. 34)

Los seres humanos establecen relaciones con los demás por medio de interacciones que pueden calificarse como procesos sociales.

La comunicación es fundamental en toda relación social, es el mecanismo que regula y, al fin y al cabo, hace posible la interacción entre las personas. Y con ella, la existencia de las redes de relaciones sociales que conforman lo que denominamos sociedad. La interacción social es el fenómeno básico mediante el cual se establece la

posterior influencia social que recibe todo individuo. Estas son las relaciones básicas estudiadas por la Psicología social (1987):

Relaciones persona-persona

Interacción social: existe influencia mutua entre dos personas.

Relaciones persona-grupo

Conformidad: la persona recibe influencia del grupo

Liderazgo: la persona influye sobre el grupo

Relaciones grupo-grupo

Conflicto (generalmente motivado por la competencia)

Cooperación.

Las relaciones intrapersonales pueden ser

Relaciones directas “decisión cognitiva seguida de acciones concretas: he decidido que es mejor para mí, dejar a mi novio y yo le dije eso”, o la decisión afectiva, seguido de una acción expresiva: "Amo a mi novia y yo siempre le demostrare eso” (Madero, 2013).

Relaciones cruzadas decisión cognitiva, seguido de una acción expresiva: “Hoy he decidido que es mejor para mí romper con mi novia, pero mañana creo que voy a aparecer en la puerta de su casa para decir que la amo”, o la decisión afectiva seguido por la acción práctica: “Yo amaba a mi novio y siempre quería estar con él, pero finalmente lo dejé ir, porque era mejor para nosotros dos”. (Madero, 2013)

La conducta social, depende de la influencia de otros individuos y la interacción social es una de las claves de este proceso. Si la conducta social es una respuesta al estímulo social producido por otros, incluidos los símbolos que ellos transmiten, la interacción social puede ser concebida como una secuencia de relaciones estímulo-respuesta.

Las habilidades sociales

La comunicación con los demás es algo necesario, a través de ella manifestamos nuestras necesidades, deseos y sentimientos. Pero, ¿somos habilidosos a la hora de comunicarnos con los demás?

Las habilidades sociales son un conjunto de conductas necesarias que nos permiten interactuar y relacionarnos con los demás, de manera efectiva y satisfactoria. La cultura y las variables sociodemográficas resultan ser imprescindibles para evaluar y entrenar las habilidades sociales, ya que dependiendo del lugar en el que nos encontremos, los hábitos y formas de comunicación cambian. Además, resultan ser conductas aprendidas, esto quiere decir, que no nacemos con un repertorio de habilidades sociales, sino que, a lo largo de nuestro crecimiento y desarrollo, vamos incorporando algunas de estas habilidades para comunicarnos con los demás. (Muñoz, 2015, p. 34)

El hecho de poseerlas evita la ansiedad en situaciones sociales difíciles o novedosas, facilitando la comunicación emocional, la resolución de problemas y la relación con los demás y de esta forma establecer parámetros que ayuden a la persona a satisfacer sus necesidades y solucionar sus problemas sin perjuicios.

Importancia de las habilidades sociales

Como podemos observar, el tema de las habilidades sociales se encuentra presente en nuestra vida diaria, ya sea tanto por la presencia de éstas como por su ausencia, tanto en ambientes familiares, laborales como entre amigos. Aprender y desarrollar estas habilidades en uno mismo es fundamental para conseguir unas relaciones óptimas y satisfactorias con los demás.

Son numerosos los beneficios que obtendremos con su puesta en práctica, como conseguir que no nos impidan lograr nuestros objetivos, saber expresarnos y tener en cuenta los intereses, necesidades y sentimientos ajenos, obtener aquello que queremos, comunicarnos satisfactoriamente con los demás y facilitar una buena autoestima, entre otros.

Tipos de habilidades sociales

Existen dos tipos de habilidades sociales, unas básicas y otras más complejas, siendo necesario el aprendizaje de las primeras para desarrollar las segundas. Cada situación demandará unas habilidades u otras, dependiendo de las características y dificultad de las mismas.

Las habilidades básicas incluyen saber escuchar y hacer preguntas, dar las gracias, iniciar y mantener una conversación, presentarse, saber despedirse, hacer cumplidos, elogiar, etc.

Habilidades complejas incluyen conductas como saber disculparse y pedir ayuda, admitir la ignorancia, afrontar las críticas, convencer a los demás, etc. (Cardenas, 2013)

Por otro lado, cuando nos resulta difícil pedir un favor, nos quedamos sin saber que decir, no somos capaces de comunicar lo que sentimos, nos resulta complicado realizar actividades sencillas o cuesta hacer que nos entiendan, en ese momento, presentamos una carencia en relación a las habilidades sociales. Algo que, con práctica y motivación, podemos poco a poco ir evitando.

Comportamiento

Definición

El comportamiento es la manera de comportarse (conducirse, portarse). Se trata de la forma de proceder de las personas u organismos frente a los estímulos y en relación con el entorno. Es importante y fundamental establecer el que todo comportamiento está influenciado por una serie de elementos. En concreto, se estipula que aquel estará marcado tanto por la cultura que tenga la persona en cuestión como por las normas sociales existentes en su entorno o la actitud que presente en todo momento. (Arteaga, 2014, p. 21).

No obstante, no menos relevante es el hecho de que el comportamiento de cualquier ciudadano también está influenciado por sus creencias y por la genética. Elementos todos ellos que también influirán en mayor o menor medida en la acción de una persona en función de la edad que tenga.

Modos de comportamiento

Existen distintos modos de comportamiento, de acuerdo a las circunstancias en cuestión.

El comportamiento consciente: es aquel que se realiza tras un proceso de razonamiento. Un ejemplo de este tipo de comportamiento es, saludar a un conocido cuando lo vemos en la calle.

El comportamiento inconsciente: se produce de manera casi automática ya que el sujeto no se detiene a pensar o a reflexionar sobre la acción (como rascarse tras una picadura de mosquito).

El comportamiento privado: tiene lugar en la intimidad del hogar o en soledad. En este caso, el individuo no está sometido a la mirada de otras personas.

El comportamiento público: se desarrolla frente a otros seres humanos o en espacios compartidos con el resto de la sociedad. (Arteaga, 2014, p. 21)

La conducta en los adolescentes, está formada por patrones de comportamiento estables, mediados por la evolución de cada uno de las programaciones que se presentan a los televidentes. Esta conducta se manifiesta a través de sus cualidades

adaptativas, dentro de un contexto o una comunidad. Es un indicador observable, físico de los procesos internos del individuo.

Problemas de comportamiento

Los problemas de comportamiento como un problema principal de carácter dinámico y progresivo a nivel escolar se pueden presentar de dos formas.

Adolescentes inadaptados: son aquellos que ya presentan problemas en su comportamiento de conducta, sea en clases con sus compañeros o con los profesores. Y pueden pertenecer a cualquier centro o clase social, con estos niños se debe seguir una labor de recuperación e integración social en el grupo, para corregir sus problemas de comportamiento.

Jóvenes de riesgo: en este grupo incluimos aquellos que, aunque no presentan problemas de comportamiento, pueden llegar a presentarlos porque sus condiciones socio ambientales le induzcan. Con este grupo se debe realizar una labor preventiva y de educación de tipo compensatorio, que equilibre sus desigualdades sociales. (Arteaga, 2014, p. 28)

Se debe tomar en cuenta que, muchos problemas de comportamiento son por pensamientos erróneos que tiene el joven u adolescente y que constituye la base de muchos de sus problemas de comportamiento emocional y conductual. El adolescente de igual manera con un comportamiento disruptivo no pone en práctica las habilidades necesarias que se requieren para el aprendizaje escolar.

Factores que intervienen en los problemas de comportamiento

El problema de comportamiento se acentúa en toda clase social, ya que son varios factores que intervienen, entre los cuales se puede citar los siguientes:

Problemas o causas sociales

- El hecho de vivir en un medio sociocultural pobre, ya sea en una zona urbana o rural puede dar lugar a problemas de comportamiento en el ámbito escolar.
- En el caso de las zonas urbanas de las grandes ciudades, los jóvenes están en contacto directo con los problemas de drogadicción, alcoholismo, marginación social del entorno. Por lo que sus vivencias sociales son muy diferentes a los modelos de sociedad que le muestra el currículo escolar. (Arteaga, 2014, p. 21)

El convivir e interactuar con distintas personas, hace que los adolescentes tomen en cuenta en cierta parte a la clase social a la que pertenece, ya que los jóvenes de zonas rurales, toman un cierto de riesgo, de que exista problemas por su educación o por los diferentes valores que recibieron en su entorno.

Causas familiares

Los niños pueden presentar problemas de comportamiento por carencia afectiva en su medio familiar, lo que puede ser producido por:

- Familias conflictivas
- Nivel económico bajo
- Gran número de hijos
- Desinterés familiar
- Desintegración familiar

En los conflictos de separación conyugal, son los hijos los que sufren y pueden tener problemas de comportamiento y conducta en su entorno con las demás personas o compañeros de clase.

Causas personales

Niños que son hiperactivos y carecen por falta de atención, por parte de padres de familia y llegan a tener un comportamiento inapropiado.

Causas escolares

- No existen planes de integración escolar.
- El profesorado no sabe realizar la acción tutorial de los estudiantes con problemas de comportamiento.
- El profesorado no conoce técnicas de trabajo.
- Los demás adolescentes discriminan a los niños con problemas de comportamiento.
- Las relaciones entre familia y escuela no son frecuentes y existen contradicciones entre padres y escuela. (Arteaga, 2014, p. 21)

En la institución, a los estudiantes desde su ingreso les enseñan capacidades ciudadanas, que son un compendio de actitudes valores, derechos, deberes y obligaciones. Si los adolescentes toman en cuenta cada una de sus responsabilidades, se formará en ellos construir una realidad de respeto y un poder de conducta adecuado.

Tipos de comportamiento

Existe tres grupos de comportamiento entre ellos: el comportamiento Pasivo, Agresivo y el seguro o Asertivo.

Comportamiento Agresivo

Es el comportamiento natural a como el niño responde a lo que se percibe como una agresión con otra habitualmente verbal, más o menos clara. Quizá una ironía o un sarcasmo, no suele ser eficaz, al menos a largo plazo no facilita las relaciones con los demás, si la persona expresa sus necesidades, sus pensamientos y sus sentimientos de un modo que humille o someta a los demás, o que ignore los derechos de éstos, está actuando agresivamente. Se están expresando los sentimientos y deseos, pero de una manera negativa u hostil. (Carrasco, 2013, p. 48)

El comportamiento agresivo algunas veces de los adolescentes intenta humillar o dominar a la otra persona, física o emocionalmente. La persona agresiva trata de quedar por encima de la otra persona, a este tipo de personas no les importan los demás, lo primordial es conseguir hacer su voluntad y no importa por encima de quien hay que pasar. Igualmente, si el líder es manipulador, en este caso el padre de familia, está actuando agresivamente. lo más probable es que provoque en los demás confusión, desconfianza o resentimiento.

Su actitud supone:

- Ignorar los sentimientos de los demás; asumir la postura que sostiene: "Tengo la razón".
 - Querer ganar, aunque sea a costa de la relación, cosa que no le preocupa.
 - Utilizar la misma agresividad para controlar la situación.
 - Intentar manipular, si es que no posee fuerza suficiente para dominar.
- (Carrasco, 2013, p. 48)

El comportamiento inapropiado en los adolescentes es asumir la conducta inadecuada, complaciendo sus caprichos y de esta manera fortaleciendo su ego de dominante ante la situación.

Comportamiento Pasivo.

Es el comportamiento aprendido, lo que hemos recibido, mensajes y valores múltiples que recibimos desde pequeños: "No te enfrentes al profesor", "No te enfrentes al poder", "No te enfrentes al jefe".

El comportamiento pasivo es aquel que en sociedad parece someterse, sin apenas oposición a la voluntad de los demás. (Carrión, 2014, p. 29)

Actuar de manera condescendiente o pasiva supone no expresar las propias necesidades, los pensamientos y sentimientos. Implica ignorar los derechos propios para permitir que los demás impongan sus deseos ante una situación.

El comportamiento pasivo supone:

- Ceder ante las expectativas y los puntos de vista de los demás, para evitar los conflictos.
- Acabar siempre en una situación de pérdida.
- No mostrar enfado abiertamente.

Comportamiento Asertivo

“Es el comportamiento más eficaz. Defender los derechos, las opiniones propias, con calma, pero con firmeza. Ser asertivo significa ser capaz de relacionarse con los demás de igual a igual. Sin sentirse ni por encima, ni por debajo”. (Carrión, 2014, p. 29).

El estudiante es indefenso involuntariamente y por instinto de supervivencia, resulta con frecuencia agresivo. Lloro cuando tiene hambre, sed o cualquier otro problema. Actúa con libertad, libertad que arrebatada a los que lo rodean, obligados a estar siempre pendientes de él, y esta forma de reaccionar ante situaciones desagradables o molestas. Lógicamente, se desconoce los derechos y las necesidades de los demás, mientras el adolescente siga con una actitud de dominación.

Hipótesis

H₁: Los programas de reality “Calle 7” – “Doble Tentación” influye en el comportamiento de los estudiantes de Décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar.

H₀: Los programas de reality “Calle 7” – “Doble Tentación” no influye en el comportamiento de los estudiantes de Décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar.

Señalamiento de variables

Variable Independiente: Reality "Calle 7 – Doble Tentación"

Variable Dependiente: Comportamiento

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la investigación

El presente proyecto fue guiado por un paradigma crítico- propositivo, es decir, un modelo critico porque colabora de manera activa al problema planteado, a través de análisis y discusiones continuas de los sujetos y esto conlleva a interpretar, comprender y a dar una explicación de los resultados.

Propositivo: ofrece una alternativa de solución a través de una investigación, sus resultados fueron sometidos a un análisis y estos a la vez, son sustentados por el marco teórico.

Cuantitativo: se recabará información que será sometida a análisis matemático, donde se recogerá cuadros estadísticos que nos servirán de respaldo.

Cualitativo: porque la siguiente investigación recogerá cada uno de los detalles encontrados durante el tiempo, estos resultados porcentuales pasarán a ser criticados y se trabajará directamente con los involucrados en este caso son los periodistas del medio realizándoles las preguntas respectivas.

Modalidad básica de la investigación

De campo:

La investigación de campo para Rojas (2012), “es el conjunto de actividades dirigido a recopilar información empírica sobre un aspecto o problema específico de la realidad. Para ello se utilizan técnicas e instrumentos adecuados y precisos que permiten captar datos objetivos del mundo materiall (p. 179).

La modalidad en cambio permite un acercamiento al problema de estudio, pero con los actores de la comunidad educativa, a través de la recopilación de información de conocimientos, experiencias e información que tienen padres y docentes sobre las

estrategias de comunicación ejecutadas, evaluando a través de indicadores cuantificados, y análisis con la participación activa del grupo de estudio.

Documental y bibliográfica:

La investigación bibliográfica según Méndez & Astudillo (2013) desempeña un papel prioritario en la relación entre el conocimiento y la información, ya que en atención a ella, se procesa información para crear conocimiento y transformarlo en nueva información dentro de un proceso de comunicación; formándose una espiral del conocimiento (p. 16)

Esta modalidad ayuda a la conceptualización, categorización de las variables estudiadas a través de datos e información obtenidos de fuentes bibliográficas y linkográficas de autores expertos en la temática de comunicación para el desarrollo y gestión de riesgos de desastres, obtenidos de libros, revistas, manuales, estudios nacionales e internacionales, tesis, monografías, donde se han tratado las variables en base a la experiencia y conocimientos de los autores.

Nivel o tipo de investigación

Investigación descriptiva

Para Tamayo (2014) la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta” (pág. 46).

Este tipo de investigación, facilitará el análisis e interpretación de los resultados obtenidos durante la recolección y revisión de datos obtenidos con estudiantes y docentes que se van a encuestar. Además, ayuda al diagnóstico situacional del problema a través de observar la realidad, estableciendo causas, efectos, las características de la población de estudio, en la Unidad Educativa Bolívar de la parroquia La Matriz del cantón Ambato provincia de Tungurahua.

Investigación correlacional

Según Schunk (1997) menciona que la investigación correlacional “se ocupa de explorar las relaciones entre variables. Una ventaja de la investigación correlacional

es que ayuda a clarificar relaciones entre variables, y sus hallazgos suelen indicar vías de exploración para el futuro” (p. 5).

Este tipo de investigación permite en el presente trabajo, la asociación y relación entre las variables de estudio, determinando cuanto influye las estrategias de comunicación, para inicialmente analizar la realidad, y comprobar estadísticamente la hipótesis establecida en base a los datos logrados en el estudio de campo.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población, son los estudiantes, padres de familia y docentes de décimo año de educación básica de la Unidad Educativa Bolívar de la parroquia La Matriz del cantón Ambato provincia de Tungurahua, para lo cual se seleccionaron los siguientes:

Unidades de observación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiantes Décimo curso	85	66%
Padres de familia	40	32%
Docentes	3	2%
Total	128	100%

Tabla N° 1: Población

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Muestra

Se calcula la muestra cuando esta corresponde a un gran número de sujetos de estudio, para poblaciones pequeñas no es necesario por lo cual se trabajó con la totalidad de la población, 85 estudiantes, 40 padres de familia y 3 docentes de los décimos años de la Unidad Educativa Bolívar de la parroquia la matriz del cantón Ambato.

Variable Independiente: Comportamiento

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
El comportamiento se encuentra ligado a distintos tipos de conductas observables de carácter consciente o inconsciente, voluntario o involuntario, público o privado, que tiene una persona con relación a su entorno o mundo de estímulos, donde incluye la conducta asocial, conducta para social y la conducta Antisocial	Conducta asocial	<ul style="list-style-type: none"> Carece de normas sociales. Poca comunicación. Distorcionamiento de relaciones interpersonales 	<p>¿Usted respeta normas sociales en grupo?</p> <p>¿El nivel de comunicación con tus padres lo consideras buena?</p> <p>¿Las relaciones sociales con sus padres y con el sexo opuesto las consideras buenas?</p>	<p>Técnica</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p>
	Conducta para social	<ul style="list-style-type: none"> No se relaciona con lo social No tiene aceptación de los valores creados por la colectividad. No realiza el bien común. Destruye sus valores fundamentales 	<p>¿Cuándo se realizan actividades en grupo dentro del aula, siempre tratas de involucrarte en las mismas?</p> <p>¿Te consideras una persona que acepta los valores establecidos por la sociedad?</p> <p>¿Consideras tu que realizar el bien común es indispensable en el diario vivir?</p> <p>¿Practicas valores fundamentales como el respeto hacia tus compañeros en tu vida estudiantil?</p>	
	Conducta antisocial	<ul style="list-style-type: none"> Ataca normas de convivencia Mala Conducta 	<p>¿Respetas los reglamentos dentro de la institución?</p> <p>¿Has tenido alguna vez problemas de conducta dentro de la institución educativa?</p>	

Cuadro N° 2: Operacionalización de variables: Comportamiento
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Técnicas e Instrumentos

Encuesta. -Aplicada a los estudiantes, padres de familia y docentes de décimo año de la “Unidad Educativa Bolívar” de la ciudad de Ambato, la cual fue aplicada con el objetivo de recolectar información sobre las variables de estudio.

Entrevista. - Aplicada a las docentes de los décimos años de la Unidad Educativa Bolívar.

Preguntas básicas	Explicación
1.- ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos propuestos para la investigación.
2.- ¿De qué personas?	Estudiantes de la institución
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Reality Show “Calle 7” – “Doble Tentación” y el Comportamiento
4.- ¿Quién lo realizara?	Carmen Elizabeth Condemaita Díaz
5.- ¿Cuándo?	Año lectivo 2016 - 2017
6.- ¿Dónde?	Unidad Educativa Bolívar
7.- ¿Cuántas Veces?	Dos veces
8.- ¿Qué técnicas de recolección se utilizaron?	Encuestas - Entrevistas
9.- ¿Con que?	Cuestionario y guion de preguntas
10.- ¿En qué situación?	En las aulas de la Institución.

Cuadro N° 3: Plan de recolección de la información

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Plan para la recolección de información

Para la recolección de datos se ha realizado con anterioridad estrategias basadas en los objetivos planteados, y con ello, conseguir la información deseada, la más relevante necesaria para la investigación.

De esta manera, se propone dar mayor importancia al target seleccionado y estudiado, conjuntamente al área de intervención del proyecto como un proceso metodológico con sustento válido y confiable en el estudio aplicado. Los registros de los datos recopilados, analizados y tabulados estarán regidos por cuidado especial debido al impacto significativo alcanzado en la investigación.

Plan de procesamiento y análisis de información

Después de la verificación de los datos del banco de preguntas de la técnica aplicada, se procederá a la supresión de inconsistencias como tachones, y mal manejo de las herramientas de escritura utilizadas por el encuestado. En el proceso de tabulación y representación gráfica de los resultados se mantendrá la minuciosidad en la explicación, detallando los porcentajes de los datos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A ESTUDIANTES

Pregunta N°1

¿Qué tipo de programas prefieres ver en televisión?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Noticieros	7	8%
Series-Películas	16	19%
Reality	28	33%
Deportes	12	14%
Novelas	9	11%
Documentales	5	6%
Musicales	8	9%
Total	85	100%

Tabla N° 2: Programas de su preferencia

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

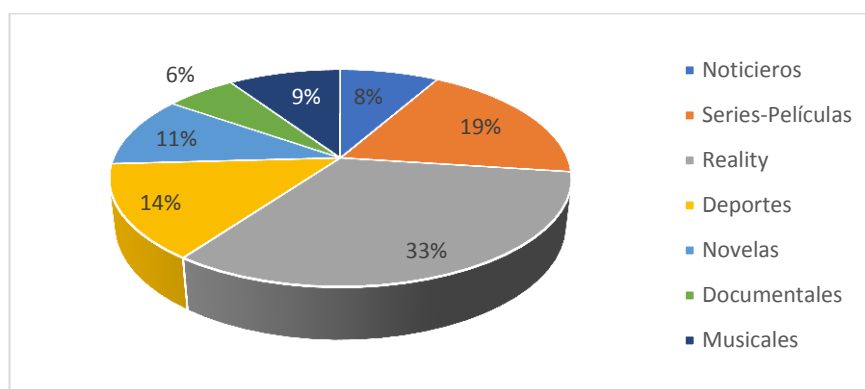


Gráfico N° 5: Programas de su preferencia

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

De 85 estudiantes encuestados, 28 con el 33% escogieron la opción Reality, 16 con el 19% la opción series-películas, 12 con el 14%, Deportes, 9 con el 11%, señalaron Novelas, 8 con 9% Musicales, 7 con 8% Noticieros, y finalmente 5 con el 6% escogió la opción documental.

Interpretación

Se puede evidenciar claramente que cierta parte de los estudiantes optan por ver en horarios estelares los programas de realitys, que presentan los diferentes canales, dejando de lado programas culturales y educativos que se dan en otras cadenas televisivas.

Pregunta N°2

¿Has visto algún programa de reality show?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	45	53%
A veces	27	32%
Nunca	13	15%
Total	85	100%

Tabla N° 3: Observa programas de reality

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

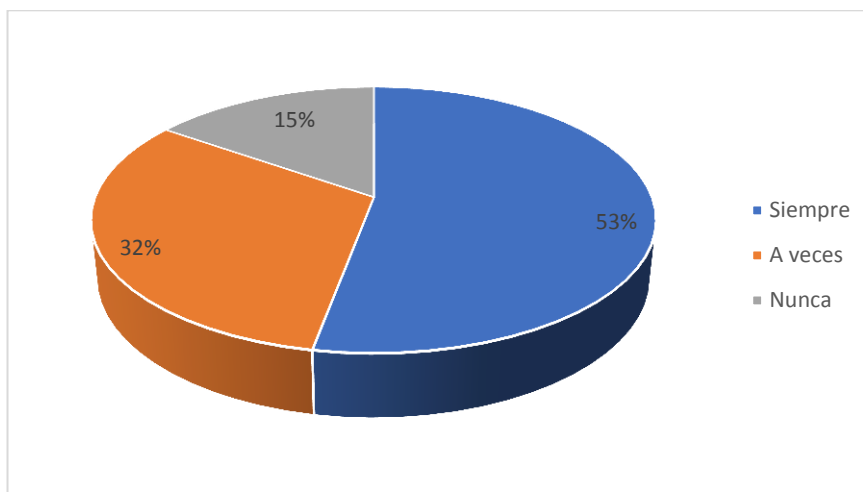


Gráfico N° 6: Observa programas de reality

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

De un total de 85 estudiantes que corresponde al 100%, 45 que corresponde al 53% mencionan que siempre, 27 que representa el 32% señala a veces, 13 con el 15% escoge nunca ha visto un programa de reality show.

Interpretación

En un porcentaje mayoritario de estudiantes, observan algún tipo de reality show, en algunos casos ven la mayoría de realitys que se presenta en las diferentes cadenas

televisivas, argumentando que en varios casos dejan de realizar sus tareas por ver estos programas.

Pregunta N°3

¿Es de tú interés el programa Calle 7?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	59	69%
A veces	9	11%
Nunca	17	20%
Total	85	100%

Tabla N° 4: Interés programa calle 7

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

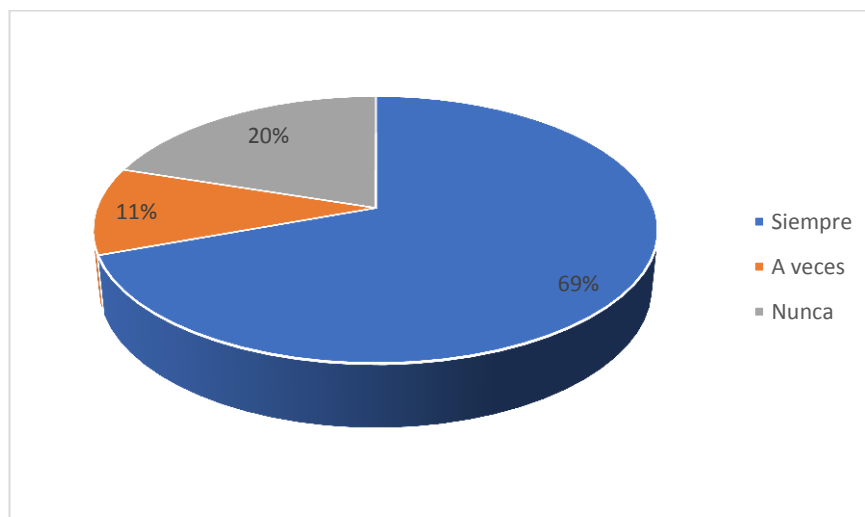


Gráfico N° 7: Interés programa calle 7

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

De un total de 85 estudiantes que corresponde al 100%, 59 que corresponde al 69% mencionan que siempre, 17 que representa el 20% señala que nunca, 9 con el 11% escoge a veces que es de interés el programa Calle 7.

Interpretación

En un alto porcentaje, se puede evidenciar que los estudiantes muestran interés por este tipo de reality, donde se desarrolla actividades físicas, de competencia, violencia, vocabulario inadecuado, pero son estos aspectos que atraen a los jóvenes a este tipo de programación y por ende están al tanto de lo que sucede o va a suceder en capítulos próximos.

Pregunta N°4

¿Es de tu interés el programa Doble Tentación?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	52	61%
A veces	18	21%
Nunca	15	18%
Total	85	100%

Tabla N° 5: Interés programa doble tentación

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

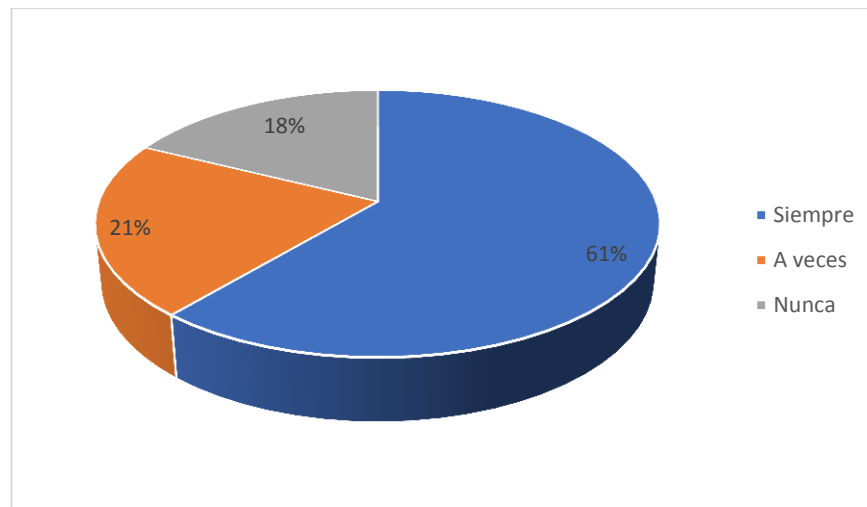


Gráfico N° 8: Interés programa doble tentación

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

De un total de 85 estudiantes que corresponde al 100%, 52 que corresponde al 61% mencionan que siempre, 18 que representa el 21% señala a veces y el 15 con el 18% escoge nunca es de interés el programa Doble Tentación.

Interpretación

A pesar que este programa no se transmite en cadenas de señal abierto, los estudiantes muestran intereses en el reality, ya que manifiestan que es un programa que se dan historias, amoríos, traiciones y ellos lo comparan con la actualidad e inclusive ellos miran estos programas para aplicar en sus vidas. Siendo más activos y teniendo enamorada/o a cortas edades y a consecuencia siendo padres.

Pregunta N°5

¿Considera importante que sigan transmitiendo este tipo de programas por TV?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	63	74%
A veces	7	8%
Nunca	15	18%
Total	85	100%

Tabla N° 6: Seguir transmitiendo realitys por TV

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

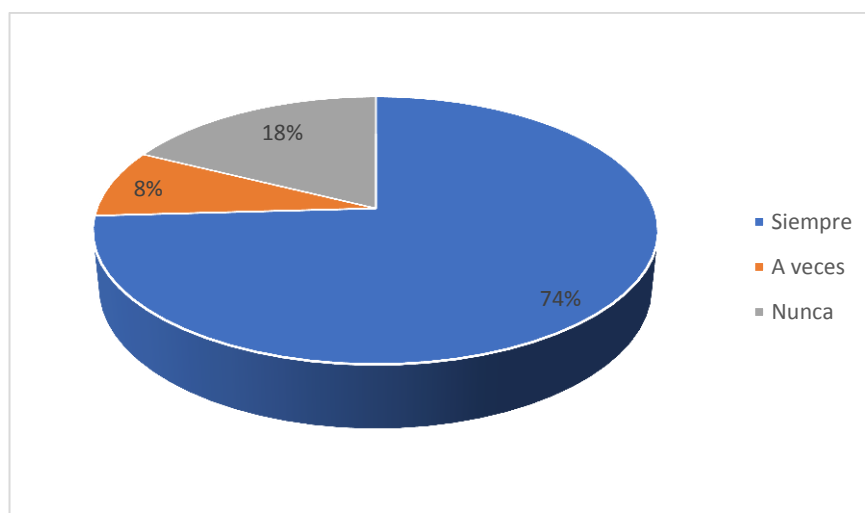


Gráfico N° 9: Seguir transmitiendo realitys por TV

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

De un total de 85 estudiantes que corresponde al 100%, 63 que corresponde al 74% mencionan que siempre, 15 que representa el 18% señala nunca, 7 con el 8% escoge a veces considera importante que se transmita este tipo de programas por TV.

Interpretación

En un porcentaje mayoritario de estudiantes, consideran que es importante que se transmitan estos programas en Tv, ellos manifiestan que son programas que les entretienen y les ayudan en algunos aspectos, (personalidad, moda, vestimenta) tomando como estereotipos a los participantes.

Pregunta N°6

¿Qué tipo de contenido cree usted que tienen los programas de Reality Show “Calle 7” y “Doble Tentación”?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cultural	11	13%
Entretenimiento	43	51%
Sexual	11	13%
Violento	20	23%
Total	85	100%

Tabla N° 7: Tipo de contenido de los realitys

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

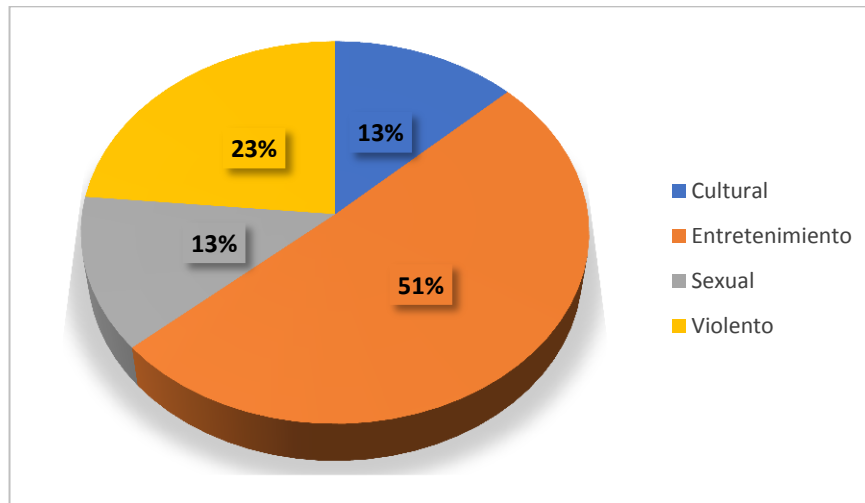


Gráfico N° 10: Tipo de contenido de los realitys

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

De un total de 85 estudiantes que corresponde al 100%, 43 que corresponde al 51% mencionan entretenimiento, 20 que representa el 23% señala violento, 11 con el 13% escoge cultural y 11 con el 13% la opción sexual, referente a la pregunta de qué contenido presentan los programas “Calle 7” y “Doble Tentación”.

Interpretación

Con un porcentaje alto de estudiantes, consideran que el contenido de estos programas de reality contiene aspectos de entretenimiento, por tal motivo que no afecta en su personalidad, conducta o comportamiento.

Pregunta N°7

¿Cree usted, que los jóvenes de su edad imitan a los competidores de estos reality?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	49	57%
A veces	21	25%

Nunca	15	18%
Total	85	100%

Tabla N° 8: Imitan a los competidores

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

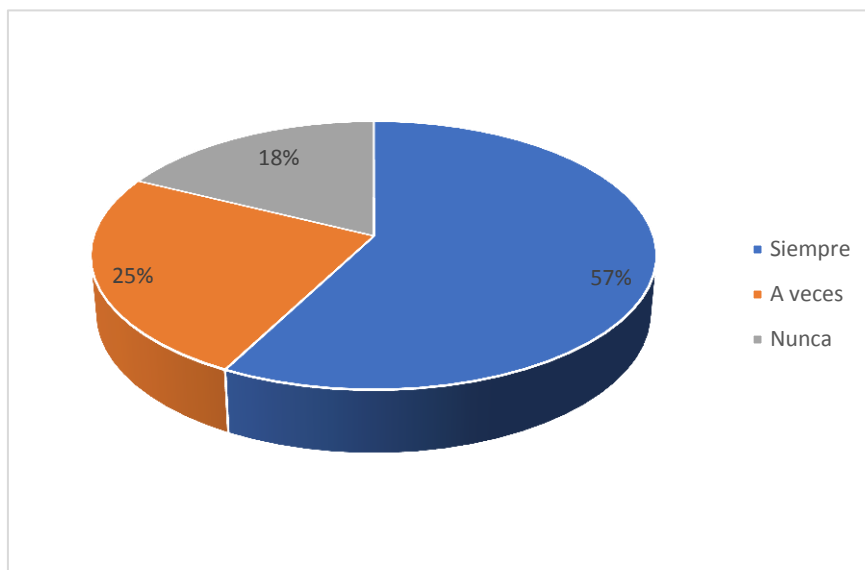


Gráfico N° 11: Imitan a los competidores

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

De un total de 85 estudiantes que corresponde al 100%, 49 que corresponde al 57% mencionan que siempre, 21 que representa el 25% señala a veces, 15 con el 18% escoge nunca imitan los jóvenes a los competidores.

Interpretación

Los estudiantes aseguran que en cierta forma los compañeros de curso imitan a los competidores de los reality que observan, ya sea, en la forma de vestirse, actuar o su vocabulario. Estos programas influyen inclusive en su estado físico e inducen en su comportamiento y personalidad, realizando ejercicios y optando por nuevas estrategias para verse mejor.

Pregunta N°8

¿Cree usted, que los reality inducen a los adolescentes a un comportamiento inadecuado?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	69	81%
A veces	14	17%
Nunca	2	2%
Total	85	100%

Tabla N° 9: Reality induce un mal comportamiento

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

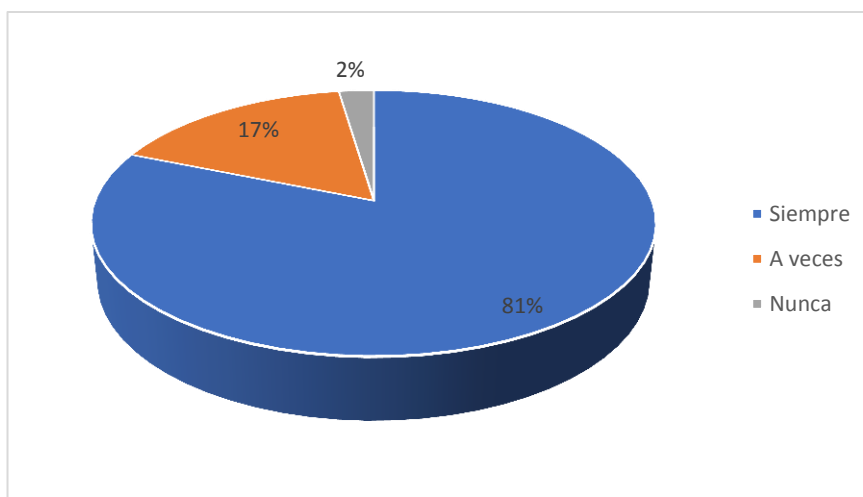


Gráfico N° 12: Reality induce un mal comportamiento

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con el 100% de estudiantes, 69 corresponde al 81% que mencionan que siempre, 14 que representa el 17% señala a veces, 2 con el 2% escoge que nunca los reality impulsan a los adolescentes a un comportamiento inadecuado.

Interpretación

En un porcentaje mayor, se visualiza que los estudiantes defienden a este tipo de reality, manifestando que los reality, no inculcan a un comportamiento inadecuado, ya sea en la institución educativa, social o en su familia, que al contrario a ellos les entretiene ver estos programas.

Pregunta N°9

¿Cuándo se realiza actividades en grupo dentro del aula, usted se integra o compromete para realizar este tipo de trabajos?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	53	62%
A veces	31	37%

Nunca	1	1%
Total	85	100%

Tabla N° 10: Se integra en actividades grupales
Fuente: Encuesta a estudiantes
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

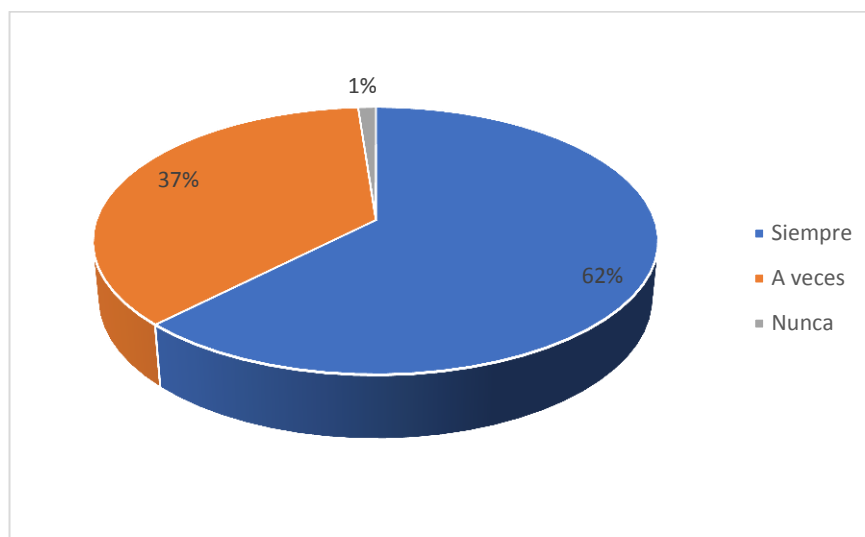


Gráfico N° 13: Se integra en actividades grupales
Fuente: Encuesta a estudiantes
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

De la totalidad de estudiantes encuestados, con el 100%, 53 que corresponde al 62% mencionan que siempre, 31 que representa el 37% señala a veces, 1 con el 1% escoge nunca se involucra en actividades grupales en el aula.

Interpretación

Los estudiantes optan por realizar actividades de trabajo con diferentes compañeros que ya conocen, y siempre interactúan entre ellos en cada una de las actividades grupales que se desarrollan en la institución o en aula.

Esto les ayuda a plantear sus ideas, debatir con sus compañeros de ciertos temas que son para entendimiento estratégico y propio, además que adquieren nuevos conocimientos.

Pregunta N°10

¿Se considera una persona que acepta los valores establecidos por la sociedad?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	53	62%
A veces	29	34%
Nunca	3	4%
Total	85	100%

Tabla N° 11: Acepta valores

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

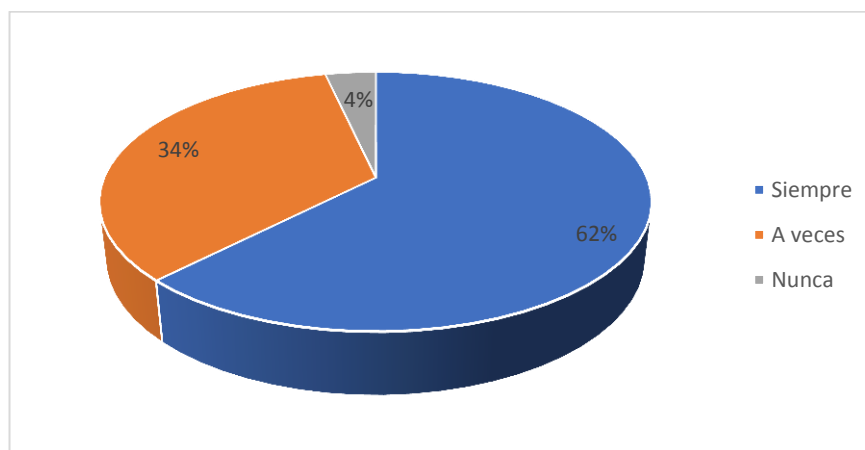


Gráfico N° 14: Acepta valores

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con el 62% que corresponde a 53 estudiantes mencionan que siempre, 29 que representa el 34% señala a veces, 3 con el 4% escoge nunca se consideran una persona que acepta valores establecidos por la sociedad.

Interpretación

Los estudiantes indican que aceptan valores establecidos por la sociedad, respetan a los demás sin ninguna diferencia alguna, y siempre apoyan a sus compañeros, además evitan ser violentos y protegen a cada uno de ellos por ser sus amigos.

Pregunta N°11

¿Practica valores fundamentales como, el respeto hacia sus compañeros en su vida estudiantil?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	79	93%
A veces	6	7%
Nunca	0	0%
Total	85	100%

Tabla N° 12: Practica valores fundamentales
Fuente: Encuesta a estudiantes
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

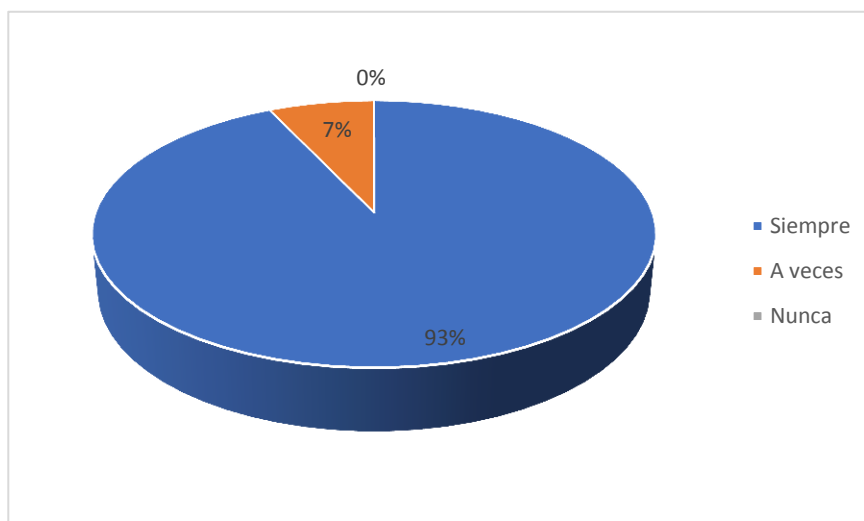


Gráfico N° 15: Practica valores fundamentales
Fuente: Encuesta a estudiantes
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con un grupo de 79 corresponde al 93% mencionan que siempre se practica los valores en cada momento y entre los compañeros, 6 que representa el 7% señala a veces, y con un 0% a favor, porque se tiene presente en los adolescentes que el respeto entre ellos es fundamental.

Interpretación

En un gran porcentaje de estudiantes, mencionan que respetan a sus compañeros en las diferentes actividades que se realizan tanto dentro como fuera de la institución, en algunas ocasiones se dan conflictos, pero se trata de solucionarlos de la mejor manera posible, sin perjudicar ninguna de las dos partes.

Pregunta N°12

¿Ha tenido alguna vez problemas de conducta dentro de la institución educativa?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	3%
A veces	27	32%
Nunca	55	65%
Total	85	100%

Tabla N° 13: Problemas de conducta
Fuente: Encuesta a estudiantes
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

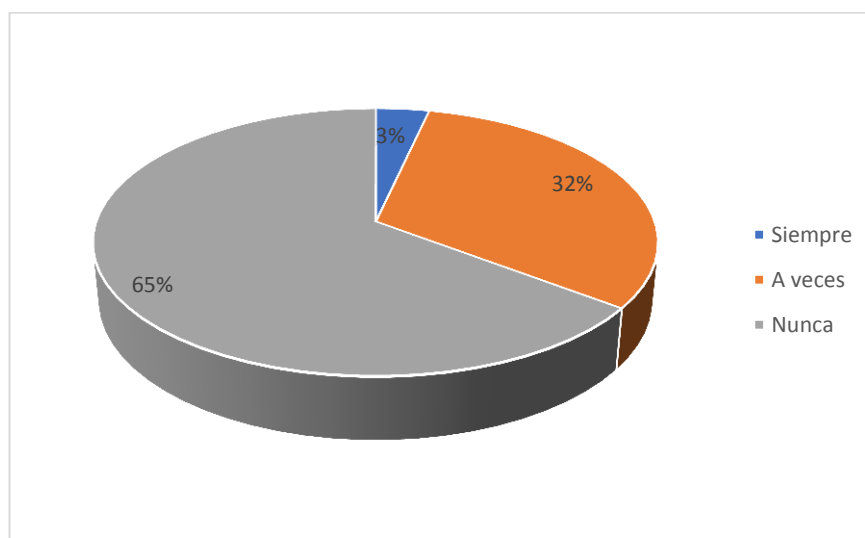


Gráfico N° 16: Problemas de conducta
Fuente: Encuesta a estudiantes
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con 55 estudiantes que corresponde al 65% mencionan que nunca, 27 que representa el 32% señala a veces, 3 con el 3% escoge que siempre han tenido alguna vez problemas de conducta en la institución, por motivo irrelevantes.

Interpretación

Los estudiantes indican que no han tenido problemas de conducta, pero por alguna ocasión se dejan influenciar por sus compañeros y son llamados la atención por los profesores de la institución, sancionándoles con llamar a un representante o realizando un trabajo.

ENCUESTA APLICADA A PADRES DE FAMILIA

Pregunta N°1

¿Existe un control sobre los programas que observa su hijo/a en el hogar?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	10%
A veces	28	70%
Nunca	8	20%
Total	40	100%

Tabla N° 14: Control sobre los programas

Fuente: Encuesta a padres de familia

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

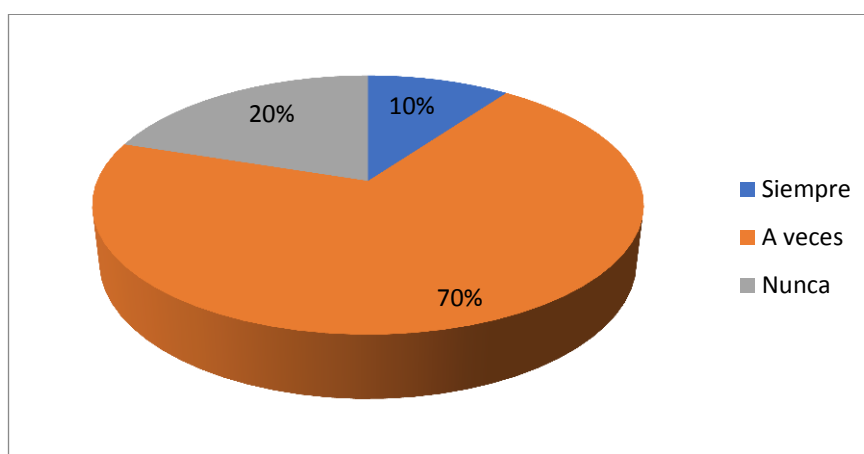


Gráfico N° 17: Control sobre los Programas

Fuente: Encuesta a padres de familia

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con la encuesta realizada a los padres de familia con un resultado del 10% de siempre, un 70% de a veces y con un 20% de nunca.

Interpretación

El control a los adolescentes al observar los programas de reality es mínima, por motivo que los padres de familia dejan a los jóvenes en la casa para que se entretengan mirando la televisión, mientras ellos cumplen sus labores diarias o están en sus lugares de trabajo, por ello no pueden observar que están realizando sus hijos.

Pregunta N°2

¿Ha existido un cambio de comportamiento o conducta en su hijo/a al observar este tipo de programas de reality?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
-------------	------------	------------

Si	32	80%
No	8	20%
Total	40	100%

Tabla N° 15: Cambio de comportamiento
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

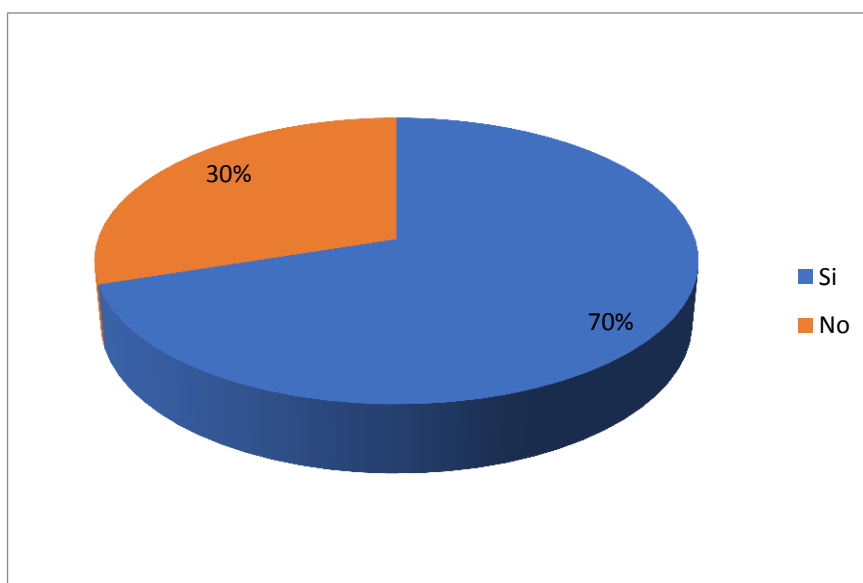


Gráfico N° 18: Cambio de comportamiento
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con un total del 80% mencionaron que sí y con un mínimo del 20% no.

Interpretación

La visualización de los programas de reality han creado un espectáculo para los adolescentes, por ende, genera en ellos un cambio de comportamiento y un nuevo estereotipo.

Pregunta N°3.

¿Ha presenciado algún tipo de conflicto entre compañeros por algún programa de reality?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	25%
No	30	75%
Total	40	100%

Tabla N° 16: Conflictos
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

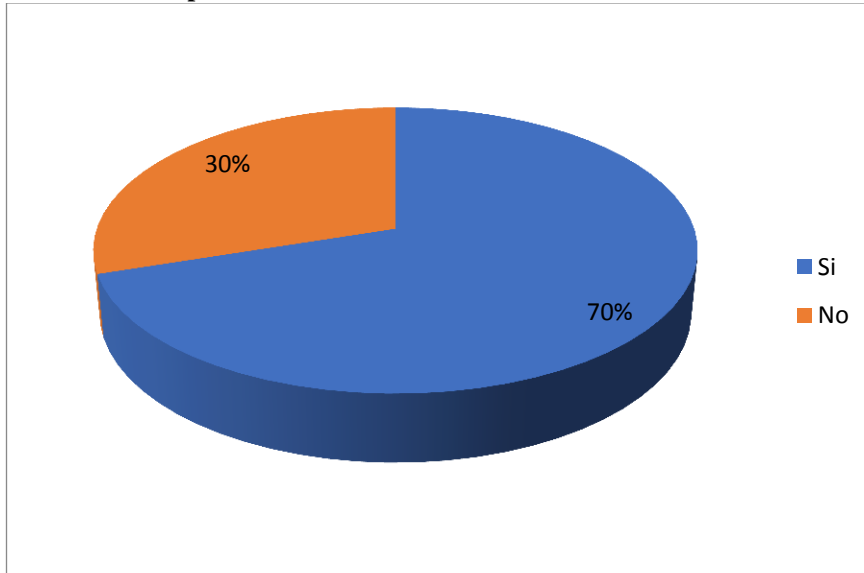


Gráfico N° 19: Conflictos
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con los resultados tenemos un 25% si y con un máximo de 75% no.

Interpretación

En las competencias se genera enfrentamientos sean buenos o malos, los adolescentes están más propenso a observar este tipo de violencia física y verbal, es por ello que existe alguna rivalidad por la preferencia de colores del programa de reality o por algún personaje en especial.

Pregunta N°4.

¿Usted inscribe a su hijo/a en cursos vacacionales?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	20%
No	32	80%
Total	40	100%

Tabla N° 17: Cursos vacacionales
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

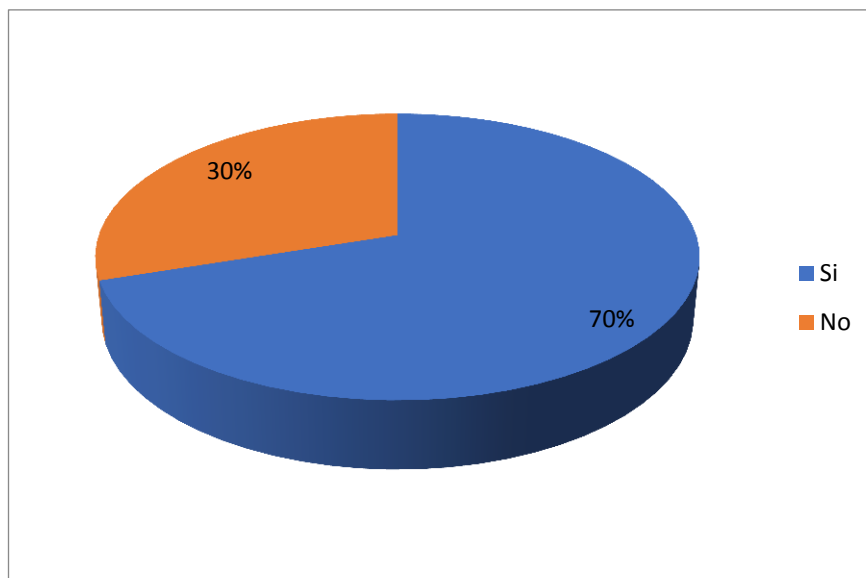


Gráfico N° 20: Cursos vacacionales
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con un resultado del 60% si, y con porcentaje mínimo del 40% no.

Interpretación

La falta de interés por parte de los padres de familia hace que los jóvenes obtén por observar este tipo de programas, ya que no tienen una distracción educativa en la que puedan aprender y mejorar e su desenvolvimiento.

Pregunta N°5.

¿Cree usted que este tipo de programas de reality genere un mal desenvolvimiento en el ámbito laboral en un futuro?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	50%
No	20	50%
Total	40	100%

Tabla N° 18: Desenvolvimiento laboral
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

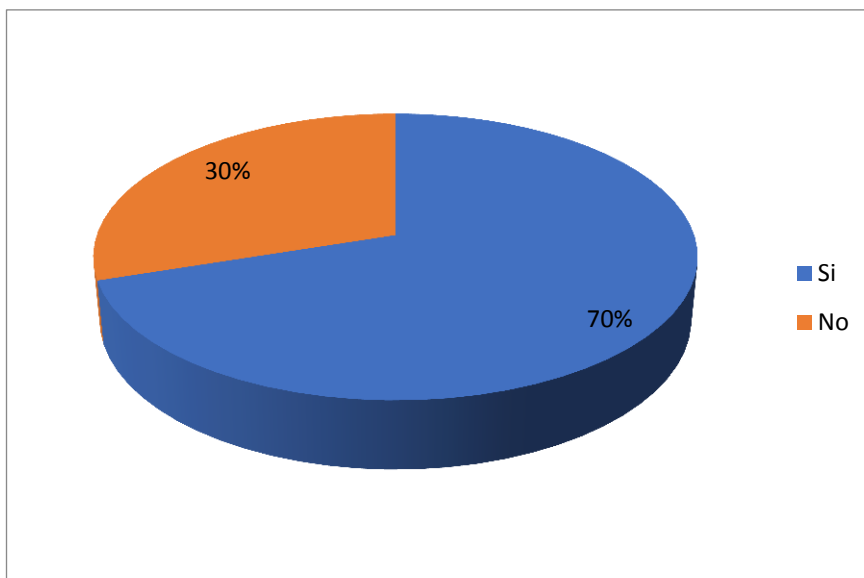


Gráfico N° 21: Desarrollo laboral
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con un 50% si y con 50% no con los resultados.

Interpretación

La inestabilidad del cuidado de los padres hacia los adolescentes hace que se cree una duda sobre el desenvolvimiento de los jóvenes en un futuro, debido a sus comportamientos y a sus cambios de conducta que los programas de reality generan.

Pregunta N°6

¿Cree que los participantes de los programas de reality generen un libido sexual o produzcan más exploración de sus cuerpos en los adolescentes?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	70%
No	22	30%
Total	40	100%

Tabla N° 19: Exploración de sus cuerpos
Fuente: Encuesta a padres de familia
Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

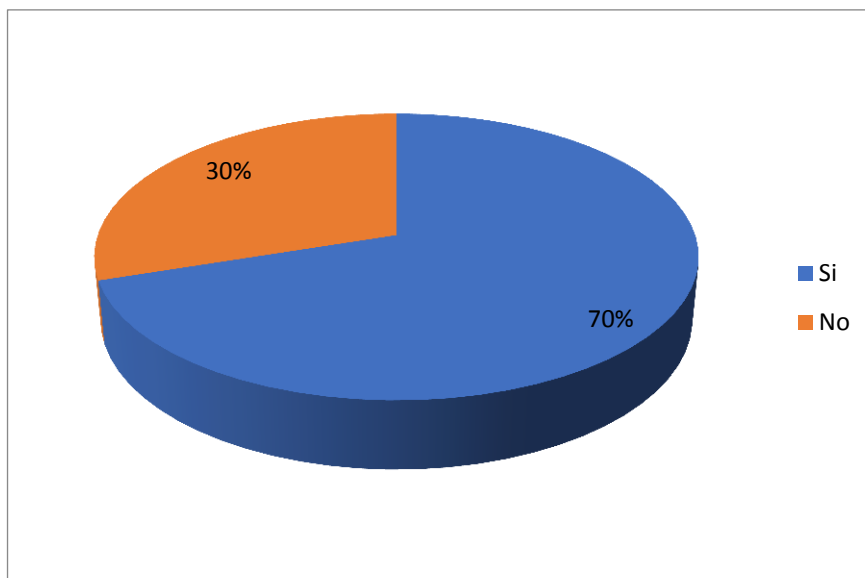


Gráfico N° 22: Exploración de cuerpos

Fuente: Encuesta a padres de familia

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con los resultados existe un 70% si y con 30% no.

Interpretación

Los adolescentes al observar a mujeres con un cuerpo fitness tienden a que se genere una exploración de su cuerpo, de igual manera las adolescentes al mirar cuerpos corpulentos de los participantes, se generan en ellas un libido en cual desean tener amigos o un enamorado con las mismas características.

ENCUESTA APLICADA A DOCENTES DE LA INSTITUCION

Pregunta N°1

¿Cree usted que los programas de reality inciden en el comportamiento del adolescente?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	75%
A veces	1	25%
Total	3	100%

Tabla N° 20: Incide en el comportamiento

Fuente: Encuesta a docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

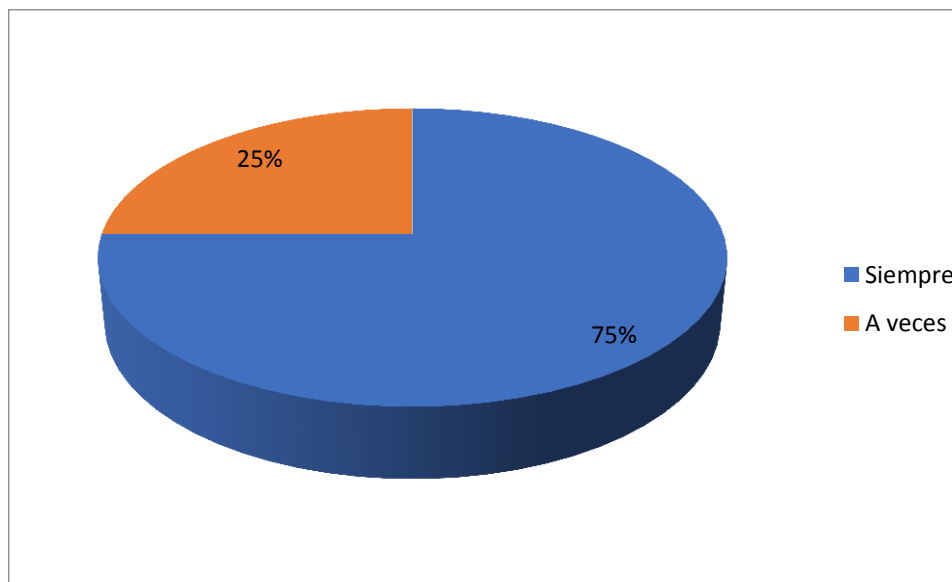


Gráfico N° 23: Incide en el comportamiento

Fuente: Encuesta a docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con un 75% mencionan que siempre, mientras que un 25% dice a veces.

Interpretación

Los docentes encuestados mencionan que los programas de reality si inciden en el comportamiento de los estudiantes, por ende, esto con lleva a determinar que estos programas dan un comportamiento irrelevante a los adolescentes.

Pregunta N°2.

¿Se ha generado enfrentamientos o debates entre los estudiantes por las programaciones de reality?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	25%
No	2	75%
Total	3	100%

Tabla N° 21: Enfrentamientos

Fuente: Encuesta a docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

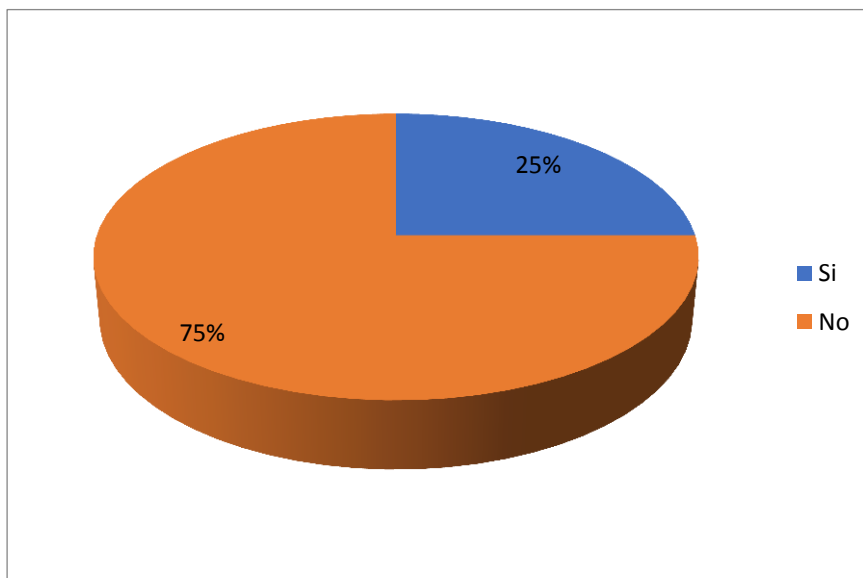


Gráfico N° 24: Enfrentamientos

Fuente: Encuesta a docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con un total del 75% y un 25% no.

Interpretación

Los docentes de la institución mencionan que los adolescentes, a menudo no han presentado enfrentamientos, pero hay un mínimo de porcentaje en que se menciona que si se ha evidenciado un enfrentamiento por motivos de favoritismo a cierto reality de competencia.

Pregunta N°3.

¿Se ha realizado un taller de capacitación en la institución sobre los programas de reality?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Tabla N° 22: Capacitaciones

Fuente: Encuesta a docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

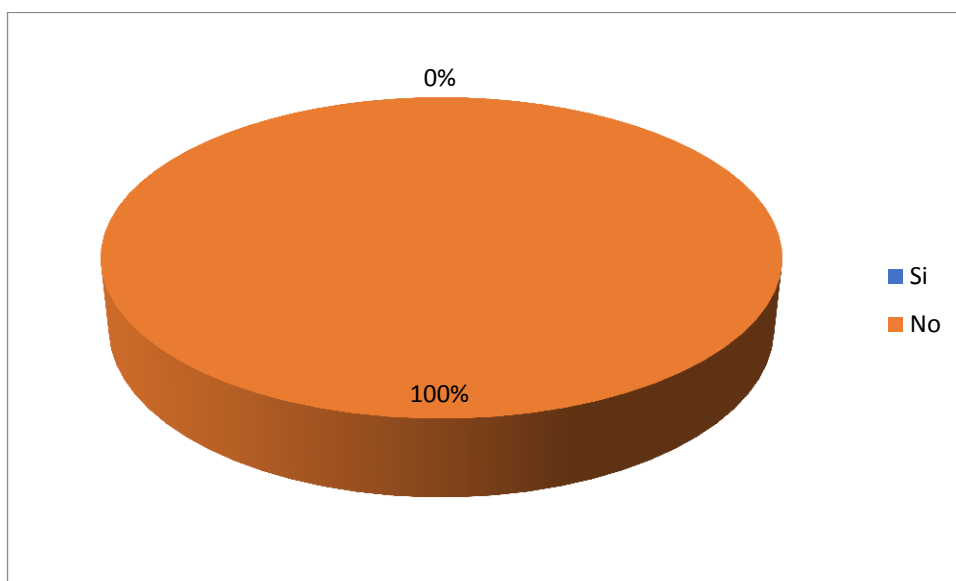


Gráfico N° 25: Capacitaciones

Fuente: Encuestas a docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con un total del 100% menciona que sí y un 0% dice que no.

Interpretación

Las capacitaciones presentadas en la institución no han sido sobre los reality de competencia, es por ello que la presentación de esta capacitación es de suma relevancia e interés para los adolescentes y docentes.

Pregunta N°4.

¿Ustedes en la institución, realizan competencias de conocimiento o competencias físicas entre los estudiantes?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Tabla N° 23: Realizan competencias

Fuente: Encuesta a los docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

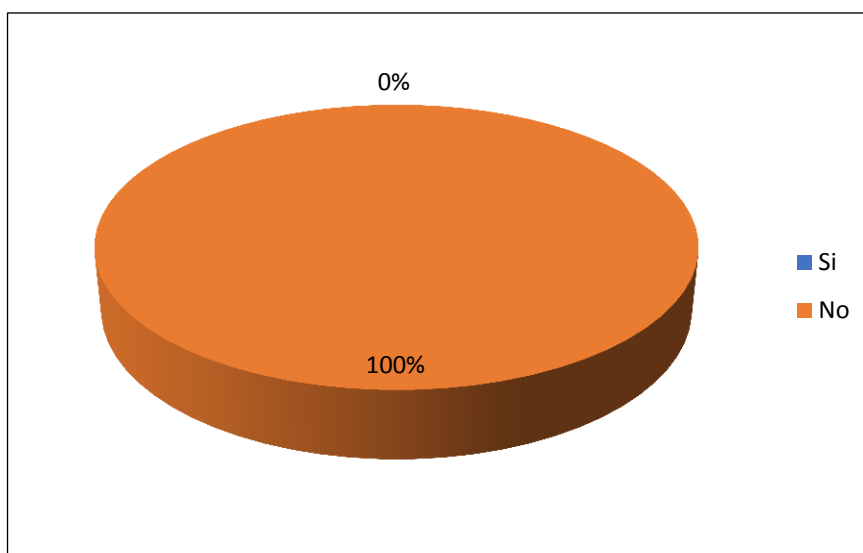


Gráfico N° 26: Realizan competencias

Fuente: Encuesta a docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Con un total del 100% dicen que sí, mientras un 0% mencionan que no.

Interpretación

En la institución se realiza competencias de conocimiento ya que, de esta manera, se lleva a conocer el emprendimiento de cada uno de los estudiantes, de igual forma se desarrollan competencias físicas, porque es por ello que los estudiantes realizan varios tipos de deporte.

Pregunta N°5.

¿Cree usted que se debe producir programas de aprendizaje y no programas de reality?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%

Total	3	100%
--------------	----------	-------------

Tabla N° 24: Programas de aprendizaje

Fuente: Encuesta a los docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

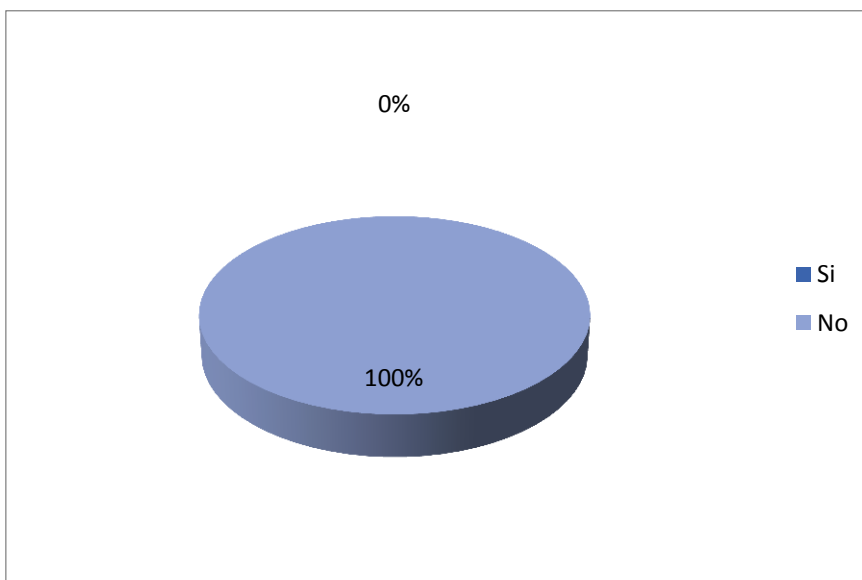


Gráfico N° 27: Programas de aprendizaje

Fuente: Encuesta a docentes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Análisis

Los docentes encuestados con el 100% mencionaron que sí y con un 0% dijeron que no.

Interpretación

Los docentes indican que debería de haber menos programas de reality y más programas de aprendizaje, ya que este tipo de espacios podrían llevar a tener un mejor desenvolvimiento en los adolescentes, mientras tanto en la institución los profesores hacen lo necesario, para que los jóvenes tengan un futuro comprometedor.

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para verificar la hipótesis de la investigación se utilizó un estadígrafo (recolección de datos con el objetivo de analizarlos y dando una conclusión de lo que se está indagando), en este caso se habla sobre el χ^2 la prueba de independencia.

El Chi-cuadrado, permite indicar si existe una relación entre dos variables categóricas, de esta manera es indispensable resaltar que esta prueba indica si existe o no la relación entre variables.

Planteamiento de la Hipótesis

Hipótesis Afirmativa

H₁: Los programas de reality “Calle 7” – “Doble Tentación” influye en el comportamiento de los estudiantes de Décimo Curso de la Unidad Educativa Bolívar.

Hipótesis Nula

H₀: Los programas de reality “Calle 7” – “Doble Tentación” no influye en el comportamiento de los estudiantes de Décimo Curso de la Unidad Educativa Bolívar.

Selección del nivel de significación

El nivel de significancia seleccionada para la presente indagación es del 95% de confianza con un nivel de riesgo $\alpha=0.05$.

Para la verificación de la hipótesis se eligió la prueba del Chi-cuadrado cuya fórmula es:

$$x^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right] \text{ (Formula del Chi- cuadrado)}$$

Dónde:

x² = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

f_o = Frecuencia Observada

f_e = Frecuencia Esperada

Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad (gl) considerando que el cuadro tiene 4 filas y 3 columnas. El grado de libertad, es igual a la multiplicación del número de filas menos 1, por el número de columnas menos 1. Por lo tanto, será:

x^{2t}(α ,)

χ^2_t = Chi-cuadrado tabular o crítico

α = Nivel de significancia del 0.05

$$gl = (f-1)(c-1)$$

$$gl = (4-1)(3-1)$$

$$gl = (3)(2)$$

$$gl = 6$$

Por lo tanto, con 6 grados de libertad y un nivel de significancia del 0.05 la tabla del $\chi^2_t = 12,5916$. Obtenemos en la tabla estadística del Chi-cuadrado teórico χ^2

Tabla N° 25: Tabla de distribución del chí – cuadrado (χ^2)

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403

Fuente: http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

Combinación de frecuencias

Tabla N° 26: Frecuencia Observada

#	Alternativas	Categorías			Total
		Siempre	A veces	Nunca	
2	¿Ha visto algún programa de reality show?	45	27	13	85
5	¿Considera importante, que sigan transmitiendo este tipo de programas por TV?	63	7	15	85
8	¿Cree usted que los reality impulsan a un comportamiento inadecuado en los adolescentes?	69	14	2	85
11	¿Ha tenido alguna vez problemas de conducta dentro de la institución educativa?	79	6	0	85
	Subtotal	256	54	30	340

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Para el cálculo de la frecuencia esperada, se utiliza la fórmula aplicada de la tabla de frecuencias observadas.

$$Fe = Tf \times Tc / GT$$

Fe: Frecuencia Esperada

Tf: Total de Fila

Tc: Total de Columna

Gt: Gran Total

Tabla N° 27: Frecuencia Esperada

#	Alternativas	Categorías			Total
		Siempre	A veces	Nunca	
2	¿Has visto algún programa de reality show?	64	13,5	7,5	85
5	¿Considera importante que sigan transmitiendo este tipo de programas por TV?	64	13,5	7,5	85
8	¿Cree usted que los reality fomentan un comportamiento inadecuado en los adolescentes?	64	13,5	7,5	85
11	¿Ha tenido alguna vez problemas de conducta dentro de la institución educativa?	64	13,5	7,5	85
	Subtotal	256	54	30	340

Fuente: Encuesta a estudiantes

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Cálculo del Chí- Cuadrado

Con los valores de estas dos tablas se reemplaza en la fórmula de Chi ²

Tabla N° 28: Cálculo del chí cuadrado

Observada	Esperada	O – E	(O – E) ²	(O – E) ² / E
45	64	-19,00	361,00	5,64
63	64	-1,00	1,00	0,02
69	64	5,00	25,00	0,39
79	64	15,00	225,00	3,52
27	13,5	13,50	182,25	13,50
7	13,5	-6,50	42,25	3,13
14	13,5	0,50	0,25	0,02
6	13,5	-7,50	56,25	4,17
13	7,5	5,50	30,25	4,03
15	7,5	7,50	56,25	7,50
2	7,5	-5,50	30,25	4,03
0	7,5	-7,50	56,25	7,50
chi-cuadrado calculado (x²c)				53,444

Fuente: Frecuencia observada y esperada

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Regla de Decisión

Con 6 gl con un nivel de 0,05 $\chi^2_t = 12,5916$

χ^2_c = chi cuadrado Calculado = **53,444**

χ^2_t = chi cuadrado Tabulado = **12,5916**

$\chi^2_c \leq \chi^2_t$ = No se acepta la H_0

$\chi^2_c \geq \chi^2_t$ = Se acepta la H_1

Entonces con 6 gl y un nivel de significancia de 0.05 se tiene en la tabla χ^2_t el valor de 12,5916; por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula, para todo valor de χ^2_c que sea menor o igual a 12,5916 y se acepta la hipótesis alternativa cuando los valores en χ^2_c son mayores o igual de 12,5916.

Representación gráfica

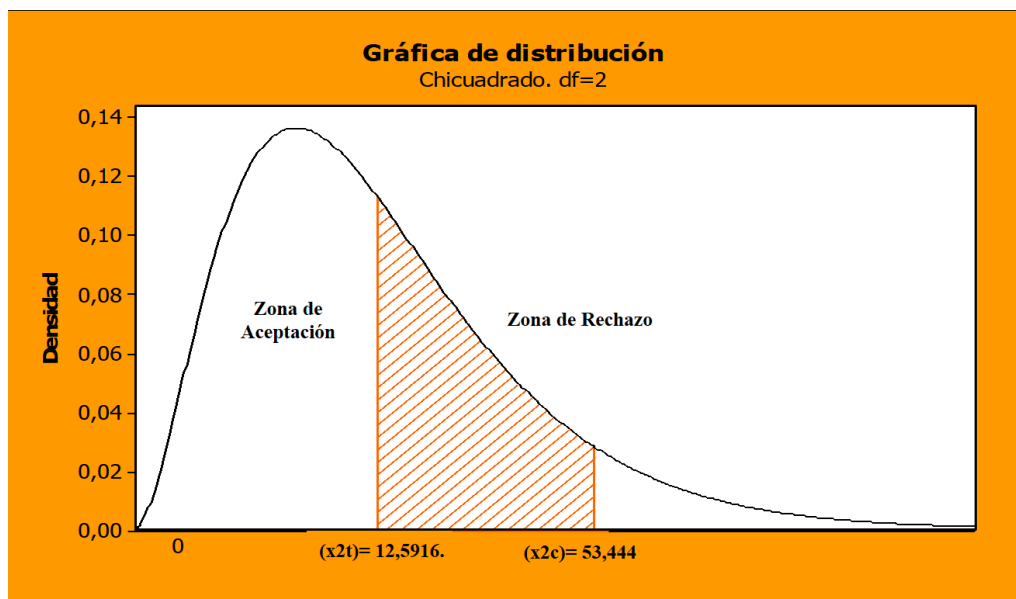


Gráfico N° 28: Representación gráfica del chi cuadrado

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Decisión final

$(\chi^2_t = 12,5916 \leq \chi^2_c) \chi^2_c = 53,444$ = Para 6 grados de libertad a un nivel de 0.05 se obtiene en la tabla 12,5916 y como el valor de χ^2 calculado es 72,883, es decir, se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice: Los programas de reality “Calle 7 – Doble Tentación” influye en el comportamiento de los estudiantes de Décimo Curso de la Unidad Educativa Bolívar.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Los programas culturales y educativos son escasos ante el éxito del reality show, la mayoría de jóvenes actualmente son atraídos por productos televisivos de competencia, desafíos y por la similitud que encuentran en los participantes al observar este tipo de eventos.
- “Calle 7” y “Doble tentación” busca estrategias principales para captar la atención del televidente usando el reggaetón, escotes femeninos, trajes de baño y los movimientos provocativos de las participantes para reproducir un ambiente que exhibe a la mujer como objeto sexual y a los hombres como un estereotipo de hombría, como líder principal. Tomando como aspecto positivo las estrategias de comunicación para el trabajo en equipo, la superación personal y los retos físicos que van cumpliendo para poder ganar.
- Este tipo de programas de reality show en el Ecuador como “Calle 7” y “Doble Tentación”, alcanzan con mayor fuerza de aceptación en los hogares principalmente en los adolescentes, pero no siempre son vistos de una forma positiva por los televidentes quienes en este caso, son las personas adultas quienes consideran que los contenidos expuestos en este tipo de programas no son positivos porque crean nuevos estereotipos o se basan en conductas que no deberían ser premiadas sino censuradas.
- Es por ello que al analizar, consultar e investigar trabajos citados por otros autores, se concluye que el adolescente muchas veces busca un referente o una identidad y aunque no es causa exacta, más bien, es propio de la edad, donde impera la curiosidad por conocer o aprender sobre temas

nuevos, que no son tocados en el hogar y siguen siendo un tabú en los padres de familia, por no saber comunicarse o expresarse con sus hijos/as, y por ende, la misma televisión los lleva a mostrarle lo que desean ver sin ningún tipo de restricción.

- Se puede conocer que, en la institución, en el aula de clase el comportamiento de los estudiantes es bajo y poco adecuado, porque se producen conflictos entre compañeros/as, no se respeta las normas de convivencia institucional, las diferencias culturales, porque hay presencia de agresividad verbal, falta de valores e irrespeto a las normas básicas de comportamiento para la institución educativa y por ende la falta de comunicación hace que los adolescentes investiguen por su propia cuenta.

RECOMENDACIONES

- El dialogo con los estudiantes hace que mencionen sus dudas, curiosidades o problemas, y es así que el mejor medio de comunicación es interactuar y despejar todo tipo inseguridad para que los adolescentes desarrollen una confianza en sí mismo.
- Es necesario que la televisión en el Ecuador genere un producto de calidad, en los cuales se trasmita un entretenimiento diferente y divertido, un lugar donde pongan a prueba su inteligencia y no su cuerpo.
- Los canales televisivos deberían darle un giro a su parrilla televisiva y empezar a cambiar el fondo de los realitys por proyectos educativos ,usándolos como trabajos constructivos para su desarrollo, pero no usar a los participantes, es decir no crear historias falsas entre ellos y crear estereotipos que influyan negativamente en los adolescentes.
- Es necesario que se establezcan normas y reglas de comportamiento que faciliten la sana convivencia entre estudiantes sin que afecten a las diferencias individuales, usando estrategias para mejorar el comportamiento de sus estudiantes y desarrollando la interculturalidad, enfocadas en las

partes axiológicas y orientadas a crear un ambiente más humano, un ambiente en el cual los adolescentes exploten sus ideas y conocimientos, generando trabajos en talleres vacacionales o clases privadas desarrollando sus capacidades y de esta manera ser premiados pero una educación consiente y segura.

- Es recomendable que los padres de familia tengan una buena comunicación y un mayor control en lo que observan sus hijos en televisión, ya que en la mayoría de los casos en estos programas denominados reality show se emiten comportamientos, escenas e imágenes que de una u otra manera influyen en el comportamiento de los jóvenes.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

TEMA:

Taller de capacitación para concientizar a los adolescentes, padres de familia y autoridades sobre los programas de reality show y su incidencia en el comportamiento.

DATOS INFORMATIVOS

Institución Ejecutora: Unidad Educativa Bolívar

Beneficiarios: Estudiantes, Padres de Familia y Autoridades de la Institución Educativa

Ubicación: Provincia: Tungurahua, cantón: Ambato.

Tiempo estimado para la realización de la propuesta: un mes y medio

Equipo técnico responsable de la propuesta: Investigadora

Costo: 560 dólares

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En la actualidad la televisión se ha convertido en un medio de mayor alcance televisivo e influyente, donde se han creado diversos espacios que se vincula con la fama, la diversión y dentro de estos se encuentran los Reality Shows, estos programas que tienen gran acogida y con un auge muy alto en estos últimos años, por tal motivo, se ve la necesidad de aplicar una investigación debido a problemas acarreados en la sociedad en general, específicamente en los jóvenes.

La televisión en el Ecuador, ha insertado dentro de su parrilla de programación, colmando el horario estelar con emisiones televisivas de concursos de Reality Shows, y gracias a la alta rentabilidad conquistan a grandes y diversas audiencias.

Este tipo de programas denominados Reality Shows, son una de las más grandes fábricas de los famosos teniendo tendencia mundial y están presente desde el siglo XX, se crea un espectáculo de la vida de un grupo de personas a partir de la cotidianidad y realidad de los mismos, por eso es traducida a la tele realidad.

Los participantes de los realitys actúan normalmente sin regirse a un guion, ellos improvisan mostrándose tal y como son, por tal motivo no existe ninguna restricción por el medio de comunicación. En lo general, los realitys muestran situaciones dramáticas e intimidantes, es habitual escuchar chismes, peleas; además amoríos, competencias, concursos de bailes, en fin, una mezcla de géneros televisivos.

Por tal motivo, la audiencia televisiva se ha convertido en fanática y seguidora de estos programas y sobre todo de sus participantes, ya que muchos se sienten identificados con un participante, en especial viéndolo como un modelo a seguir y lo idolatran. Sin lugar a duda, se mantiene por la constante audiencia mantenida diariamente.

JUSTIFICACIÓN

Con el taller de capacitación se intenta que los padres de familia y estudiantes sean conscientes sobre los problemas que conlleva el observar este tipo de programas denominados reality show, estableciendo un sentido crítico ante esta programación nada educativa y con ello dar a conocer, que no todo lo que se ve en televisión es real y que lo único que están brindando al televidente, es un contenido sensacionalista la cual busca enchufar al televidente y más bien no educar.

La propuesta talleres de capacitación, es importante debido a que concientizará el contenido que tienen los reality show, que se denomina una fuente inagotable, además de presentar el contenidos sexista, violento, denigrante que se muestran en algunos momentos y sobre todo ver cómo está influyendo en los estudiantes de la Unidad Educativa Bolívar.

A través de los talleres de capacitación, se aspira socializar principios fundamentales, consejos, e información vital que orienten y de alguna manera eduquen a la colectividad sobre los riesgos que conlleva los reality show.

Se habla muchas veces de la televisión como de un enemigo del cual hay que cuidarse, porque si se ha permitido entrar en el hogar es capaz de entorpecer a los jóvenes, niños y adultos.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar un taller de capacitación para concientizar a los adolescentes, padres de familia y autoridades, sobre los contenidos de los reality show y su incidencia en el comportamiento.

Objetivos específicos

- Orientar a los involucrados para dar a conocer que los reality shows tienen a influenciar y a marcar estereotipos en cada uno de los jóvenes.
- Concientizar a los adolescentes en el sentido crítico- analítico, al momento del consumo de algún programa de televisión que le ayude a su formación intelectual.
- Fomentar normas de respeto y comportamiento en la institución, sociedad y con sus compañeros.

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Factibilidad operatoria

La propuesta que está planteada en esta investigación, es factible operacionalmente, ya que se realizará en la Unidad Educativa Bolívar, provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

Factibilidad técnica

Es de factibilidad técnica, ya que cuenta con los elementos e información necesaria para realizar los respectivos talleres.

Fundamentación científica

Para la propuesta se cuenta con la documentación abalada por profesionales en la rama de la Comunicación Social. De igual forma de libros, revistas, folletos que ayudan en la certificación del contenido.

Fundamentación legal

La propuesta se basa con leyes que rigen en el país, en este caso la Ley Orgánica de Comunicación, de igual forma en la Constitución de la República del Ecuador y Ley de Educación.

Factibilidad económica

Para realizar el proyecto de investigación y la propuesta se necesitan de recursos económicos, los mismos que serán cubiertos por la investigadora.

MODELO OPERATIVO

Fases	Metas	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsables
Diseño	Diseñar talleres sobre los reality show (Calle 7 y Doble Tentación) y el comportamiento en los estudiantes	Revisión bibliográfica Redacción borrador Redacción final Impresión Publicación	Libros Internet Computadora Impresora	Una semana	Autoridades Investigador
Sensibilización	Explicar la importancia de los talleres de los reality show y comportamiento	Solicitud director Convocatoria Charla Información Foros	Humanos Materiales Institucionales	Tres días	Autoridades Investigador
Ejecución	Aplicar actividades que están diseñadas en cada uno de los talleres para la concientización de este tema social	Exposición Aplicación de los talleres	Humanos Materiales Institucionales	Un día	Autoridades Investigador
Evaluación	Valorar el desarrollo de los talleres de los reality show (Calle 7 y Doble Tentación) y el comportamiento en los estudiantes	Diseñar los instrumentos de evaluación. Aplicación	Humanos Materiales Institucionales	Continuo	Autoridades Investigador

Cuadro N° 1: Modelo operativo

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

PRESENTACIÓN Y DESARROLLO DE LA PROPUESTA

CONTENIDO DE LA CAPACITACIÓN

TEMA	SUBTEMAS
La Realidad Mediatizada: Los Reality shows	<ul style="list-style-type: none">• Historia de los "Reality Shows"• El 'boom' de los "Reality Shows" - Programas Actuales.• Ventajas y desventajas de los Reality Shows
El reality Show en el Ecuador	<ul style="list-style-type: none">• El auge de los reality show• El reality calle 7• El reality Doble tentación• La realidad de estos reality.• Que pasa con los concursantes
El reality show en el comportamiento	<ul style="list-style-type: none">• Estereotipos de los reality• El sexismo, violencia y denigración en los reality• La falsedad de los reality• Necesidad de programas educativos• Influencia en los jóvenes• Compartir tiempo en familia• El buen uso del tiempo

Cuadro N° 4: Contenido de la capacitación

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

PROGRAMA

TALLER DE CAPACITACIÓN

LUGAR: El programa de capacitaciones se realizará en la Unidad Educativa Bolívar, a quienes se expondrá los distintos puntos del desarrollo de la propuesta, quienes asistirán los estudiantes, padres de familia, y autoridades de la institución, donde se llevará a cabo las capacitaciones, será en el “Salón de actos”.

Taller 1: La Realidad Mediatizada: Los Reality shows		
Horario	Tema - actividad	Responsable
Inicio 17:00	Bienvenida y reparto de materiales(contenido)	Carmen Condemaita
	Dinámicas	Carmen Condemaita
	Desarrollo de los subtemas	Carmen Condemaita Invitado

Cuadro N° 5: Taller 1

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Taller 2: El reality Show en el Ecuador		
Horario	Tema - actividad	Responsable
Inicio 17:00	Recuento, tema anterior	Carmen Condemaita
	Dinámicas	Carmen Condemaita
	Desarrollo de los subtemas	Carmen Condemaita Invitado
	Evaluación del tema	Carmen Condemaita

Cuadro N° 6: Taller 2

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Taller 3: El reality show en el comportamiento		
Horario	Tema - actividad	Responsable
Inicio 17:00	Recuento, tema anterior	Carmen Condemaita
	Dinámicas	Carmen Condemaita
	Desarrollo de los subtemas	Carmen Condemaita Invitado
	Evaluación del tema	Carmen Condemaita
	Sugerencias	

Cuadro N° 7: Taller 3

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

Para poder llegar a alcanzar un buen porcentaje de acogida, presento los materiales que serán entregados en el taller de capacitación, con la información pertinente.

MATERIALES PARA EL TALLER DE CAPACITACION

SLOGAN

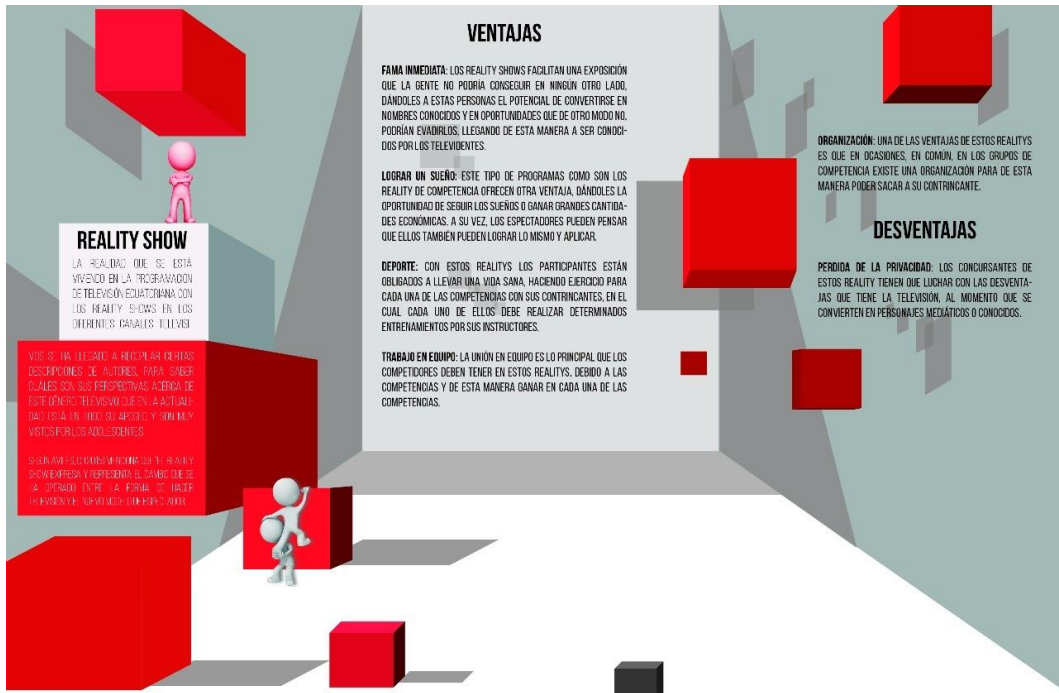
“REALITY SHOW, COMPETENCIA O FICCIÓN”

La premisa de este slogan, es llamar la atención de los estudiantes, padres de familia y autoridades, para que de esta manera se vean identificados con los programas de reality que observan diariamente en sus hogares o lugares de trabajo.

TRÍPTICO

El tríptico es un documento informativo, realizado con el objetivo de exponer una variedad de información, para llegar con datos relevantes sobre el taller de concientización que se va a exponer.

El tríptico será impreso en A3 en 12x18 pulgadas, y 420 milímetros por 297 milímetros. Y, por lo tanto, constan con colores representativos de los realitys show. Rojo y amarillo representan los equipos de programa de reality “Calle 7” Rosado y negro a “Doble Tentación”.



REALITY SHOW

LA REALIDAD QUE SE ESTÁ VIVIENDO EN LA PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN EQUIVOCADA CON LOS REALITY SHOWS EN LOS DICHOS CASOS TELEVISIVO.

NO SE HA LOGRADO APLICAR POCAS DESCRIPCIONES DE AUTORES PARA SABER CUALES SON SUS PERSPECTIVAS ACERCA DE ESTE GENERO TELEVISIVO QUE EN LA ACTUALIDAD ESTA EN TODO SU APELO Y SON MUY VISTOSOS POR LOS ADOLESCENTES.

SIERAN LOS COMENTARIOS DE UN REALITY SHOW EXPRESO Y REPRESENTA EL CAMBIO QUE SE A OPERADO EN LA FORMA DE VER EL MUNDO DE LOS ADOLESCENTES EN ESTE TIPO DE PROGRAMAS.

VENTAJAS

FAMA INMEDIATA: LOS REALITY SHOWS FACILITAN UNA EXPOSICIÓN QUE LA GENTE NO PODRÍA CONSEGUIR EN NINGUN OTRO LADO, DÁNDOLES A ESTAS PERSONAS EL POTENCIAL DE CONVERTIRSE EN NOMBRES CONOCIDOS Y EN OPORTUNIDADES QUE DE OTRO MODO NO PODRÍAN EVADIRLOS, LLEGANDO DE ESTA MANERA A SER CONOCIDOS POR LOS TELEVIDENTES.

LOGRAR UN SUEÑO: ESTE TIPO DE PROGRAMAS COMO SON LOS REALITY DE COMPETENCIA OFRECEN OTRA VENTAJA, DÁNDOLES LA OPORTUNIDAD DE SEGUIR LOS SUEÑOS O GANAR GRANDES CANTIDADES ECONÓMICAS. A SU VEZ, LOS ESPECTADORES PUEDEN PENSAR QUE ELLOS TAMBIÉN PUEDEN LOGRAR LO MISMO Y APLICAR.

DEPORTE: CON ESTOS REALITYS LOS PARTICIPANTES ESTÁN OBLIGADOS A LLEVAR UNA VIDA SANA, HACIENDO EJERCICIO PARA CADA UNA DE LAS COMPETENCIAS CON SUS CONTRINCANTES, EN EL CUAL CADA UNO DE ELLOS DEBE REALIZAR DETERMINADOS ENTRENAMIENTOS POR SUS INSTRUCTORES.

TRABAJO EN EQUIPO: LA UNIÓN EN EQUIPO ES LO PRINCIPAL, QUE LOS COMPETIDORES DEBEN TENER EN ESTOS REALITYS, DEBIDO A LAS COMPETENCIAS Y DE ESTA MANERA GANAR EN CADA UNA DE LAS COMPETENCIAS.

DESVENTAJAS

ORGANIZACIÓN: UNA DE LAS VENTAJAS DE ESTOS REALITYS ES QUE EN OCASIONES, EN COMÚN, EN LOS GRUPOS DE COMPETENCIA EXISTE UNA ORGANIZACIÓN PARA DE ESTA MANERA PODER SACAR A SU CONTRINCANTE.

PÉRDIDA DE LA PRIVACIDAD: LOS CONCURSANTES DE ESTOS REALITY TIENEN QUE LUCHAR CON LAS DESVENTAJAS QUE TIENE LA TELEVISIÓN, AL MOMENTO QUE SE CONVIERTEN EN PERSONAJES MEDIÁTICOS O CONOCIDOS.



REALITY SHOW

COMPETENCIA O UNIÓN

LA PRIVACIDAD DE LOS PARTICIPANTES AL MOMENTO DE FIRMAR UN CONTRATO CON LOS PRODUCTORES DE TV LES DAN LA LIBERACIÓN PERSONAL Y DERECHOS DE GRABAR DURANTE CADA ASPECTO QUE SUCEDA EN EL PROGRAMA.

EFFECTOS PELIGROSOS A LA REPUTACIÓN: AL MOMENTO QUE LOS PARTICIPANTES ENTREGAN SUS DERECHOS DE PRIVACIDAD, NO PUEDEN CONSIDERAR LOS EFECTOS QUE TENDRÁN A LARGO PLAZO DE LOS REALITY. ESTO PUEDE CONVERTIRSE UN ARMA DE DOBLE FILO, MUCHOS DE LOS PARTICIPANTES SE INVOLUCRAN EN COMPORTAMIENTOS QUESTIONABLES Y APARECEN EN TELEVISIÓN, ESTO PUEDE LLEGAR A IMPACTAR A SUS RELACIONES FAMILIARES O CON SUS AMIGOS.

CONFRONTACIONES: EN LAS COMPETENCIAS LAS DISCUSIONES Y LA PÉRDIDA DE VALORES ES EVIDENTE, EL LÉXICO Y COMPORTAMIENTOS DE CIERTOS COMPETIDORES HACE QUE LA PERSONA ENCARGADA, EN ESTE CASO EL PRODUCTOR SANCIONE ESTAS CONDUCTAS, DEBIDO A QUE ESTE ES UN PROGRAMA FAMILIAR DONDE VEN UNA GRAN CANTIDAD DE ADOLESCENTES.

VALORES CONTRADICTORIOS: EN ESTOS REALITYS, LOS VALORES JUEGAN UN PAPEL MUY IMPORTANTE, DEBIDO A CADA UNO DE LOS ACONTECIMIENTOS QUE ACONTECEN Y LOS LLEVA A REALIZAR O DECIR COSAS QUE NO SABÍAN ANTES DE FIRMAR UN CONTRATO.

INVITACIONES

Las invitaciones serán entregadas, con el objetivo de comunicar tanto a medios de comunicación sean radiales, televisivos o escritos, a los estudiantes, padres de familia y autoridades de la institución, sobre el taller de capacitación que se va a presentar en la Unidad Educativa Bolívar.



Las personas que serán encargadas de presentar el evento llevarán gafetes de identificación, para cualquier inquietud que el público tenga. De igual forma las invitaciones serán distribuidas los gafetes para las personas que asistan al taller, el gafete será una identificación para el ingreso y salida del evento.

INVITACION A ESTUDIANTES

Invitamos a los estudiantes de decimos semestres de la Unidad Educativa Bolívar de la ciudad de Ambato, a un taller de capacitación con el objetivo de llegar a concientizar sobre los contenidos de reality shows y su incidencia en el comportamiento de los adolescentes.

Fecha: 04-09-2017

Lugar: Salón de actos de la Unidad Educativa Bolívar

Hora: 17:00 Horas

INVITACION A PADRES DE FAMILIA

Invitamos a los padres de familia de los estudiantes de decimos semestres de la Unidad Educativa Bolívar de la ciudad de Ambato, a un taller de capacitación, que se mantendrá con el objetivo de llegar a concientizar sobre los contenidos de reality shows y su incidencia en el comportamiento de los adolescentes.

Fecha: 04-09-2017

Lugar: Salón de actos de la Unidad Educativa Bolívar

Hora: 17:00 Horas

INVITACION A AUTORIDADES DE LA INSTITUCION

Invitamos a las distinguidas autoridades de la Unidad Educativa Bolívar de la ciudad de Ambato, a un taller de capacitación que se mantendrá con el objetivo de llegar a concientizar sobre los contenidos de reality shows y su incidencia en el comportamiento de los adolescentes.

Fecha: 04-09-2017

Lugar: Salón de actos de la Unidad Educativa Bolívar

Hora: 17:00 Horas

INVITACION A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se invita a los distinguidos medios de comunicación de la ciudad de Ambato, a un taller de capacitación, que se mantendrá con estudiantes, padres de familia y autoridades de la institución, con el objetivo de llegar a concientizar sobre los contenidos de reality shows y su incidencia en el comportamiento de los adolescentes.

Fecha: 04-09-2017

Lugar: Salón de actos de la Unidad Educativa Bolívar

Hora: 17:00 Horas

UNIFORME PARA LOS CAPACITADORES

El uniforme es exclusivamente para el personal de capacitación, es realizado con el fin de dar una presentación propia y original, representando los colores de competencia.



BOLETIN DE PRENSA

Este método es una presentación escrita, relatando una breve información sobre el taller de capacitación a realizarse, para de esta manera, llamar la atención al público manteniendo una credibilidad en los datos expuestos.

“REALITY SHOW, COMPETENCIA O FICCIÓN”

Ambato, Tungurahua

COMUNICADO DE PRENSA

Para mayor información, comunicarse con:

Teléfono: (03) 2460005

Fax: (03) 2460022

Correo electrónico: realityshow.compeoficcion@gmail.com

El taller de capacitación “REALITY SHOW, COMPETENCIA O FICCIÓN”, tiene el honor de invitar, al evento a realizarse en la Instalación de la Unidad Educativa

Bolívar, en el Salón de eventos principal el cual se llevará a cabo el lunes, 04 de septiembre del 2017, a las 17:00 horas.

En este evento se darán a conocer temas de gran relevancia e importancia para los adolescentes:

TEMA	SUBTEMAS
La Realidad Mediatizada: Los Reality shows	<ul style="list-style-type: none"> • Historia de los "Reality Shows" • El 'boom' de los "Reality Shows" - Programas Actuales. • Ventajas y desventajas de los Reality Shows
El reality Show en el Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> • El auge de los reality show • El reality calle 7 • El reality Doble tentación • La realidad de estos reality. • Que pasa con los concursantes
El reality show en el comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Estereotipos, sexismo, violencia y denigración en los reality • La falsedad de los reality • Necesidad de programas educativos • Influencia en los jóvenes

REALITY SHOW

COMPETENCIA O FICCIÓN

Ambato, Tungurahua

COMUNICADO DE PRENSA

Para mayor información, comunicarse con:

Teléfono: (03) 2460005

Fax: (03) 2460022 Correo electrónico: realityshow.compeoficcion@gmail.com

El taller de capacitación "REALITY SHOW, COMPETENCIA O FICCIÓN", tiene el honor de invitar, al evento a realizarse en la Instalación de la Unidad Educativa Bolívar, en el Salón de eventos principal el cual se llevara a cabo el Lunes, 04 de septiembre del 2017, a las 17:00 horas.

En este evento se darán a conocer temas de gran relevancia e importancia para los adolescentes:

TEMA	SUBTEMAS
La Realidad Mediatizada: Los Reality shows	Historia de los "Reality Shows" El 'boom' de los "Reality Shows" - Programas Actuales. Ventajas y desventajas de los Reality Shows
El reality Show en el Ecuador	El auge de los reality show El reality calle 7 El reality Doble tentación La realidad de estos reality. Que pasa con los concursantes
El reality show en el comportamiento	Estereotipos, sexismo, violencia y denigración en los reality La falsedad de los reality Necesidad de programas educativos Influencia en los jóvenes



AFICHE PUBLICITARIO

Este afiche es realizado con el fin de difundir un mensaje, un contenido que capte la mirada del lector, de esta manera los datos serán claros, precisos y convencerán al lector de asistir al taller de capacitación a realizarse.

Este afiche será impreso en A3 y representa los colores de los grupos de competencia.



Este volante será entregado y distribuido tanto dentro como fuera de la institución, ya que este taller de capacitación es un tema de suma importancia para los adolescentes, por ende, este evento será con el objetivo de obtener buenos resultados, en el comportamiento de los adolescentes.

El flyer será impreso en A5



SPOT PUBLICITARIO

- “Infórmate, comunícate, mira tú realidad, ven e investigada sobre el reality show, este lunes 4 septiembre en la Unidad Educativa Bolívar en el Salón de eventos”.
- “Investigada, no te quedes con la duda, te mantenemos informado. Este lunes 4 septiembre en la Unidad Educativa Bolívar en el Salón de eventos”.
- “Deja despegar tu mente, imagina algo nuevo, nosotros te explicamos la realidad del reality show, este lunes 4 septiembre en la Unidad Educativa Bolívar en el Salón de eventos”.

PUBLICACION EN UN MEDIO IMPRESO

La publicación del taller de capacitación en un medio impreso local, es con el objetivo de llegar al público y dar a conocer sobre este evento, dando a conocer los temas a tratar y donde se va a realizar. Tomando en cuenta que este tema de reality show es de interés social.

The image shows the front page of the newspaper 'La Hora'. At the top, the masthead reads 'La Hora' in large white letters on a blue background, with the tagline 'LO QUE NECESITAS SABER' below it. A yellow banner at the top right indicates '50c incl. IVA' and 'Número total de ejemplares puestos en circulación: 49.850'. The main headline is 'REALITY SHOW' in large white letters, with the subtitle 'COMPETENCIA O FICCIÓN' below it. A woman in a red outfit is the central figure. To her left is a circular graphic for a 'TALLER DE CAPACITACIÓN' (Workshop of Training) featuring a pencil and the logo of 'UNIDAD EDUCATIVA BOLIVAR'. Several callout boxes list topics: 'LA REALIDAD MEDIATIZADA: LOS REALITY SHOWS', 'EL REALITY SHOW EN EL ECUADOR', and 'EL REALITY SHOW EN EL COMPORTAMIENTO'. A date box states '04 DE SEPTIEMBRE DEL 2017, A LAS 17:00 HORAS.' and a location box says 'SALÓN DE EVENTOS UNIDAD EDUCATIVA BOLIVAR'. The right sidebar contains three news snippets: 'LA FRASE' with 'La vida es de retos' by Camila Valarezo Córdova; 'CIUDAD' with 'Rubén Torres es el intendente de Comunicación'; and 'GLOBAL' with 'Cita Obama y Mujica en EE.UU.'. At the bottom right is a 'LOTERIA NACIONAL' section showing lottery numbers for the first, second, and third prizes, along with the website 'www.lahora.com.ec' and social media handles for Facebook and Twitter.

PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

El evento del taller de capacitación se dio a conocer por medio de las redes sociales, en este caso Facebook, por ser una de las principales páginas a la que acceden los adolescentes para estar informados, por tal motivo se publicó el afiche publicitario del evento. El mismo que tuvo una acogida por los jóvenes, y dieron un me gusta a la página.



PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

La evaluación de la propuesta establecerá si las actividades que se emplearon permitieron alcanzar los objetivos planteados y propuestos.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Qué evaluar?	La influencia de los Reality Show (calle 7 y Doble tentación) en el comportamiento de los estudiantes.
2.- ¿Por qué evaluar?	Verificar los resultados y tomar medidas de solución, para el mejoramiento continuo de los estudiantes.
3.- ¿Para qué evaluar?	Potenciar, garantizar la integración de la familia en la educación de sus hijos, teniendo como resultado que el nivel de conocimiento sea cada vez más alto.
4.- ¿Con que criterios?	Talleres acordes a la solución del problema.
5.- Indicadores	Cualitativos y Cualitativos
6.- ¿Quién evaluar?	La investigadora
7.- ¿Cuándo evaluar?	Se lo debe hacer en forma permanente (antes, durante y después de la propuesta).
8.- ¿Cómo evaluar?	Serán utilizados métodos de recolección de información.
9.- Fuentes de Información	Autoridades, padres de familia y estudiantes.
10.- ¿Con qué evaluar?	Talleres, Cuestionario.

Cuadro N° 8: Evaluación de la propuesta

Elaborado por: Carmen Elizabeth Condemaita Díaz

BIBLIOGRAFÍA

1. Alarcon, D. (2013). *Desarrollo de la personalidad de los niños* . Obtenido de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4024/1/tp_2011_221.pdf
2. Arteaga, A. (2014, p. 21). *El comportamiento conductual y su relación en el trabajo*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5811/1/TESIS%20Cruz%20Arteaga.pdf>
3. Aviles, C. (2015). *Análisis sobre la influencia de los reality show en el comportamiento de adolescentes*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8438/1/carlos%20luis%20%20aviles%20b.%20%20tesis%20final%20%2017%20nov.pdf>
4. Bajaña, M., & Seminario, M. (2016). *Análisis del impacto social del reality show “apuesto por ti”*. Obtenido de <http://doczz.es/doc/364404/repositorio-ulvr---universidad-laica-vicente-rocafuerte-de>
5. Bajaña, M., & Seminario, M. (2016). *Análisis del impacto social del reality show “Apuesto Por Ti” en los habitantes entre 14 y 25 años de la Cooperativa los Vergeles de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/827/1/T-ULVR-0878.pdf>
6. Benalcázar, A. (2015). *Procesos de recepción de los Reality Shows*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4729/1/T1746-MC-Benalcazar-Procesos.pdf>
7. Benalcazar, M. (2015). *Procesos de recepción de los Reality Shows*. Obtenido de <http://studylib.es/doc/1518249/t1746-mc-benalcazar-procesos.pdf>
8. Bourdieu, P. (1996). *Sobre la television*. Barcelona: Anagrama.
9. Cardenas, D. (2013). *Causas en la violencia intrafamiliar*. Obtenido de <https://diana19972009.wordpress.com/>
10. Carrión, J. (2014, p. 29). *La influencia de los padres en el comportamiento*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7161/1/JENNY%20CARRI%C3%93N%20ATIAJA.pdf>

11. Castañares, W. (2014). *Géneros realistas en televisión Los reality shows*. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/CIYC9595110079A/7463>
12. Cebrián, M. (2014). *La nueva frontera de los realities shows y de las .* Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/649/64900902/>
13. Cortés, A., Aierbe, A., & Santos, O. (2013). *Los programas y características de los personajes preferidos en el visionado de la televisión: diferencias evolutivas y de sexo*. Obtenido de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1174/113564010790935196>
14. Cucarella , V., & Fernández, A. (2014). *Las diferencias regionales del sector público español*. Bilbao: BBVA.
15. Díaz, L. (2016). *Doble tentación: ¿en serio?* Obtenido de <http://www.vanguardia.cu/opinion-de-periodistas/9142-doble-tentacion-en-serio>
16. EPAASF. (2013). *¿Cuál es la diferencia entre el carácter y el temperamento?* Obtenido de <https://escuelaparaaprenderaserfeliz.wordpress.com/2013/06/02/cual-es-la-diferencia-entre-el-caracter-y-el-temperamento/>
17. Escalante, J. (2013). *Conducta Humana*. Obtenido de http://psicodonbosco.blogspot.com/2011/03/conducta-humana_30.html
18. Godoy, E. (2014). *Doble Tentación. Es un reality show chileno producido*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Doble_Tentaci%C3%B3n_\(reality\)](https://www.ecured.cu/Doble_Tentaci%C3%B3n_(reality))
19. Gupinez, D. (2016). *5 razones para ver Doble Tentación*. Obtenido de <http://www.bfacemag.es/television/doble-tentacion-chile/>
20. Hiru. (2013). *Los Medios de Comunicación Social*. Obtenido de <http://www.hiru.eus/ciencias-sociales/los-medios-de-comunicacion-social>
21. Jiménez, R. (2014). *Comportamiento humano*. Obtenido de http://www.academia.edu/30980822/comportamiento_humano
22. Ley Orgánica de Comunicación. (2010). *Disposiciones preliminares y definiciones*. Obtenido de <http://www.etapa.net.ec/Portals/0/TRANSPARENCIA/Literal-a2/LEY-ORGANICA-DE-COMUNICACION.pdf>

23. Liberio, M. (2015). *Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaqui.* Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9049/1/Tesis%20completa.pdf>
24. Madero, K. (2013). *Interacciones Sociales.* Obtenido de <http://maderocelayakarenyamile.blogspot.com/2010/11/interacciones-sociales.html>
25. Maestre, D. (2015). *Reality shows»: el verdadero cerdo mediático .* Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/158/15825149/>
26. Martínez, E., & Sánchez, S. (2014). *El espectáculo/reality show para conseguir determinados propósitos.* Obtenido de <https://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/periodismoshowtruman.htm>
27. Mena, C. (2015). *Los reality shows y su papel en la formación de valores de los jóvenes de acuerdo al Sumak Kawsay.* Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7489/1/TESIS%20CARLOS%20MENA%20%202%20de%20julio.pdf>
28. Muñoz, A. (2015, p. 34). *El autoconcepto y su incidencia en el comportamiento social.* Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12411/1/FCHE-PSEP-99.pdf>
29. Oña, N. (2015, p. 34). *El respeto y su influencia en el comportamiento social dentro del aula.* Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12734/1/FCHE-EBP-1488.pdf>
30. Palermo, F. (10 de Mayo de 2013, p.29). *Medios de Comunicación.* Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/6589_15896.pdf
31. Palermo, F. (2016). *Medios de comunicación.* Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/6589_15896.pdf
32. Quevedo, C. (2013). *Calle 7 Ecuador.* Obtenido de <http://carolinaquevedot.blogspot.com/2013/04/>
33. Quintanilla, B. (2013, p. 71). *Personalidad madura, Temperamento y caracter.* México: Cruz.

34. Rincon, O. (2003). *Realities la narrativa total de la television*". Buenos Aires: Norma.
35. Rincon, O. (1 de Septiembre de 2012). Y vienen más realities ¿Qué está pasando? / Al otro lado. *El Tiempo*, 2-6.
36. Salazar, D. (2016). *Análisis de la violencia simbólica en el programa Calle 7*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10354/An%C3%A1lisis%20de%20la%20Violencia.pdf>
37. Sánchez, D. (2014). *Los Medios de Comunicación y su influencia en la actitud Política de la ciudadanía* . Obtenido de <https://secure.orkund.com/view/document/10546045-477722-666386/download>
38. Sandoval, C. (2014). *Los medios de comunicación*. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion
39. Soto, C. (2014). *Comportamiento Humano Psicología*. Obtenido de <https://psicologosenlinea.net/1688-comportamiento-humano-psicologia-definicion-del-comportamiento-humano-y-como-la-luna-puede-afectar-el-comportamiento-de-las-personas.html>
40. Villacis, A. (2015, p. 23). *Personalidad y relación con las causas de la permanencia del trabajo sexual femenino*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9282/1/Villac%C3%ADs%20Tovar,%20Arelis%20Janina.pdf>
41. Whitmore, D. (2014). *Comportamiento social*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/comportamiento-social-info_477398/

ANEXOS

ANEXO N°1

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

Encuesta dirigida a estudiantes de décimo curso de la Unidad Educativa Bolívar

Indicaciones:

1. Lea detenidamente las preguntas.
2. Marque con una X la respuesta.

Cuestionario:

1) ¿Qué tipo de programas prefiere ver en televisión?

Noticieros ()

Series- Películas ()

Reality ()

Deportes ()

Novelas ()

Documentales ()

Musicales ()

2) ¿Ha visto algún programa de reality show?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

3) ¿Es de tú interés el programa Calle 7?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

4) ¿Es de tu interés el programa Doble Tentación?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

5) ¿Considera importante que sigan transmitiendo este tipo de programas por TV?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

6) ¿Qué tipo de contenido cree usted que tienen los programas de Reality Show “Calle 7” y “Doble Tentación”?

Cultural ()

Entretenimiento ()

Sexual ()

Violento ()

7) ¿Cree usted, que los jóvenes de su edad imitan a los competidores de estos reality?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

8) ¿Cree usted, que los reality inducen a los adolescentes a un comportamiento inadecuado?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

9) ¿Cuándo se realiza actividades en grupo dentro del aula, usted se integra o compromete para realizar este tipo de trabajos?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

10) ¿Se considera una persona que acepta los valores establecidos por la sociedad?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

11) ¿Practica valores fundamentales como, el respeto hacia sus compañeros en su vida estudiantil?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

12) ¿Ha tenido alguna vez problemas de conducta dentro de la institución educativa?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

ARTÍCULO CIENTÍFICO

LA INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE REALITY SHOW EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias sociales
Carrera de Comunicación Social

Autora: Condemaita Díaz Carmen Elizabeth

RESUMEN

La televisión se ha transformado en un medio con una influencia importante en los televidentes, por tal motivo los productores buscan crear programas que generen un alto ingreso económico y comercial, pero a su vez que el costo de realización sea mínimo. Los reality show tienen este tipo de características y se ha posicionado entre el tipo de programas más observados en el país, todos los canales cuentan con uno o más realitys en su cadena de programación.

Este tipo de programas tienen un efecto de rebote en la audiencia, específicamente en los adolescentes, es decir, los televidentes imitan el comportamiento de los participantes de dichos realitys. El objeto de estudio, “Calle 7” y “Doble Tentación”, son programas con más seguidores y televidentes en el país y este tipo de programas se han creado estereotipos de acuerdo al género, donde se miran claras escenas sexistas en el papel que juegan el hombre y la mujer, mostrando al hombre siempre como seductor, con éxito y profesional; mientras por otro lado, la mujer como objeto de deseo y belleza. Este escenario ha llevado a que los programas de entretenimiento sigan añadiendo estos estereotipos en la producción de los realitys ya que atraen a la audiencia porque se sienten identificados.

Los productores arman escenas en las cuales exponen a sus participantes de manera sexual, cómica e incluso aprovechan de sus relaciones privadas para convertirlas en material que debe salir al aire, sin importar la violencia que representan para participantes y audiencia. Nuestra investigación, en este caso, se basará en el análisis del reality show mencionado.

Descriptor: Reality Show, Comportamiento, Efecto, Producción.

SUMMARY

Television has become a medium that has an important influence on viewers, so producers are looking to create programs that generate a high income but at the same time the cost of realization is minimal. The reality show has these types of features and has positioned itself among the most watched type of programs, in the country; all channels have one or more reality in their programming grid. These types of programs have a rebound effect on the audience specifically in young people, ie, viewers imitate the behavior of participants in such reality. The object of study, "Calle 7" and "Doble Tentación", are programs with more followers and viewers in the country and this type of programs have created gender stereotypes, where they look clear sexist scenes in the role they play the man and the woman, showing man always as seductive, successful and professional; on the other hand, women as objects of desire and beauty. This scenario has led to the entertainment programs continue to add these stereotypes in the production of realities as it attracts the audience because it feels identified. Producers create scenes in which they expose their participants in a sexual, comical way and even take advantage of their private relationships to turn them into material that must be released on the air, regardless of the violence it represents for participants and audience. Our investigation, in this case, will be based on the analysis of the reality show mentioned.

Descriptors: Reality Show, Behavior, Effect, Production.

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo investigativo está encaminado en analizar los programas de Reality (Calle 7 y Doble Tentación), en sus aspectos positivos y negativos que presenta al observar este tipo de programas, cual es la realidad que se muestra, y lo más importante como incide en el comportamiento en los estudiantes de la Unidad Educativa "Bolívar".

La investigación que ha dominado los estudios sobre los efectos ha sido de corte positivista; basado en la medición y la cuantificación. A pesar de su enorme esfuerzo, este tipo de investigación empírica no ha dado mucha luz sobre los efectos de la

violencia que se exponen en los medios. Son continuas las discrepancias en torno a los resultados (algunos han encontrado efectos beneficiosos como es el "catártico" según el cual la violencia en la TV o en los video juegos libera la agresividad reprimida y recupera el equilibrio tras haber pasado por experiencias frustrantes) y la metodología (sobre la validez y fiabilidad de las pruebas y el contexto en el cual se realizan). (Cortés, Aierbe, & Santos, 2013).

Los reality shows son una variedad de programas de entretenimiento que han tomado fuerza en los diversos canales de televisión, en los cuales se capta un número de participantes y se premia o censura sus habilidades y comportamientos dependiendo de la reacción del televidente. Estos programas pueden tener diversos formatos como: programas de baile, concurso de talento, competencias físicas, competencias intelectuales, competencias de cocina, entre otros.

Para la mayoría de televidentes estos programas no aportan culturalmente a la sociedad e inclusive premian conductas que socialmente han sido reprobadas logrando que la percepción de las mismas cambie entre las nuevas generaciones. En el caso del programa "Apuesto por ti" se llegan a presentar como virtudes, acciones que no son aceptadas por la audiencia, sin embargo, logran su cometido, el cual es captar la atención del televidente y con ello generar audiencia. (Cebrián, 2014)

Es por esto, que se considera necesaria la propuesta de programas televisivos que manejen un formato concurso similar a los realitys pero que dignifiquen valores sociales como el conocimiento, la destreza y la superación personal como factores que motiven a la educación de niños, jóvenes y adultos, mediante la valorización del saber, vinculado a aumentar la información relevante que se posee referente a Ecuador.

Los medios de comunicación masivos como la televisión, son de mucha utilidad en la sociedad porque nos mantienen informados de todos los acontecimientos nacionales e internacionales, son capaces de persuadir, crear ideologías, moldear conciencias y de encaminar un estilo de vida de acuerdo a los perfiles de los personajes públicos a los que tienen acceso los adolescentes. (Maestre, 2015)

La televisión por medio de los presentadores, reporteros, ancor, publicidad les venden moda, cultura, vocabulario, costumbres, las cuales los jóvenes las van adoptando, haciéndolas parte de su vida, porque así lo exigen los estándares televisivos y la sociedad a la cual ellos quieren tener sentido de pertenencia, sentirse identificados con alguien que les brinda la aparente tranquilidad de desenvolvimiento en su entorno juvenil.

2. METODOLOGÍA

En esta parte, intervienen los sujetos que son investigados, de la Unidad Educativa Bolívar, que está conformado por 85 estudiantes y como se tiene el número exacto de la población, se realizó las encuestas a todos los alumnos.

La técnica que se aplica para conseguir la información, es la encuesta, con ciertas preguntas cerradas y otras de elección múltiple, cuestionario pre-establecido para los encuestados, con el objetivo de encontrar datos importantes relacionados a la investigación.

Después de terminar de encuestar, con los datos de la información obtenidos, se tabulo, se hizo su respectivo análisis e interpretación, aplicando la estadística gráfica, descriptiva y explicativa.

Al terminar el proceso de análisis e interpretación, se procederá a la comprobación de la hipótesis, realizadas por el investigador para continuar con el proceso de conclusiones y recomendaciones posibles soluciones, con una propuesta, que aporte a resolver el problema de la investigación.

3. RESULTADOS

CONCLUSIONES

- Los programas de reality show en el Ecuador “Calle 7 y Doble Tentación” alcanzan con mayor aceptación en los hogares principalmente en los adolescentes, pero no siempre son vistos de una forma positiva por los televidentes quienes consideran que los contenidos no son del todo positivos,

ya que fomentan estereotipos o se basan en conductas que no deberían ser premiadas sino censuradas.

- Son pocos los programas culturales y educativos que existen ante el triunfo del reality show; la mayoría de jóvenes son atraídos por estos productos televisivos por la similitud que encuentran con los participantes en el manejo del sexo y el erotismo como argumentos que despiertan la morbosidad en el público.
- “Calle 7 y doble tentación” usa el reggaetón, escotes femeninos, trajes de baño y los movimientos provocativos de las participantes para reproducir un ambiente que exhibe a la mujer como objeto sexual, tomando como aspecto positivo el valor del trabajo en equipo y la superación personal y los retos físicos que van cumpliendo.
- Se concluye que en el aula de clase el comportamiento de los estudiantes es bajo y poco adecuado porque se producen conflictos entre compañeros/as, no se respeta las normas de convivencia institucionales, las diferencias culturales, hay presencia de agresividad verbal, falta de valores e irrespeto a las normas básicas de comportamiento para la institución educativa.
- Al analizar, consultar, repasar e investigar trabajos citados por otros autores, se llegó a concluir que el adolescente muchas veces busca un referente, o una identidad, y aunque no es causa exacta, más bien es propio de la edad, donde impera la curiosidad por conocer o aprender sobre temas nuevos que no son tocados en el hogar, pero que la misma televisión los lleva a eso al mostrarle lo que desean ver sin ningún tipo de restricción.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que la televisión en el Ecuador reproduzca un producto de calidad, en los cuales se transmita un entretenimiento diferente y divertido para los jóvenes, un lugar donde pongan a prueba su inteligencia y no su cuerpo.
- Los canales televisivos deberían darle un giro a su parrilla televisiva y empezar a cambiar el fondo de los realitys; usarlo como diversión pero no usar a los participantes, es decir no crear historias falsas entre ellos y crear estereotipos que influyan negativamente en los adolescentes.

- Establecer normas y reglas de comportamiento que faciliten la sana convivencia entre estudiantes sin que afecten a las diferencias individuales usando estrategias para mejorar el comportamiento de sus estudiantes y desarrollar la interculturalidad, enfocadas en las partes axiológicas y orientadas a crear un ambiente más humano.
- Se recomienda a los padres de familia que tengan mayor control en lo que observan sus hijos en televisión en la mayoría de casos en estos programas denominados reality show se emiten comportamientos, escenas e imágenes que de una u otra manera influyen en el comportamiento de los jóvenes.

4. DISCUSIÓN

Los reality show es un formato que se ha posicionado en las pantallas durante los últimos tiempos; esto es por su bajo costo de realización y el alto número de rating, que genera mayor ingreso para el canal. Sin embargo, se entiende que este tipo de programas han influenciado en el comportamiento de la sociedad ya que van construyendo personajes que siguen estereotipos.

Todo el show que se arma en estos programas rompe con los objetivos iniciales de la televisión. Ahora los canales ya no se preocupan por transmitir programas educativos o informativos sino que crean realities que atraigan a las masas. Muchas veces, los nuevos programas que propone un canal son similares a los conocidos. Sin embargo, la mejor manera de derrocar a la competencia es lograr un mejor show con sus participantes; entre más conflictos exista, la audiencia escogerá el programa. El morbo y el escándalo son el eje central de estos programas, haciendo que el contenido no sea de calidad pero tiene gran impacto en el público.

Los reality “Calle 7 y Doble Tentación” son dos programas más populares del país. La mayoría de los nuevos talentos de pantallas han salido después de haber sido participantes. Sin embargo, varios críticos coinciden en que este programa es seguido por la cantidad de contenido telebasura que produce. Y algunos televidentes coinciden que con el paso de las temporadas el reality dejó de ser una competencia para transformarse en espacio de escándalo. Pues durante los últimos programas se han visto envueltos varios conflictos entre concursantes por inconformidades con la

producción o por externos. Estos pequeños conflictos que se forman alrededor de los concursantes trascienden la pantalla y se vuelven populares en las redes sociales; ya que, por esta vía de comunicación, los televidentes son capaces de dar su opinión sobre el asunto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

1. Cebrián, M. (2014). *La nueva frontera de los realities shows y de las* .
Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/649/64900902/>
2. Cortés, A., Aierbe, A., & Santos, O. (2013). *Los programas y características de los personajes preferidos en el visionado de la televisión: diferencias evolutivas y de sexo.* Obtenido de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1174/113564010790935196>
3. Maestre, D. (2015). *Reality shows»: el verdadero cerdo mediático* . Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/158/15825149/>
4. Madero, K. (2013). *Interacciones Sociales.* Obtenido de <http://maderocelayakarenyamile.com/2010/11/interacciones-sociales.html>
5. Martínez, E., & Sánchez, S. (2014). *El espectáculo/reality show para conseguir determinados propósitos.* Obtenido de <https://www.uhu.es/cine.educacion/yeducacion/periodismoshowtruman.htm>