



## EL MANEJO DEL LENGUAJE TELEVISIVO DE LOS REALITY SHOWS, LA ESTRUCTURA DE SU FORMATO Y SU INFLUENCIA EN LOS JÓVENES, CASO DE ESTUDIO: PROGRAMA BLN, LA COMPETENCIA <sup>1</sup>

Mayra Sánchez Echeverría<sup>2</sup>

Lcda. Diana Auz Espinoza, Msc.<sup>3</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Mayra Sánchez Echeverría y Diana Auz Espinoza (2019): "El manejo del lenguaje televisivo de los reality shows, la estructura de su formato y su influencia en los jóvenes, caso de estudio: programa BLN, la competencia", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (julio 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/lenguaje-televisivo-reality.html>

### Resumen

Los reality shows se definen como el formato en el que se muestra el espectáculo y la convivencia de un grupo de personas, quienes tratan de superar a sus rivales mediante una competencia y que son expuestos a la teleaudiencia, según F. Perales. Nacieron entre los años 60 y 70 y son considerados como uno de los géneros televisivos con mayor impacto en la historia de la televisión a nivel mundial; sumado a que por sus singulares características, como la polémica y el exhibicionismo, han sido sujeto a críticas que lo descalifican y lo ubican dentro de la llamada "telebasura", pero que es consumida por una gran audiencia, por lo que se mantienen hasta la actualidad. Para elaborar el presente artículo y determinar el manejo del lenguaje, formato y la influencia de uno de los reality shows con gran acogida en el país, BLN, la Competencia, se realizaron investigaciones cualitativas y cuantitativas, sustentadas también con bases teóricas que respaldan el estudio. Es decir, este estudio cuenta con encuestas a jóvenes de entre 18 y 25 años; entrevistas a los productores del programa y a los especialistas en la rama de la Psicología, Sociología y legal, además de una ficha de observación para analizar el programa en mención.

### Palabras Claves

Reality show, telebasura, lenguaje, entrevistas, encuestas, influencia mediática.

<sup>1</sup> Este artículo se escribió en el marco del trabajo terminal de grado de la carrera de Periodismo.

<sup>2</sup> Estudiante de Periodismo, Universidad Laica Vicente Rocafructe, mayrachat1493@gmail.com

<sup>3</sup> Docente de la Universidad Laica Vicente Rocafructe, mauze@ulvr.edu.ec

## **Abstract**

Reality shows are defined as the format in which the show and the coexistence of a group of people are shown, who try to overcome their rivals through a competition and who are exposed to the audience, according to F. Perales. They were born in the 60s and 70s and are considered one of the television genres with the greatest impact in the history of television worldwide; In addition to its unique characteristics, such as controversy and exhibitionism, has been subject to criticism that disqualify and place it within the so-called telebasura, but which is consumed by a large audience, so they remain to this day. To elaborate the present article and to determine the handling of the language, format and the influence of one of the reality shows with great reception in the country, BLN, La Competencia, qualitative and quantitative investigations were carried out, supported also in theoretical bases that support the investigation. That is, this study has surveys of young people between 18 and 25 years old; interviews with the producers of the program and specialists in the field of Psychology, Sociology and Law, as well as an observation sheet to analyze the program in question.

## **Keywords**

Reality show, telebasura, language, interviews, surveys, media influence.

## **1. INTRODUCCIÓN**

En Ecuador, desde los años sesenta y setenta, hubo un auge a nivel de comunicación y telecomunicación. Se crearon varios periódicos y canales de televisión, últimos donde nace una nueva forma de entretenimiento familiar. Tras ello, en la década del 2000 se incursiona en un nuevo formato, originario de Nueva Zelanda, y Ecuador lo acogió. La primera franquicia de reality o programas de telerrealidad que aterrizó en el país fue Popstars, transmitido por Teleamazonas en 2002. Sin embargo, el que más acogida tuvo en esa época fue Gran Hermano, que llegó un año después desarrollado por la productora Endemol, con sede en Amsterdam.

En 2010, hubo otro auge de este tipo de programas. Apareció Combate y luego Calle 7, que hoy en día ya no están al aire. El que sí está desde 2013 es BLN, La Competencia, que nació primero como Baila Noche. Es un reality show de competencias transmitido, a las 22:00, de lunes a viernes por Canal Uno, el cual representa el caso de estudio de este artículo para analizar su lenguaje, formato y la influencia mediática que tiene en la población.

Para realizar este trabajo, se realizó una encuesta a jóvenes de 18 a 25 años, debido a que después de los adolescentes, los primeros son los más susceptibles a su influencia, según los expertos, y el programa se transmite en horario de público adulto. El campo de investigación fue la parroquia Carbo Concepción, que es una zona de gran afluencia de personas y tiene una población de 4035 habitantes, de acuerdo con el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo).

Con el fin de analizar el lenguaje televisivo del programa y su formato se realizaron fichas de observación de dos episodios del mismo y para analizar la influencia mediática se efectuaron las mencionadas encuestas y entrevistas a especialistas en las ramas de la Psicología, Sociología y Legal, quienes desde su experticia analizaron cómo este tipo de reality influye en los jóvenes porque los protagonistas de los reality, quienes exponen su vida privada en público, son tomados como modelos a seguir. Así, en el artículo se determinará si el programa incide en el comportamiento dentro del sector de la población ecuatoriana y se plantearán conclusiones.

### El caso en estudio

La historia de BLN, La Competencia se centra en dos escenarios. El primero empieza en 2013 y nace con el nombre de Baila la Noche, un reality de baile entre famosos. Fue transmitido por Canal Uno, tuvo tres temporadas y en cada uno de ellas hubo diferentes presentadores, tal como se muestra en la tabla a continuación.

**Tabla 1** Datos generales de Baila la Noche

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

**Fuente:** Mayra Sánchez

Sin embargo, a mediados del 2014 surgió un cambio en el formato y el programa. Pasó de llamarse Baila la Noche a BLN La Competencia, un programa de habilidades, combinado con baile y la vida de sus protagonistas. Actualmente está en la octava temporada y ha tenido diferentes presentadores y ganadores. En la tabla a continuación se muestra la información.

**Tabla 2** Datos generales de BLN La Competencia

Temporada	Año	Presentadores	Equipo Ganador	Ganadores
Temporada 1	2014	Eduardo Andrade Carolina Jaume	Fantásticos	Antonio Abril y Jomayra Cedeño
Temporada 2	2015	Eduardo Andrade		Jimar Vera y Erika Valencia11
Temporada 3			Jimar Vera y Erika Valencia11	
Temporada 4	2016	Karim Barreiro y Carlos José Matamoros	Vengadores	Ricardo Blanco y Sara Toscano
Temporada 5				Ricardo Blanco y Sara Toscano
Temporada 6	Larry Sojo y Sara Toscano			
Temporada 7	Larry Sojo y Pamela Echeverría			
Temporada 8	2018-2019			

**Fuente:** Mayra Sánchez

Pero, ¿a qué se debió el cambio de nombre y formato? Uno de sus productores, Víctor García, amplía el tema de la transición y comentó, principalmente que se debió a que antes estaban de moda los reality shows de baile, pero luego los de competencias y el programa se adaptó al formato.

Reitera que Baila La Noche era un reality de baile entre famosos, en cuya tercera temporada, que tuvo un elenco muy bueno, empezaron a experimentar cambios. Los jóvenes no solo bailaban sino que comenzaron a hacer juegos pero muy sencillos, como preguntas y respuestas, “sketches” cómicos y pruebas de baile sacándose una pieza. Así empezó todo.

García detalla que luego se dispuso probar una semana sin baile y los chicos recibieron uniformes y los dividieron en dos equipos: Fantásticos y Vengadores que se mantienen hasta la actualidad porque ha tenido acogida. En la temporada del cambio no hubo una final. Los uniformes eran muy básicos, sin dibujos, porque se hicieron para una semana, pero el programa se seguía llamando Baila la Noche, sin embargo los chicos no bailaban.

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

## 2. METODOLOGÍA

Para realizar esta investigación se utilizó el método cuali-cuantitativo combinado con una profunda indagación científica sustentada en publicaciones (artículos, libros, entre otra documentación), cuyos autores se encargaron de ampliar el tema con sus teorías, antecedentes y análisis relacionados con el objeto de estudio a tratar que, tal como se menciona anteriormente, es el programa BLN, La Competencia, del cual se analizará el lenguaje y formato que utiliza y su influencia en los jóvenes de Guayaquil.

De acuerdo con lo expuesto por Gortari (1981), el método científico es una abstracción de las actividades que los investigadores realizan, concentrando su atención en el proceso de adquisición del conocimiento, mientras que para Bunge (2004) es la estrategia de la investigación para buscar leyes. Para el presente trabajo, se utilizará la misma debido a que se busca obtener conocimiento a través de un proceso de recolección y análisis de datos.

El método cualitativo fue imprescindible en este estudio. Según Domínguez (2000), este considera que el mundo social está formado de significados y símbolos. Es por ello que la intersubjetividad es una pieza clave en la investigación cualitativa y punto de partida para captar reflexivamente la significación social, por lo que precisa que es un intento de obtener una profunda comprensión de las definiciones y significados de la situación, tal como la evidencian las personas.

Las técnicas utilizadas para el desarrollo de este trabajo fueron las entrevistas. Entre las personas que contribuyeron se encuentran los productores del programas, quienes que se encargaron de poner sobre la mesa el funcionamiento del programa; además de una psicóloga, un sociólogo y un especialista en leyes, quienes desde su experticia analizaron el tema y sus posibles repercusiones.

La investigación cuantitativa se basa en las causas o hechos del fenómeno social, según Peñuelas (2010). El método cuantitativo utiliza como herramientas cuestionarios, análisis demográficos e inventarios los cuales producen números, los mismos que se pueden analizar estadísticamente con el objetivo de verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre variables definidas operacionalmente, Para presentar resultados se utilizan tablas estadísticas y análisis numérico.

Para Sandhusen (2002), una encuesta es un conjunto de preguntas que permite obtener información relevante sobre un tema en común y en el presente estudio se las utiliza. Se efectuaron encuestas a personas entre el rango de 18 a 25 años. Se escogió esa población por ser el target principal al que va dirigido el programa en cuestión, de acuerdo con sus productores.

Según Tamayo (2003), "la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis, e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos. Se la realiza sobre conclusiones dominantes o grupos de personas o cosas. Funciona en presente". Sabino

(1992) opina en forma similar, ya que destaca que la investigación descriptiva se enfoca sobre hechos y su característica fundamental es la de presentar un interpretación correcta.

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

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

Según Arias (2006), la encargada de buscar el porqué de los hechos a través de relaciones causa-efecto en la investigación explicativa, es por eso que los estudios que utilizan esta investigación (investigación experimental) pueden encargarse de la determinación de las causas (investigación post facto) y de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. En este trabajo este tipo de investigación será de gran ayuda puesto que permitirá determinar el nivel de influencia mediática que tiene BLN La Competencia en los jóvenes, así como qué las causa y los efectos que tiene.

### **El programa, según sus productores**

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

Por ello, para indagar sobre el objeto de estudio se realizaron diversas entrevistas, entre ellas a los productores de BLN, La Competencia: Priscila Riera y Víctor García.

Tal como se lo explicó, el programa antes se llamó Baila La Noche y luego acogió el nombre actual, cambio que se dio en base a estudios y mediciones de rating, que se hacen a través del sistema de IBOPE que permite conocer sobre la audiencia y segmentar el público objetivo al que está dirigido el programa, según su productora.

Riera detalla que el formato es un reality show de competencia entre los integrantes de dos equipos: Fantásticos y Vengadores. Sin embargo, no solo hay competencia sino también varios segmentos (humor, baile, duelos individuales) y cada uno tiene su público. Por ejemplo, a las amas de casa les gusta los espectáculos de baile y los contenidos que se generan; los jefes de hogar disfrutan las competencias, mientras que los adolescentes las batallas de humor al igual que a los niños, quienes deben estar supervisados por un adulto, ya que el reality es apto solo para público adulto, es decir está en categoría C. Sin embargo, resalta que las actitudes de los participantes son muy profesionales y que el lenguaje utilizado por los conductores y participantes es "universal", sin agresividad.

Víctor García, por su parte, considera que el contenido presentado en BLN, La Competencia influye en los jóvenes, pero eso está bien, siempre y cuando no sea de manera real, es decir, que los jóvenes no tomen a los concursantes como ejemplo a seguir, ya que los participantes solo cumplen la función de entretener, nada más.

Tanto Riera como García destacan que los segmentos fuertes como el Sexy Dance son totalmente profesionales y que si a alguien no le gusta o le incomoda puede cambiar de canal. También afirmó que en BLN La Competencia las presentaciones del segmento Sexy Dance son

menos subidas de tono que en el formato anterior de Baila La Noche, el cual no era regulada por la actual Ley Orgánica de Comunicaciones, pero ahora sí.

García opina que BLN La Competencia debe su éxito a su formato, mismo que contiene segmentos de baile, humor y competencias, además de situaciones personales y románticas de los participantes. Sobre el sensacionalismo indica que sí se lo utiliza y promueve, pero enfatiza que no es amarillismo y lo que se ve en el programa es cien por ciento real.

### **3. FORMATO Y LENGUAJE**

Según Buganza (2019), un formato televisivo es el conjunto de elementos técnicos e intelectuales dirigidos a la realización de un programa de emisión pública y periódica con una estructura narrativa, unos personajes y unos elementos escénicos comunes para todas las emisiones, normalmente expresados en un documento.

Saló (2003), en cambio, lo define como el desarrollo de una serie a través de elementos audiovisuales y de contenidos, utilizados para un programa. El formato es el que diferencia un programa de otro, por lo que para Carrasco (2010) es un conjunto de características formales para un programa determinado que posee una distinción y diferenciación respecto a otros

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

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

En su libro Teoría del Periodismo, el autor Mauricio Martínez Rebollo aporta una buena reflexión del periodista y catedrático Gonzalo Martín Vivaldi, la cual dice que se habla y se escribe para entendernos. Por tanto, el mejor lenguaje será el que con más facilidad lleve a otros lo que queremos decir, el que mejor descubra nuestro pensamiento o nuestros sentimientos". (Martín, 2000).

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

Entonces podemos decir que, en el proceso, primero tenemos a un emisor interesado en expresar sus ideas, las cuales son ordenadas y elaboradas en forma de código anteriormente mencionado, para finalmente llegar a la transmisión de dicho mensaje mediante un tipo de lenguaje. Para la construcción de un mensaje, el periodista puede utilizar tanto un lenguaje verbal como un lenguaje visual. (Martínez M. , 2012).

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

Para analizar el programa de BLN La Competencia, se registraron los detalles relevantes en una ficha de observación (lenguaje y formato) que se diseña dependiendo del objeto o fenómeno a observar y consiste en un registro válido, confiable y detallado de la conducta o comportamiento de algo (Hernández & Fernández, 2003). En este caso, durante los días 10 y 11 de enero de 2019 se obtuvo información, la cual está registrada en las tablas 3, 4, 5 y 6.

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

FICHA DE OBSERVACIÓN-TV PROGRAMA BLN LA COMPETENCIA									
PARÁMETROS	BLOQUE 1 (QUIEN ES EL AMOR DE YULEISI COCA EN LA PRUEBA DEL POLIGRAFO)								
	NOMBRE DEL SEGMENTO:	BLN	FECHA:	10-ene-19	HORA:	23:00	NOMBRE DEL OBSERVADOR:	MAYRA SANCHEZ	
LENGUAJE	JERGAS POPULARES	DOBLE SENTIDO	AGRESIVO	MENSAJE POSITIVO (SÍ O NO)	VALORES HUMANOS (SÍ O NO) CUÁLES	ANÁLISIS DEL DISCURSO	PERSONAJES		
							CARACTERÍSTICA VESTIMENTA		
							PRESENTADOR	PRESENTADORA	PARTICIPANTES
¿QUÉ EXPRESIÓN?	Loco	Si	No	No	No	Discurso coloquial y trivial	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS
FRECUENCIA: CUÁNTAS VECES	7	Si	No	No	No		Semiformal	Semiformal	Ropa deportiva
¿QUIÉN LO DICE?	Participante Vincent	si	No	No	No		CAMISETA NEGRA RELOJ ROLEX ZAPATOS NIKE NEGRO	VESTIDO NEGRO ZAPATOS NEGRO	AZUL Y NEGRO ROJO Y NEGRO

Fuente: Mayra Sánchez

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

FICHA DE OBSERVACIÓN-TV PROGRAMA BLN LA COMPETENCIA									
PARÁMETROS	BLOQUE 2 (10/enero/2019)								
	NOMBRE DEL SEGMENTO:	BLN	FECHA:	10-ene-19	HORA:	23:00	NOMBRE DEL OBSERVADOR:	MAYRA SANCHEZ	
LENGUAJE	JERGAS POPULARES	DOBLE SENTIDO	AGRESIVO	MENSAJE POSITIVO (SÍ o NO)	VALORES HUMANOS (SÍ O NO) CUÁLES	ANÁLISIS DEL DISCURSO	PERSONAJES		
							CARACTERÍSTICA VESTIMENTA		
							PRESENTADOR	PRESENTADORA	PARTICIPANTES
¿QUÉ EXPRESIÓN?	Atacada	Si	Si	No	No	Discurso coloquial y trivial	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS
FRECUENCIA: CUÁNTAS VECES	2	Si	Si	No	No		Semiformal	Semiformal	Ropa deportiva
¿QUIÉN LO DICE?	Participante Vincent	si	Si	No	No		CAMISETA NEGRA RELOJ ROLEX ZAPATOS NIKE NEGRO	VESTIDO NEGRO ZAPATOS NEGRO	AZUL Y NEGRO ROJO Y NEGRO

Fuente: Mayra Sánchez

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

FICHA DE OBSERVACIÓN-TV PROGRAMA BLN LA COMPETENCIA									
PARÁMETROS	BLOQUE 1 (11/enero/2019)								
	NOMBRE DEL SEGMENTO:	BLN	FECHA:	11-ene-19	HORA:	23:00	NOMBRE DEL OBSERVADOR:	MAYRA SANCHEZ	
LENGUAJE	JERGAS POPULARES	DOBLE SENTIDO	AGRESIVO	MENSAJE POSITIVO (SÍ o NO)	VALORES HUMANOS (SÍ O NO) CUÁLES	ANÁLISIS DEL DISCURSO	PERSONAJES		
							CARACTERÍSTICA VESTIMENTA		
							PRESENTADOR	PRESENTADORA	PARTICIPANTES
¿QUÉ EXPRESIÓN?	Lámpara	Si	No	No	No	Discurso coloquial y trivial	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS
FRECUENCIA: CUÁNTAS VECES	7	Si	No	No	No		Formal	Semiformal	Ropa deportiva



¿QUIÉN LO DICE?	Participante JC Palma	si	No	No	No		SACO Y PANTALONES AZUL, CAMISA NEGRA RELOJ ROLEX ZAPATOS NEGROS	VESTIDO AZUL ZAPATOS BLANCOS	AMARILLO Y AZUL
-----------------	-----------------------	----	----	----	----	--	---	---------------------------------	-----------------

Fuente: Mayra Sánchez

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

FICHA DE OBSERVACIÓN-TV PROGRAMA BLN LA COMPETENCIA									
PARÁMETROS	BLOQUE 2 (11/enero/2019)								
	NOMBRE DEL SEGMENTO:	BLN	FECHA:	11-ene-19	HORA:	23:00	NOMBRE DEL OBSERVADOR:	MAYRA SANCHEZ	
LENGUAJE	JERGAS POPULARES	DOBLE SENTIDO	AGRESIVO	MENSAJE POSITIVO (SÍ O NO)	VALORES HUMANOS (SÍ O NO) CUÁLES	ANÁLISIS DEL DISCURSO	PERSONAJES		
							CARACTERÍSTICA VESTIMENTA		
							PRESENTADOR	PRESENTADORA	PARTICIPANTES
¿QUÉ EXPRESIÓN?	Preocupada	Si	Si	No	No	Discurso coloquial y trivial	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS	TIPO DE PRENDAS Y COLORES UTILIZADOS
FRECUENCIA: CUÁNTAS VECES	2	Si	Si	No	No		Formal	Semiformal	Ropa deportiva
¿QUIÉN LO DICE?	Jurado Carlos Méndez	si	Si	No	No		SACO Y PANTALONES AZUL, CAMISA NEGRA RELOJ ROLEX ZAPATOS NEGROS	VESTIDO AZUL ZAPATOS BLANCOS	AMARILLO Y AZUL

Fuente: Mayra Sánchez

## Resultados

El programa BLN La Competencia tiene un formato muy variado. Un día está estructurado solo con baile, combinado con competencia física, otro con competencias y humor y otro solo con competencias, donde los participantes demuestran sus destrezas físicas y mentales en distintos circuitos. En el reality, tal como lo explican los especialistas, prima la polémica por diversos motivos (rupturas amorosas, engaños entre parejas, peleas por diferencias personales, peleas por liderazgo, poca empatía entre los miembros, mentiras, trampas, etc.), y en algunos casos los participantes llegan a los gritos.

Sin embargo, la esencia de este programa, a más de la competencia, es exponer los conflictos de los participantes y, en ocasiones, se lo hace durante un tiempo muy prolongado para fomentar el morbo de la teleaudiencia, es decir se le da seguimiento minuto a minuto al conflicto. También las escenas provocativas son utilizadas aquí ya que su horario lo permite, de acuerdo con el artículo 65, numeral 3 de la Ley Orgánica de Comunicación.

BLN La Competencia es un programa multitarget según lo afirman sus productores Víctor García y Priscila Riera, es decir entra en la categoría de un formato para las masas. Hoy en día se

habla sobre la importancia del Internet y las redes sociales (García, 2015) y que en muchos casos puede llegar con el tiempo a reemplazar a la televisión, pero mientras eso sucede este tipo de reality shows a más de emitir diariamente el programa, utilizan plataformas como el Youtube y redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para promocionar el programa (Jarvis, 2014).

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

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

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

Referente al mensaje emitido en algunos casos llega a ser positivo cuando expresa compañerismo. Sin embargo, en otros resultan negativos cuando se transmiten situaciones como intrigas, críticas destructivas, o está destinado a crear conflictos. En el caso de los valores humanos transmitido en BLN La Competencia se destaca el compañerismo, aunque existen ciertos segmentos como es el caso del episodio transmitido el 10 de enero de 2019 respecto a que participantes se sentían atraídos sentimentalmente por Yuleisi Coca, se evidenció que se manejaba y exponía este asunto sentimental restándole la seriedad que merece.

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

El éxito de este programa al parecer se basa en su discurso. BLN La Competencia presenta temas de atracción para la teleaudiencia como son las relaciones que existen entre los jóvenes concursantes. Otro factor importante son los segmentos como competencias físicas que rayan en lo extremo, algunos bailes sensuales, provocativos y otros llenos de destreza y agilidad, segmentos de humor y otros destinados a las exposiciones de conflictos emocionales de los participantes como el observado el día 10 de enero de 2019, el cual se llamó “Quién es el amor de Yuleisi Coca”.

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

Aparte de los recursos televisivos antes mencionados, existen otros como el tipo de iluminación, el audio (tipos de música, efectos sonoros, y la nitidez de los mismos), la narración que realizan los presentadores, en este caso Karin Barreiro y Carlos José Matamoros, que detallan efectivamente una derrota, una victoria o el conflicto personal de algún concursante. En definitiva, sus productores, conocen al público al que quieren llegar, sus gustos, deseos y necesidades y los plasman en la pantalla.

## Otras herramientas, las encuestas

Para estudiar la influencia de BLN la Competencia en los jóvenes de 18 a 25 años en la parroquia Carbo Concepción de Guayaquil, donde habitan 4.035 personas, se realizó una encuesta que tuvo un tamaño de muestra de 83 individuos, en base a un tamaño de la población de 564, con un nivel de confianza de 95 % y un margen de error del 10%.

El tamaño de la muestra se calculó de la siguiente manera. De acuerdo con el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo), la población nacional de Ecuador es de 17.023.408 de habitantes y la población referente a la edad encuestada es de 2.379.775, última cifra que se dividió para la población total y se multiplicó por el 100% con la finalidad de obtener el porcentaje del grupo etario encuestado: 13.98%. Luego de ello, este porcentaje se multiplicó por el número de personas que viven en la parroquia en mención y se dividió para 100, cuyo resultado del tamaño de la población para sacar la muestra fue 564 y el tamaño de la muestra, 83.

The image shows a web-based calculator titled "Calcula el tamaño de la muestra". It has three input fields: "Tamaño de la población" with the value 564, "Nivel de confianza (%)" with the value 95, and "Margen de error (%)" with the value 10. Below these fields, the calculated "Tamaño de la muestra" is displayed as 83 in a large green font. At the bottom, there is a green button that says "Enviar una encuesta gratis" and a line of text that reads "Envía en solo unos minutos una encuesta de 10 preguntas gratis y observa las primeras 100 respuestas."

Para la realización del presente trabajo fueron encuestados 39 hombres y 44 mujeres, representando el 47% y 53% del tamaño de la muestra respectivamente. Las preguntas planteadas fueron las siguientes:

---

1. Conoce usted lo que es un Reality Show

- Programa concurso con baile
- Programa concurso con canto
- Programa de cocina
- Todas las anteriores

---

2. ¿Sabe de qué se trata el programa BLN, la competencia?

---

- **Sí**

- **No**

- **Más o menos**

3. ¿Por qué ve el programa?

- **Por sus participantes**

- **Por los conductores**

- **Por los conflictos e historias que se crean**

4. ¿Considera usted que el programa BLN La Competencia aporta con valores para la juventud?

- **Sí**

- **No**

- **A veces**

5. ¿Considera usted que el programa y el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia influye en los jóvenes?

- **Sí**

- **No**

- **A veces**

6. ¿De qué manera influye?

- **En el comportamiento**

- **En la forma de hablar**

- **En la forma de vestir**

- **En ninguna**

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

- **Sí**

- **No**

- **A veces**

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

- **Sí**

- **No**

- **A veces**

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

- **Vulgares**

- **Medio vulgares**

- **No vulgares**

10. ¿Cómo califica su contenido audiovisual?

- **Bueno**

- **Malo**

- **Regular**

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

- Si
- No

### Encuestas

En la tabla 7 se puede observar un resumen de las respuestas obtenidas (en cantidades) donde se evidencia claramente la opinión de las personas encuestadas sobre las distintas temáticas. Se puede observar que en la mayoría de las preguntas hay una opinión clara y una postura definida, a excepción de la pregunta 10, en donde se registra un empate en cuanto a opiniones.

**Tabla 5** Resumen de los resultados de las encuestas

PREGUNTA		PARÁMETROS				
1	PROGRAMA CONCURSO BAILE	CON	PROGRAMA CONCURSO CANTO	CON	PROGRAMA DE COCINA	TODAS LAS ANTERIORES
		15		0	0	68
2	SI		NO		MÁS O MENOS	
		38		15	30	
3	POR PARTICIPANTES	SUS	POR CONDUCTORES	LOS	POR LOS CONFLICTOS	
		25		11	47	
4	SI		NO		A VECES	
		3		61	19	
5	SI		NO		A VECES	
		46		17	20	
6	EN COMPORTAMIENTO	EL	EN LA FORMA DE HABLAR		EN LA FORMA DE VESTIR	EN NINGUNA
		59		7	6	11
7	SI		NO		A VECES	
		6		59	18	
8	SI		NO		A VECES	
		2		79	2	
9	VULGARES		MEDIO VULGARES		NO VULGARES	
		34		37	12	

10	<b>BUENO</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	
	9	37	37	
11	<b>SI</b>	<b>NO</b>		
	7	76		

Fuente: Mayra Sánchez

En la tabla 8 se puede observar un resumen de las respuestas obtenidas (porcentaje) donde se evidencia claramente la opinión de las personas encuestadas.

**Tabla 6** Resumen (Porcentaje) de los resultados de las encuestas

PRE GUNTA	PARÁMETROS			
1	PROGRAMA CONCURSO CON BAILE	PROGRAMA CONCURSO CON CANTO	PROGRAMA DE COCINA	TODAS LAS ANTERIORES
	18%	0%	0%	82%
2	SI	NO	MÁS O MENOS	
	46%	18%	36%	
3	POR PARTICIPANTES SUS	POR CONDUCTORES LOS	POR LOS CONFLICTOS	
	30%	13%	57%	
4	SI	NO	A VECES	
	3%	74%	23%	
5	SI	NO	A VECES	
	55%	21%	24%	
6	EN EL COMPORTAMIENTO	EN LA FORMA DE HABLAR	EN LA FORMA DE VESTIR	EN NINGUNA
	71%	9%	7%	13%
7	SI	NO	A VECES	
	7%	71%	22%	
8	SI	NO	A VECES	
	3%	95%	2%	
9	VULGARES	MEDIO VULGARES	NO VULGARES	
	41%	45%	14%	
10	BUENO	MALO	REGULAR	
	11%	44%	45%	
11	SI	NO		
	8%	92%		

Fuente: Mayra Sánchez

### Análisis de las encuestas

La consolidación del Periodismo en Ecuador fue en el siglo XX. El diarismo tomó fuerza y nacieron la radio y la televisión. Dentro de los medios de comunicación, la televisión se convirtió en el gran comunicador de masas, ya que muestra la realidad a la gente por medio de la imagen y el sonido. La televisión escoge o crea sucesos para destacarlos y dotarlos de un halo de importancia y excepcionalidad, allí se da la influencia mediática que pueda tener un determinado programa de televisión (Díaz, 2017).



La influencia mediática de BLN La Competencia es amplia y tiene sus matices. En la pregunta número 1, el 83% de los encuestados tiene pleno conocimiento de lo que es un reality show y de los formatos que existen, mientras que en la segunda más de la mitad de la población encuestada conoce en su totalidad o más o menos sobre el programa BLN, La Competencia, es decir el 82%.

En la pregunta 3, referente al motivo por qué se ve el programa, 47 personas afirmaron que lo veían por los conflictos e historias que se crean, lo que representa el 57%, sumado a que 25 personas contestaron que por los participantes, es decir el 30% del tamaño de la muestra, mientras que 11 personas por los conductores. Como se puede observar los conflictos y las historias que se crean son lo que más atrae a los televidentes.

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

Los resultados fueron los siguientes. En la pregunta 4, sobre si el programa aporta valores para la juventud, 61 personas dijeron que no, lo que representa el 73%; 19 personas respondieron que a veces (23%) y tan solo 3 personas contestaron que sí (4%). Mientras tanto, en la número 5, en la que se preguntó si el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia influye en los jóvenes, 46 personas respondieron que sí (55%), 17 que no (21%) y 20 contestaron que a veces (24%).

De esta forma, aunque en la pregunta 4 se evidencia que el público es consciente de que BLN La Competencia no aporta valores a la juventud, en la 5 se puede constatar que según la opinión de más de la mitad de la población encuestada, el comportamiento de los participantes de BLN La Competencia sí influye en los jóvenes.

Pero, ¿en qué influye?, los jóvenes lo respondieron: 59 personas, que representan el 71%, aseguraron que en el comportamiento; 7 en la forma de hablar (9%), 6 en la forma de vestir (7%) y 11 (13%) respondieron que en nada, por lo que, según las encuestas, se puede concluir que influye más en la forma de comportarse, sin aportar nada en el lenguaje ni en la educación de los jóvenes, tal como lo expone la encuesta número 7.

### **La ciencia expone su criterio**

Una de las razones del éxito de estos programas es que las personas lo utilizan para entretenerse y visualizar un deseo de lo que ellos no han logrado ser, manifiesta la psicóloga clínica, Lili Larrea. La especialista complementa que las personas muchas veces ven estos reality deseando ser así, pero hay muchas restricciones, estereotipos, roles que no se lo permiten y esa es la manera de identificarse con ese tipo de personajes que en la realidad ellos saben que no podrían ser.

Desde el punto de vista de la Psicología, los jóvenes son propensos a imitar la conducta de los protagonistas del programa porque para ellos es un modelo a seguir, radicando en el deseo de no ser rechazados, aunque muchas veces los jóvenes se deprimen por no ser aceptados, agrega.

Las conductas negativas que suelen adoptar los jóvenes por seguir esta clase de programas son conductas vulgares y, en algunos casos, pueden ser violentas, precisa Larrea tras destacar que el grupo más susceptible para ser influenciados por este tipo de programas son los adolescentes y luego vienen los chicos de 18 a 25 años, quienes ya tienen su personalidad un poco más formada, pero siguen viendo estos modelos actuales y los consideran aptos para imitar.

El sensacionalismo que existe en el programa, tal como lo afirmó su productor Víctor García (Productor de BLN), Larrea lo consideró negativo, ya que son programas que venden por el exhibicionismo que tiene y eso es lo que consume la gente. Si se pone un programa de cultura con la gente demasiado cubierta, la gente apaga la televisión, asegura.

Una de las características del programa es la presencia de exhibicionismo y contenido sexual explícito y esto podría afectar a los jóvenes, explica Larrea, ya que lo que hace es desvirtuar el concepto de la educación sexual y entonces piensan que mientras más se exhiban y más mal se traten, están haciendo lo correcto.

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

Desde la Sociología, la razón principal para que los jóvenes en particular se sientan atraídos por estos programas no es porque se identifican con sus protagonistas, sino más bien porque es su ideal a alcanzar y se proyectan de esa manera. Según Párraga, este tipo de programa fomenta antivalores y un prototipo de jóvenes que no corresponden a nuestra realidad.

Sin embargo, hay leyes que regulan este tipo de programación. Con la aprobación de la nueva Constitución, en 2008, se dio paso al tema de la responsabilidad ulterior complementada con la creación de la Ley Orgánica de la Comunicación (2013), así lo explica el especialista y abogado Eduar Candelario.

Por ejemplo, en el artículo 18 de la Carta Magna se determinó que todas las personas tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

En el artículo 19 de la misma norma, en cambio, la ley regula la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Candelario acota que la responsabilidad ulterior es sancionada también de acuerdo con la Ley Orgánica de Comunicación, tal como lo establece su artículo 19, una vez que una persona sea un personaje público. Por ello, en este caso, un chico reality de un programa como BLN la competencia podría ser sancionado, debido a que la responsabilidad ulterior es aquella que contraviene la Constitución y a otras leyes, en este caso a la LOC. Igualmente, la responsabilidad ulterior se centra en el impacto o, en este caso, de un comentario que influya a nivel nacional.

#### **4. Conclusiones**

- El programa BLN, La Competencia tiene un formato televisivo muy variado. Tiene baile (sexy dance), competencias físicas, humor que se combinan con un segmento donde sacan a la luz la vida privada de los participantes, como una farándula rosa. De esta forma lo hace entretenido para el televidente, quien se interesa por conocerla y hoy en día se mantiene vigente en Ecuador, pese a que programas similares, como Combate y Calle 7, hayan desaparecido.
- El lenguaje televisivo que se usa en BLN La Competencia es coloquial, utiliza una jerga popular y términos en doble sentido, al contrario de lo que afirmó su productora, Priscila Riera, quien aseguró que se utilizaba un lenguaje "universal".
- Este género de reality show tiene entre sus características que las historias presentadas son comunes y corrientes pertenecientes a una realidad actual y cotidiana. Además, tal y como lo explica Mosquera (2007) en referencia al concepto de manipulación, los medios de comunicación son manipuladores por naturaleza, ya que cumplen la función principal de mediadores entre lo real y la representación del mismo que quieren hacer llegar a sus receptores, por lo que el programa en estudio influye en los jóvenes, ya que ellos se idealizan en sus protagonistas, tal como lo explican los expertos.
- La normativa ecuatoriana sí regula los programas como BLN La Competencia intrínsecamente con los códigos deontológicos y el participante está sujeto a las normas establecidas como la responsabilidad ulterior y la responsabilidad solidaria por parte del canal.

- El programa no aporta con valores para la sociedad. Tal como lo expresan sus productores Priscila Riera y Víctor García; los encuestados, y los especialistas en Psicología y Sociología, Lili Larrea y Robert Párraga, quienes coinciden en que los jóvenes son susceptibles a verse influenciados por este tipo de contenidos en el que usan el sensacionalismo, el mismo que es justificado por sus productores ya que es un programa de entretenimiento, sujeto al rating.

## Bibliografía

- Aguilar, A. (2017). *Consumo del programa BLN La Competencia en estudiantes del séptimo semestre, carrera de Comunicación Social*. . Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Autor.
- Asamblea Nacional. (2015). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Autor.
- Best, J. (1982). *¿Cómo investigar en Educación?* Madrid: Ediciones Morata S.A.
- Buganza, C. (2019). *OBS Business School*. Recuperado el 13 de Enero de 2019, de Los formatos televisivos: <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/propiedad-intelectual/los-formatos-televisivos>
- Bunge, M. (2004). *La Investigación Científica* (Tercera ed.). (S. Veintiuno, Ed.)
- Carrasco, Á. (20 de Julio de 2010). *mhcj*. Recuperado el 13 de Enero de 2019, de Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones: [https://mhcommunicationsjournal.wordpress.com/2010/07/20/angel\\_carrasco/](https://mhcommunicationsjournal.wordpress.com/2010/07/20/angel_carrasco/)
- Castro, C. (2002). *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2018, de La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/6018/5700>
- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. (2014). *Reglamento para Medición de Sintonía de los Canales de Televisión*. Autor.
- De Gortari, E. (1981). *El Método de las Ciencias. Nociones Preliminares*. México: Grijalvo.
- Delgado, D. (2005). *Sistema de Información Científica Redalyc*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2018, de Reality shows: el verdadero cerdo mediático: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825149>
- Di Guglielmo, H. (2002). *La programación televisiva vista por dentro*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Díaz, R. (2017). *La información periodística en televisión*. Madrid: Editorial Síntesis, S. A.
- Ferrés, J. (2002). *Foro Ignacio Ellacuría*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2018, de <http://www.foroellacuria.org/publicaciones/Informe-5.pdf>
- García, J. (2015). *Comunicar en la Sociedad Red. Teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: Editorial UEO.
- Goyes, J. (2016). *Universidad de Palermo*. Obtenido de Facultad de Diseño y Comunicación: [https://www.palermo.edu/dyc/programa\\_investigacion/pedagogias\\_imagen.html](https://www.palermo.edu/dyc/programa_investigacion/pedagogias_imagen.html)

- Henao, H. P. (2010). *El cuerpo narrado en el reality show : estudio sobre cambio extremo*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Hernández, R., & Fernández, C. (2003). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). México: McGraw-Hill.
- INEC. (2010). *Censo 2010*. Autor.
- Jarvis, J. (2014). *El fin de los medios de comunicación de masas*. New York: CUNY Journalism Press.
- Jiménez, B. (2000). Investigación cualitativa y psicología social. *Revista Universidad de Guadalajara*(17).
- Lamarca, M. (03 de Noviembre de 2009). *La Arte Digital*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2018, de El reality show en España. Definición, Características, Tipos, Orígenes y claves del éxito. Cine y reality show (Parte I): <http://artasadigital.blogspot.com/2009/11/el-reality-show-en-espana-definicion.html>
- León, B. (2009). *Telerrealidad: el mundo tras el cristal*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social.
- Lichmanova, K. (2012). *Influencia de los Reality Shows sobre las habilidades*.
- Lichmanova, K., Lloret, C., & Menárguez, M. (2012). Influencia de los “Reality shows” sobre las habilidades cognitivas en adultos. *Revista de Fundamentos de Psicología*, 4(1).
- Martín, G. (2000). *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y estilo* (XXXIII ed.). (A. Sánchez, Ed.) Madrid: Paraninfo Thomson Learning.
- Martínez, M. (2012). *Teoría del Periodismo*. México: Red Tercer Milenio.
- Martínez, S. (2005). Lenguaje audiovisual y manipulación. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 2211-220.
- Massanet, A., & Pascual, E. (2018). *Influencias manipulativas*. Cataluña: Universidad Oberta de Catalunya.
- Mosquera, A. (enero-abril de 2007). Manipulación mediática, identidad juvenil y prostitución de un bien necesario. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 4(1), 55-66.
- Nahoum, C. (1961). *La entrevista psicológica*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Normand, E. (2015). *Reality show: ¿realidad o ficción?* Alicante: Universidad de Alicante.
- Perales, F. (2011). *Revista Comunicación*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de La realidad mediatizada: el reality show: [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11724/file\\_1.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11724/file_1.pdf?sequence=1)
- Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Definición De*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2018, de Definición de Erotismo: <https://definicion.de/erotismo/>
- Pérez, S. (2017). *Periodismo y redes sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Rivas, R., & Férez, J. (septiembre de 2018). Impacto de los programas realitys shows en discentes de la escuela ciudad de Machala, sur de Guayaquil – Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Rodríguez, M. (2010). *Métodos de investigación : diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. Culiacán, Sinaloa: Universidad Autónoma de Sinaloa.

- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.
- Saló, G. (2003). *¿Qué es eso del formato? : cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona, España: Gedisa.
- Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia* (Primera ed.). Continental.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: LIMUSA NORIEGA.
- Taylor, J., & Bodgan, H. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Von, W. (2 de mayo de 2018). Las afrentas de la tv basura. *El Telégrafo*.
- Wendel, M. (2013). *Semiología CBC*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2018, de Los nuevos tipos de realitys: <http://semilogia.blogspot.com/2013/11/los-nueve-tipos-de-realitys-normal-0-21.html>