



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

SENSACIONALISMO Y CONSUMO: ESTUDIO DE CASO DEL PROGRAMA
EN CARNE PROPIA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciado en Periodismo

Profesor Guía
Magister Diego Hernán Melo Pérez

Autor
Lautaro Rafael Andrade Castro

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

.....
Diego Hernán Melo Pérez
Magister en Comunicación
1712830031

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mí autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

.....
Lautaro Rafael Andrade Castro

1722216171

AGRADECIMIENTO

Gracias totales a mis padres y a mi hermana, su apoyo y preocupación fue gigantesco. Siempre estuvieron para mí cuando los necesité, llegar a la meta es un triunfo de todos.

A mi tía Beatriz, quien pese a la distancia estuvo conmigo para escucharme, aconsejarme y motivarme en los momentos que más necesité.

A mi tutor Diego Melo, su experiencia y conocimientos le dieron un valor agregado a este trabajo.

A la familia Punino por su predisposición, apertura y sobretodo enseñanzas. Su aporte sobrepasa lo que pueda estar escrito en estas líneas.

DEDICATORIA

Para Lautaro, María Clemencia y Tatiana. Sin ustedes no solo no habría terminado esto. Ni siquiera estaría aquí.

RESUMEN

Esta investigación busca ser un trabajo pionero en los estudios de recepción, dentro de un contexto ecuatoriano. El programa televisivo *EN CARNE PROPIA*, cuya temática es presentarle al país los acontecimientos diarios de las zonas marginales de Guayaquil será el elemento principal del proyecto, pues permitirá el análisis de dos familias, de diferente clase socioeconómica de Quito, que observen el programa.

Además, este es un trabajo netamente cualitativo, el cual no tiene como intención determinar una última palabra respecto a la recepción de las personas, ni generalizar a un estrato social. Al contrario, el verdadero fin es la ejemplificación de un estudio de caso que a primera vista podría mostrar diferencias entre los sujetos participantes.

Los parámetros definidos para la consecución de los resultados serán la identificación, mediación y sensacionalismo; conceptos a desarrollar en el transcurso del presente proyecto. Estas tres variables se encuentran, de manera innata, en la interacción personal y colectiva que realizan los individuos al mirar la televisión.

Finalmente, esperamos que las conclusiones de este estudio sean valiosas para la academia y el periodismo, con el afán de generar un mayor profesionalismo en los productos comunicacionales y cubrir las necesidades reales, de gustos e intereses, que tenga la audiencia. El caso de estudio demostrará que los espectadores adquieren características volátiles al momento de receptor la televisión, las cuales corresponden a factores propios de la actualidad en la que los mismos se encuentran.

ABSTRACT

This research aims to be a pioneering work in reception studies within an Ecuadorian context. The television program *EN CARNE PROPIA*, whose theme is to introduce to the country the daily events of marginal areas from Guayaquil, will be the main element of these project, as it will allow the analysis of two Quito's families from different socioeconomic classes, whom observe the program.

Also, this is a purely qualitative work, which is not intended to determine a final word or generalize a social stratum. On the contrary, the real aim is the exemplification of a case study that, at first glance might expose differences between the subjects involved.

The parameters defined for the achievement of the results will be the identification, mediation and sensationalism; concepts to be developed in the course of this project. These three variables are innately in personal and collective interaction made by the people when they watch TV.

Finally, we hope that the conclusions of this study will be valuable for academia and journalism, in an effort to generate more professionalism in communication products and meet the real needs, tastes and interests, from the audience. The case studies will show that viewers acquire volatile characteristics when receive television features, which correspond to specific factors present in the present moment they are.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. Capítulo I. Marco Conceptual.....	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.1.1 Delimitación espacial	3
1.1.2 Delimitación temporal	3
1.2 Objetivo general.....	3
1.2.1 Objetivos específicos.....	3
1.3 Justificación	4
1.4 Viabilidad legal	5
1.5 Estado del Arte.....	6
2. Capítulo II. El estudio de recepción.....	10
2.1 La Recepción como concepto de análisis	10
2.2 Las audiencias y su relación activa en la recepción	13
2.3 La familia como espacio de recepción	15
2.4 La Mediación: un concepto para entender la recepción de las audiencias.....	16
2.4.1 Clasificación de la mediación según Orozco	17
2.4.1.1Mediación Individual	18
2.4.1.2Mediación Situacional	18
2.4.1.3Mediación Institucional.....	19
3. Capítulo III. El Sensacionalismo, una realidad de la televisión latinoamericana.....	22
3.1 La exhibición de la cotidianidad y la delincuentización del estrato popular	24
3.2 Objeto de estudio: En carne propia. Características y elementos	28

4. Capítulo IV. Un nuevo recurso televisivo:	
El Melodrama	33
4.1 Conceptualización del Melodrama	33
4.1.1 Elementos del melodrama: situaciones, sentimientos y personajes.....	38
4.1.1.1 El Justiciero.....	39
4.1.1.2 El Villano.....	39
4.1.1.3 La Víctima.....	40
4.1.1.4 El Bobo	40
4.2 El melodrama real: La Telerrealidad	41
5. Capítulo V. Marco Metodológico.....	46
5.1 Método y Enfoque	46
5.2 Determinación de la población	47
5.2.1 Variables para definir un estrato social.....	48
5.2.2 Descripción de las familias a estudiar.....	50
5.2.3 Descripción de los participantes	51
5.3 Técnicas de investigación	52
6. Capítulo VI: Análisis de resultados	54
6.1 Consumo televisivo de <i>EN CARNE PROPIA</i> en dos familias de estrato socioeconómico diferente.....	54
6.1.1 Contextualización de las familias A y B al momento de mirar la televisión.....	54
6.1.2 El proceso de recepción dentro de los sujetos de estudio.....	55
6.1.3 La tristeza como factor de la recepción	57
6.1.4 Diversidad informativa: Temas que gustan por su relación contextual con el receptor	58
6.1.5 José Delgado: credibilidad, admiración y respeto al “Héroe” de EN CARNE PROPIA	59
6.1.6 EN CARNE PROPIA y su posible impacto en los menores de edad	60

6.1.7	Puntos clave de recepción en las familias participantes	61
6.2	El sensacionalismo y su aceptación	
	en las familias quiteñas.....	62
6.2.1	Titulares, locución del periodista y estilo del reportaje: un gancho para la audiencia	63
6.2.2	La violencia y su aceptación en las familias	64
6.2.3	Los personajes de EN CARNE PROPIA: El corazón del programa	65
6.2.4	La evolución de EN CARNE PROPIA: una comparación frente al antiguo y actual tratamiento periodístico.....	66
6.2.5	La muerte como elemento informativo.....	67
6.2.6	EN CARNE PROPIA, una telenovela de la vida real	68
6.3	La identificación generada por EN CARNE PROPIA	
	en las familias quiteñas.....	70
6.3.1	La identificación producida por contextos laborales y cotidianos .	71
6.3.2	Semejanzas y diferencias entre los barrios de EN CARNE PROPIA y el entorno de los sujetos de estudio ..	72
6.3.3	La identificación materna: Un sentimiento común entre madres. .	74
6.3.4	La concepción de la muerte como un hecho cotidiano	75
6.3.5	La participación personal en un formato de telerrealidad	75
6.3.6	Identificación y rechazo: conclusiones.....	76
7.	Capítulo VII. Propuesta de difusión	78
7.1	Difusión y socialización mediática	78
7.1.1	Formato Video	78
7.1.2	Formato Audio	79
7.1.3	Formato Escrito	79
7.1.4	Imágenes.....	80
7.1.5	Ebook	80

8. Capítulo VIII. Conclusiones y recomendaciones.....	81
8.1 La recepción difiere entre los estratos socioeconómicos de la población.	81
8.2 Los elementos sensacionalistas de EN CARNE PROPIA, entre el agrado y el repudio.....	83
8.3 EN CARNE PROPIA: una representación de los estratos populares ecuatorianos.....	85
REFERENCIAS	89
ANEXOS	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Conceptualización sobre mediación por parte de Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco (2013a)	16
Figura 2. Descripción sobre cada tipos de mediación	21
Figura 3. Delincuentización de la clase popular en dos ejemplos: Argentina y España	25
Figura 4. Amarillismo y sensacionalismo, conceptos parecidos pero no iguales	26
Figura 5. Características del melodrama.....	34
Figura 6. Técnicas de Investigación	47
Figura 7. Variables para definir un estrato social en la población	50
Figura 8. Aspectos positivos y negativos de En Carne Propia, según los diarios de consumo de los miembros analizados.....	62
Figura 9. Atracción respecto a tres tipos de tema dentro del programa, según lo descrito en los diarios de consumo y entrevistas.....	70
Figura 10. Momentos de identificación en cada familia, según sus diarios de consumo	77

INTRODUCCIÓN

La televisión es uno de los medios de comunicación más populares de los últimos siglos. Su importancia radica en la información que aquí se presenta y la facilidad para atraer grandes multitudes gracias a sus componentes audiovisuales. Es de esta forma, que el *rating* comenzó a formar parte fundamental de las cadenas televisivas, las cuales veían al público como un generador de dinero. Surgen entonces los espacios de violencia, en el que los sectores populares son retratados como los gestores de este tipo de contenidos. Pero a su vez, son la puerta para que personas comunes aparezcan al aire por televisión nacional. Los medios se dieron cuenta de que una noticia vende más si tiene color, exageración y morbo; convirtiéndose así en sensacionalismo.

En el Ecuador existe un programa de televisión bastante reconocido por la población, su nombre es *EN CARNE PROPIA*, y diariamente acompaña a su teleaudiencia, mientras les muestra los hechos cotidianos de vecinos y vecinas que habitan en barrios marginales de Guayaquil. Este contenido, aunque podría parecer local, tiene un alcance nacional importante.

Los estratos se establecen gracias a elementos socioeconómicos que se encuentran en todas las sociedades. Sus diferencias, marcadas en ciertos aspectos, también pueden arrojar similitudes. La intención de esta investigación es analizar el consumo de la clase media y baja quiteña, respecto a un programa que presenta niveles de sensacionalismo muy plausibles. Lo que opinan, sienten, critican y resaltan estas familias, en relación al programa, serán elementos de análisis para generar un dibujo de sus dinámicas de recepción.

1. Capítulo I. Marco Conceptual

1.1 Planteamiento del problema

La aprobación, en 2013, de la *Ley Orgánica de Comunicación* ha cambiado el contexto de los programas televisivos en el Ecuador, según explica Becerra (2014). En su artículo 10, por ejemplo, la ley señala que los programas “deben respetar la honra y reputación de las personas”. Sin embargo, en el país persisten algunos programas que todavía se encuentran adaptándose a los nuevos valores que promueve la LOC (ELCOMERCIO, 2014; EFE, 2014). Por ejemplo, el programa *EN CARNE PROPIA* ha sido objeto de críticas y peticiones de sanción por su contenido discriminatorio, como por ejemplo con los grupos GLBTI (El Universo, 2014). Aun así, este tipo de programas televisivos tiene una buena aceptación en la gente por su cercanía con la realidad, según explica el sociólogo Carlos Tutivén, en una entrevista realizada por diario El Universo (2011). En ese sentido, esta investigación se ha fijado analizar los factores que determinan el consumo de programas considerados como sensacionalistas¹. Para ello, se ha establecido la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo consumen mediáticamente el programa EN CARNE PROPIA dos familias de Quito, de estratos socioeconómicos bajo y medio?

La respuesta a esta pregunta permitirá definir, de forma exploratoria, las similitudes y diferencias de los patrones de consumo que se puedan presentar en dos estratos socioeconómicos distintos de la capital de Ecuador.

¹ Nos referimos, en concreto, a “<...> la práctica mediática que se especializa en la producción de información de impacto emocional y escándalo <...>” (Panchi, 2014, p. 7).

1.1.1 Delimitación espacial

La investigación se realizará en la ciudad de Quito y, en concreto, entre familias de estratos bajo y medio para observar el contraste y semejanzas que pueden haber entre ellas y sus dinámicas de consumo.

1.1.2 Delimitación temporal

El periodo del presente proyecto es el año 2015, en los meses de Julio a Septiembre, fecha en la que iniciará el proceso de investigación.

1.2 Objetivo general

- Analizar las prácticas de consumo del programa *EN CARNE PROPIA* en dos familias quiteñas de distinto nivel socioeconómico.

1.2.1 Objetivos específicos

- Contrastar la forma de percibir el programa *EN CARNE PROPIA*, reflejados en sensaciones y emociones, que puedan experimentar dos familias con una condición socioeconómica diferente.
- Determinar el grado de atracción que produce el sensacionalismo, a través de los contenidos audiovisuales y de lenguaje del programa, en las familias analizadas.
- Detectar los momentos clave de identificación y rechazo que experimentan los sujetos de estudio con la realidad representada en pantalla.

1.3 Justificación

Los estudios de recepción se han desarrollado en el ámbito de la comunicación producto de la necesidad de abordar las dinámicas de consumo de productos mediáticos. Se ponen en juego las mediaciones, que construyen las diferentes formas de ver y entender un mismo discurso, en este caso televisivo.

La presente investigación tiene como fin estudiar la manera en que la audiencia de la ciudad de Quito consume uno de los programas televisivos con más alto *rating*, como es *EN CARNE PROPIA*, ubicado en el segundo lugar de audiencia en Guayaquil (IBOPE, Agosto, 2015). Esto ayudará a entender las razones por las que un programa, cuyo escenario y personajes son de otra ciudad, podría tener acogida en la capital y las dinámicas de recepción que se desarrollan en el contacto con este producto mediático.

Esta investigación es un estudio pionero en un tema que ha sido analizado vagamente por la academia. En el Ecuador, se han encontrado dos tesis de grado que estudiaron el programa (Barberi y Viveros, 2013 y Dueñas y Cortez, 2013). Su centro de estudio se realizó en la ciudad de Guayaquil, y no en Quito, como será el caso de este proyecto.

La siguiente investigación intentará servir como medio de comparación social para conocer las diferencias y similitudes de consumo televisivo en los diferentes estratos socioeconómicos que existen en el Ecuador y analizar si el programa a estudiar está direccionado a un grupo específico, satisfaciendo así a su audiencia.

Para finalizar, bajo el contexto actual en el que se encuentra la televisión ecuatoriana, desde la creación y posterior aprobación de la LOC, es importante conocer si los artículos y normas que esta ley rige se están cumpliendo en los programas nacionales y éstos no corren el riesgo de poder ser sancionados por omisión de los límites que la ley impone.

1.4 Viabilidad legal

Este proyecto está amparado, en primera instancia, por la Constitución del Ecuador y específicamente por su artículo 19, el cual señala:

“La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente” (ESPE, 2008, p. 6).

Este artículo se aplica en la investigación debido al contenido polémico del programa *EN CARNE PROPIA*, cuya información podría atentar contra las normas que rigen en la *LOC*, en su artículo 10, numeral 3, en donde se restringe el tratamiento morboso de un acontecimiento como también la tergiversación de la información de una opinión difundida; y el numeral 4, el cual menciona que se debe respetar el derecho a la presunción de inocencia.

De igual forma, el objeto de estudio podrá ayudar a explicar la aplicación del sensacionalismo en la televisión ecuatoriana, género que la actual *Ley Orgánica de Comunicación* pretende regular. Esto se intenta a través de uno de los objetivos de la ley, el cual indica que se busca “el mejoramiento de la calidad de contenidos difundidos por los medios de comunicación” (LOC, 2013, p. 3), al igual que la sanción oportuna a quienes cometan un uso equivocado e irresponsable del derecho a la libertad de expresión en los medios.

Además, el sustento legal para respaldar el estudio a dos hogares de diferente estrato socioeconómico se puede encontrar en el artículo 11 de la *Carta Magna*, en el que la ley expresa que todas las personas cuentan con los mismo derechos y oportunidades (ESPE, 2008, p. 4), por lo que esta investigación intenta reconstruir un marco integrador en función de dos familias representativas del contexto ecuatoriano.

Finalmente, el Plan Nacional del Buen Vivir determina que deben existir políticas y prácticas que eviten “la exclusión para fomentar una vida digna” (SENPLADES, 2013, p. 11). Esto no siempre es aplicado en el Ecuador, cuando algunos programas televisivos realizan un tratamiento sensacionalista y discriminador hacia ciertos grupos sociales (El Telégrafo, 2012, 18 de febrero).

1.5 Estado del Arte

El sensacionalismo ha sido un tema de debate dentro de la academia, en la última década, por varios autores que analizan su incidencia en la televisión latinoamericana, promovido por el exceso de violencia en los contenidos informativos (Checa, 2001; Macassi, 2002; Pontón, 2007 y 2008; Ramos, 2011; Zavala, 2012; Pomares, 2012; Carrión, 2014 y Panchi, 2014).

En el caso particular del Ecuador existen estudios que se centran en programas y noticieros específicos, dentro de los cuales se aprecia un alto grado de este género (Checa, 2001; Bayas, 2006; Brito, 2010; Barberi y Viveros, 2012 y Dueñas y Cortez, 2013).

Dentro de los estudios presentados se destacan dos tesis de grado enfocadas hacia *TC Televisión*, uno de los canales más antiguos del Ecuador y que desde hace varios años transmite diariamente un noticiero, el cual puede ser considerado popular (por el tratamiento de las noticias y la audiencia a la cual está enfocado), que particularmente corresponde a un estrato socioeconómico bajo, de donde parten la gran mayoría de noticias (Bayas, 2006 y Brito, 2010).

La crónica roja es una de las principales características de este informativo, donde se gesta el debate sobre el respeto hacia los protagonistas que allí aparecen y el cumplimiento de los deberes éticos, que desde el 2013 rigen en el artículo 10 de la LOC.

Las investigaciones realizadas a este noticiero demuestran que la información publicada en el medio sí corresponde a su inserción dentro de la clasificación que lo cataloga como sensacionalista, gracias a las imágenes, mensajes y tratamiento informativo que se utilizan para explicar una noticia (Brito, 2010).

Además, en ambas tesis se puede señalar que el poder del noticiero es muy alto para influir en las consciencias de los televidentes, debido a la identificación de la audiencia con los contenidos, los cuales muchas veces presentan situaciones cotidianas y comunes en la vida de las personas, como también pueden provocar sentimientos de consuelo por el dolor ajeno en los casos retratados (Bayas, 2006 y Brito, 2010).

El presente objeto de estudio es el programa *EN CARNE PROPIA*, y como fue explicado anteriormente en la justificación de este proyecto, ha sido analizado por dos tesis de grado pertenecientes a universidades de la costa ecuatoriana. En uno de estos trabajos se llegó a la conclusión de que el programa televisivo *EN CARNE PROPIA* realiza una manipulación de la información (Barberi y Viveros, 2013), además de utilizar al sensacionalismo como método para ganar mayor audiencia y cuya práctica está ligada directamente al estilo de hacer periodismo que ejerce su creador, José Delgado (Dueñas y Cortez, 2013).

El usar imágenes impactantes, violencia y escenas tristes para ganar un mayor número de receptores es una línea utilizada hace algunos años en la televisión española, pero que en el último tiempo se ha ido cambiando por contenidos de calidad (Ramos, 2011). Esto quizás también sea aplicable en nuestro país, dado que según estadísticas recogidas por Barberi y Viveros, en la ciudad de Guayaquil, la mayoría de personas no consideran que *EN CARNE PROPIA* entregue algún aporte a la sociedad (2013). Nuestra investigación buscará comparar estos datos con los de la realidad quiteña.

El precursor en darle color a las noticias es la prensa escrita (Macassi, 2002), lo que en ocasiones genera una “infamación de los sectores populares desde la picota de una visibilización abyecta” (Checa, 2001, p. 150). Los medios obedecen a un *rating* establecido por el consumo de las audiencias a sus diferentes programas, vivimos en una era de mercantilización de la información donde la violencia, el espectáculo y, por ende, el sensacionalismo lideran en los parámetros de la calidad del contenido (Ortells, 2009 y Carrión, 2014).

En el Ecuador, hay una ambigüedad entre los casos que utilizan los métodos descritos anteriormente, para captar mayor *rating*, frente a los que hacen un correcto tratamiento de la información.

Un estudio realizado en la provincia de Loja demuestra que las noticias policiales en prensa escrita son bien trabajadas, es decir, sin valerse de fotografías explícitas o una redacción popular y manipuladora (Pomares, 2012).

Pero, el sensacionalismo al haber estado ligado tantos años con el periodismo y, a su vez, con las audiencias se ha convertido en un elemento difícil de erradicar en la estructura de los medios, pues se necesitará tiempo para aceptar un cambio de discurso editorial (Zavala, 2012; Panchi, 2014).

La realidad ecuatoriana frente al sensacionalismo no es un caso aislado de lo que sucede en el resto de América Latina. La proliferación de *talkshow*², cuyos espectadores son en su mayoría hispanohablantes, se debe a este concepto de entretenimiento mencionado a lo largo del apartado y que conjuga el melodrama con situaciones que afloran sentimientos de risa, tristeza y lástima (Melo, 2012).

² La definición de *talkshow*, como lo explica Fuenzalida (1999), es un espacio en el que “aparecen temas de la vida cotidiana en forma de relatos testimoniales a través de los cuales se valora la experiencia privada de gente común y corriente, y en especial da expresión televisiva a las percepciones culturales de mujeres, y de estratos populares y medios, sectores que tradicionalmente son poco acogidos por la TV” (p. 358). La relación con nuestro objeto de estudio recae en que ambos son nexos en donde la población general se puede sentir identificada. Para Melo (2012), los *talkshows* permiten observar parte de la vida normal y cotidiana de las personas en la televisión.

Sin necesidad de que *EN CARNE PROPIA* sea considerado un noticiero propiamente, es un ejemplo claro del uso de la violencia y la crónica roja para atraer a un público determinado, basándose en un discurso único donde el protagonista es lo cotidiano, popular y, en algunos casos, lo superficial (Siqueira, 2001 y Carrión, 2014).

2. Capítulo II. El estudio de recepción

2.1 La Recepción como concepto de análisis

La finalidad de cualquier programa televisivo es lograr la obtención de una audiencia fiel que a futuro conlleve a ganar réditos económicos, gracias a la venta de publicidad (Balboa, 2012). En esto radica la importancia de generar un buen *rating*.

Históricamente, los estudios de recepción han tenido una evolución en los procesos para la medición de las audiencias. Esta etapa de crecimiento sufrió varios inconvenientes y obstáculos debido a la concepción de un público no activo, dependiente y fácil de manipular por parte de los medios, pues en un inicio la recepción trabajaba de la mano con la publicidad y la política (Orozco, 2006).

Sin embargo, se debe subrayar que una falencia de estos estudios fue que “se hablaba de una investigación de receptores, ¡Sin receptores!” (Orozco, 2006, p. 19) y tampoco realizaban una correcta lectura de lo que sucedía en los medios, dado que llegaban a ser muy superficiales en sus análisis. Con el tiempo podemos ver que la recepción fue tomando mayor énfasis por parte de la academia y los autores empezaron a describir su valía.

Habría que entender, en primera instancia, a la recepción como “el carácter activo que se otorga a la audiencia; la capacidad de actuación que se reconoce en su relación con otros medios” (Corominas, 2001, p. 1). Esto ayuda a comprender el papel simbiótico entre el público y el contenido ofertado. Lo que la autora pretende explicar es que la audiencia se convierte en el actor principal en la construcción mediática que realiza el medio.

De igual manera, el concepto de recepción puede estar relacionado con el consumo mediático, tal y como lo junta Melo (2012) al “asumir estos términos como sinónimos” (p. 26), pues en la recepción las acciones del público, el espacio de producción y las mediaciones tienen como fin llegar a este consumo televisivo. El autor también menciona que la relación con los espectadores “permite la resignificación del discurso mediático” (p. 26). Entonces bajo esta idea la audiencia sobrepasa los intereses del *rating* y obtiene más poder del que pareciese al inicio.

La sinonimia entre consumo y recepción parte de una esfera colectiva en donde “investigar el consumo cultural significa indagar cómo los grupos compiten por la apropiación del producto social” (Martín Barbero y Téllez, 2006, p. 60). Bajo esta premisa, cabe la pregunta de si al ser la recepción un tema social, se podría continuar catalogando a los objetos de estudio como sujetos homogéneos.

Quizás esta cita pueda ayudar a responder la interrogante planteada:

“Estamos frente a un proceso de recepción que requiere un estudio pormenorizado, entender al receptor como productor, comprender la influencia de lo cotidiano y de las modalidades de recepción [...] que construye el receptor, sin olvidar que éste está inmerso en un determinado contexto socio-cultural.” (Cantú y Cimadevilla, 2012, p. 47).

Los autores citados contribuyen a fortalecer el concepto de que la recepción es un tema que sobrepasa la perspectiva de la audiencia como mero espectador y contribuye a entender sus funciones culturales dentro de la sociedad. La cotidianidad es un tema que no puede quedar de lado en este marco teórico, pero será abordado posteriormente.

La audiencia como “crítica social” es otra de las funciones que cumple la recepción, según Virginia Nightingale, autora citada, en el escrito de Corominas (2001, p. 2). Dicho concepto se profundiza más adelante, cuando se analiza el contexto del término recepción, en el que la autora concluye que los mensajes emitidos obtienen un significado por parte del receptor (Corominas, 2001).

Entonces, el sentido que los espectadores reciben del mensaje puede ayudar a generar una opinión positiva o negativa, que a la final conllevara a la crítica de la que habla Nightingale.

Por otra parte, Martín Barbero (1992) sostiene que a la televisión se la debe mirar “no solo desde los productos sino desde los usos, los formatos los géneros y las modalidades de reconocimiento” (p. 21). Si el medio de comunicación no realiza ningún aporte sustancial a la sociedad está incumpliendo en su deber fundamental de informar. Un tema muy debatido en la academia es la denominada televisión basura que no entrega nada relevante a su público (Espinoza, Castañeda, Amaya y Ríos, 2015).

Martín Barbero coloca a la recepción como eje principal de incidencia en la niñez, debido a la influencia de estos contenidos televisivos en los infantes (Martín Barbero y Téllez, 2006, p. 65). Con el poder de manipulación que pueden tener los medios de comunicación, en cierta medida a la accesibilidad con la que cuenta la sociedad para consumirlos, los niños y niñas son comunes receptores de estos productos. Paradójicamente a lo que se esperaría, “los niños no ven los programas ni los piensan desde su contenido” (Martín Barbero y Téllez, 2006, p. 66), por lo que compromete más a la televisión el entregar programas que no puedan afectarlos inconscientemente.

En conclusión, sin la recepción los estudios sobre el consumo afectan a la retroalimentación necesaria que necesitan los medios de comunicación para conocer sus ventajas y desventajas respecto a la opinión, intereses o necesidades que un público demanda hacia el emisor.

La recepción es un concepto amplio abordado por diferentes aristas y del cual parten otras estructuras que colaboran en el proceso de estudiar el *rating* y el análisis social del medio en las personas.

¿Por qué *EN CARNE PROPIA* es uno de los programas televisivos más observados en el Ecuador y qué es lo que provoca en la gente? Esta pregunta es la que marca el inicio de la presente investigación y que una vez claro el concepto de recepción, se podrá justificar la valía de los estudios a realizarse respecto al consumo del contenido.

2.2 Las audiencias y su relación activa en la recepción

La audiencia es el marco de público que observa o consume un producto. En el ámbito de la comunicación, la audiencia se refiere a los espectadores que leen, escuchan o miran un programa periodístico y se convierten en parte fundamental del mismo, al cumplir el papel de receptores. En la actualidad, los espectadores ya no solo reciben, sino que se convierten en “participantes de la emisión y también como productores de mensajes propios” (Orozco, 2014, p. 236).

En este sentido, el público puede aportar como un ente que juzga, critica y valora un determinado programa, para de esta manera ir vinculándose cada vez más con los medios (Orozco, 2014). En otras palabras, la audiencia participa en la recepción desde el instante en que empieza a visualizar los contenidos informativos y estos producen un tipo de sensación en las personas. El disgusto o aprecio hacia algo específico varía de aspectos sociales y culturales (Orozco, 2006).

A las audiencias se las puede dividir o agrupar dentro de los estudios pertinentes sobre recepción. La clasificación es bastante amplia, puede deberse a su género, estrato socioeconómico, religión, etc.; así como en el momento y entorno particular donde se encuentre el receptor al visualizar el

producto comunicacional (Orozco, Navarro y García, 2012). Los rangos de edad son necesarios de establecer para que los análisis sean más fructíferos. Los tipos de audiencia actúan de diferente manera según los contenidos observados (Melo, 2012). De esta forma, la televisión ofrece parrillas de contenidos con una gama de variedad temática.

Debido a que el objeto de estudio de la presente investigación es el sensacionalismo que se presenta en un programa de televisión y su recepción en un tipo de audiencia específica, la influencia de este medio de comunicación en la sociedad es un tema que necesita ser puntualizado.

“La televisión es el concepto que se hace presente en la conciencia de los receptores sobre el medio. Se trata de la percepción o construcción que el telespectador asigna a la televisión fruto de la confrontación del arraigo social indiscutible del medio y de los criterios generales que se sostengan sobre sí mismo.” (Torrecillas, 2013b, p.144)

Es así, que la autora pretende anexar el rol comunicativo de la televisión a un estado más intrínseco de los televidentes, como lo es su percepción personal mediante la experiencia y aspectos culturales. El poder de la televisión es considerado para muchos como un motor de la sociedad (Alvarado, 2013), un ejemplo de esto se lo observa en las contiendas políticas, cuando los aspirantes a un cargo público buscan de diferentes maneras un espacio al aire que les ayude a ganar reconocimiento en la audiencia. Asimismo, el poder ejecutivo de un país trata de usar a este medios de comunicación para instruir y comunicar al público sobre sus políticas (Jiménez, 2013).

En este caso, y como se tratará en los siguientes apartados, la familia se convierte en un pilar de la recepción, incluso denominándose como “la audiencia primaria de televisión y se convierte en una especie natural de análisis” (Corominas, 2001, p. 6).

2.3 La familia como espacio de recepción

La familia es una institución clave en los estudios sobre mediación debido a su poder e influencia sobre las personas. Es considerada como una de las organizaciones más importantes dentro de la sociedad ya que ejerce un rol regulador. Torrecillas (2013b) considera que la “mediación familiar en el contexto de la televidencia es el grado y forma en que los padres intervienen en la relación entre sus hijos y la televisión” (p. 143).

Para entender a la recepción, tal y como ha sido explicada en el apartado anterior, la familia es un ente de bastante control sobre todo en el ámbito infantil. La supervisión de los padres frente a los programas televisivos genera una determinada opinión por parte del menor (Torrecillas, 2013a).

Este fenómeno también puede presentarse en los adolescentes o incluso en edades posteriores, es decir que la percepción de la familia o en este caso de los padres tiene gran influencia en el resto de los miembros del hogar, quienes consumen un producto con cierto sesgo generado por la cabeza familiar. “La actitud de la familia y los hábitos de los padres influyen como modelos sobre lo que ven y aprenden los niños” (Domínguez, Schade y Fuenzalida, 2010, p. 122).

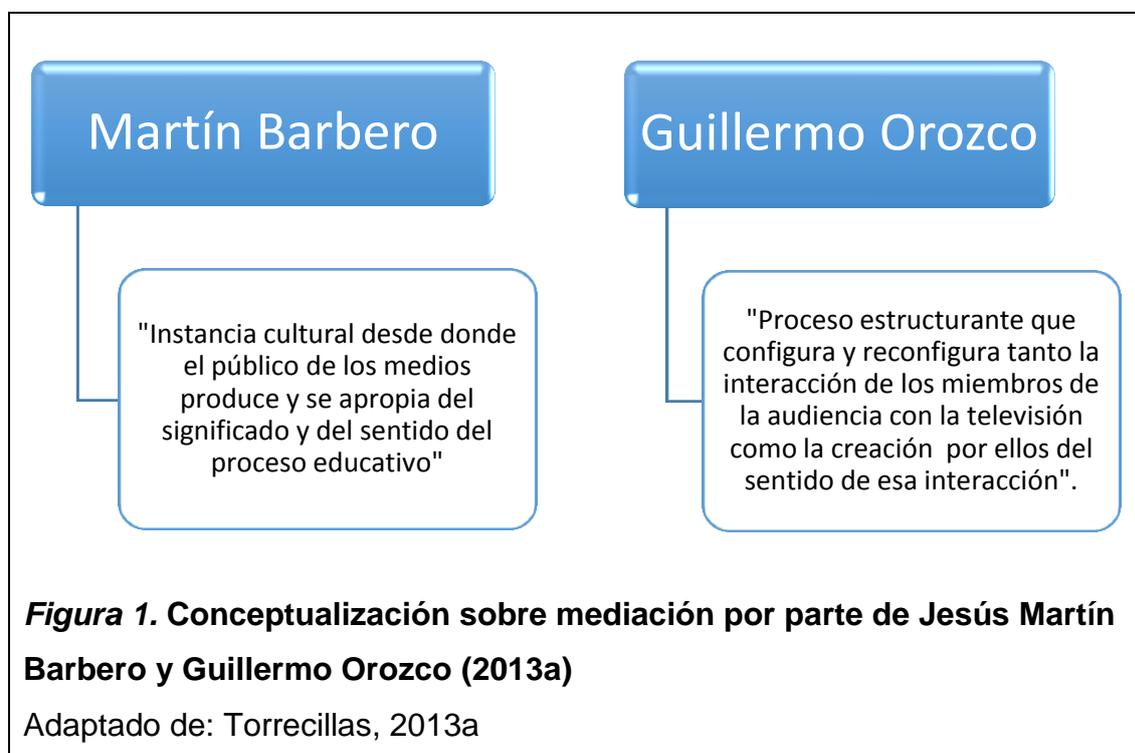
Esto no es más que otro ejemplo de la manera en que la mediación se produce dentro de la esfera familiar. La televisión es un actor permanente dentro del hogar, cuyos contenidos sirven como entretenimiento, relajación y hasta debate en las tertulias familiares. Es así que los padres pueden ser catalogados como el primer filtro de recepción por su participación activa dentro del proceso de acogida del contenido televisivo.

Pero la familia no es el único condicionante donde se produce la mediación. En palabras de Orozco (2006), "las mediaciones provienen de diversas fuentes" (p. 117). Los factores que indican el significado que una persona le da al mensaje televisivo también sufren variables según el entorno o las circunstancias en las que el individuo se encuentra.

2.4 La Mediación: un concepto para entender la recepción de las audiencias

Con el auge de la televisión, y la importancia de medir un *rating* de audiencia, apareció un nuevo concepto que ayuda a entender la relación entre el público y el contenido audiovisual que consume. Dicha comunión entre ambas partes pasa por procesos sociales individuales y colectivos que determinan las causas de recepción. A esto se lo denomina mediación.

Torrecillas (2013a) en su artículo sobre estilos de mediación cita los conceptos de Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco sobre mediación televisiva:



Estos significados ejemplifican la labor de la mediación como una estructura social ligada directamente a la producción que realizan los medios de comunicación y la interacción de las audiencias con estos contenidos. En primera instancia, Barbero quiere explicar que la audiencia reconfigura el mensaje en un proceso activo de recepción. Mientras que Orozco, se enfoca en la interacción, la cual se podría denominar *feedback*, entre medios y público. Esto permite un enriquecimiento informativo de los significados y sentidos que producen los programas televisivos dado que la información está en constante movimiento entre diferentes actores.

Martin Barbero (1992) también aumenta otros mediadores sociales (denominados así por el autor) en las que la mediación se puede encontrar en esferas diferentes a la familiar, educativa o religiosa como las organizaciones de derechos humanos, ecológicos, raciales o étnicas.

Todas ellas participan activamente en los medios y aportan nuevos valores en la recepción de una audiencia, y a su vez, “nuevos valores de la imaginación y la creatividad social” (p. 19).

Entonces, se puede entender a la mediación como la agrupación de distintos factores (socioeconómicos, ideológicos, culturales) y regulaciones (relación con el entorno) que permiten resignificar al mensaje que el medio de comunicación emite; o en palabras del propio Martín Barbero: “(Las) conexiones de los procesos de comunicación con las dinámicas culturales y los movimientos sociales” (Orozco, 2014, p. 135).

2.4.1 Clasificación de la mediación según Orozco

Guillermo Orozco (2006) determinó una clasificación especial para analizar las mediaciones. Esta división ayuda a establecer distintos parámetros sociales que intervienen en la recepción televisiva de un producto, al igual que sirve como base de partida para conocer los efectos que el contenido informativo puede ocasionar en la audiencia. Los tres tipos de mediación que se estudiarán son: Individual, situacional e institucional.

2.4.1.1 Mediación Individual

La mediación individual es la que realiza un estudio enfocado directamente al sujeto, es decir, las experiencias, condiciones y conocimientos a priori que ha sufrido una persona y que producen en ella una percepción específica sobre determinado contenido. Hay ciertos factores que influyen para este proceso de mediación.

Uno de ellos es la edad. El sujeto va cambiando de intereses y gustos conforme pasan los años y su nivel de madurez va aumentando. Un noticiero no puede ser consumido de la misma manera por una persona de 40 años que por un niño. Al primero le interesará informarse sobre los acontecimientos noticiosos, mientras que al menor lo más seguro es que le aburra.

Orozco (2006) también habla sobre la etnicidad como un determinante de la mediación individual, concepto que es asociado no solo con la cultura, sino a las ideologías políticas o de nivel socioeconómico. Estas determinan una orientación personal para la recepción de la información y su posterior análisis.

Finalmente, en este tipo de mediaciones entra otra condición, como es el género y que se ve reflejado en ciertos estereotipos que dictaminan programación enfocada para hombres y para mujeres. Es así que “estos elementos definen características de la forma de televidencia y determinan diferencias en los modos de apropiación del discurso mediático” (Melo, 2012, p. 29).

2.4.1.2 Mediación Situacional

La mediación situacional, como su nombre lo indica, es la que trabaja con la situación en la que se encuentra el sujeto. En otras palabras, las mediaciones se establecen en el entorno donde la persona se encuentra, como el hogar, el trabajo o el vecindario: “Cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de recepción televisiva, tanto a nivel espacial como a nivel de la interacción posible de la audiencia” (Orozco, 2006, pp.122-123).

El entorno es importante a la hora de observar la televisión. Esto significa que, además del lugar donde se encuentre la persona, el grupo de personas a su alrededor influyen en su recepción. Es común que si una persona se encuentra mirando un programa sin nadie más junto a él, esto ayude a que preste más énfasis a lo que sucede en pantalla y su nivel de comprensión sea más alto dado que no hay interrupciones. Por otra parte, cuando el sujeto comparte con familiares o amigos un determinado producto comunicacional, el debate e intercambio de opiniones respecto a lo observado ayuda en el análisis gracias a los diferentes puntos de vista que aportan los receptores.

La mediación situacional no corresponde únicamente al momento directo en el que el sujeto está frente a la pantalla. Escenarios como el trabajo, la escuela o una reunión entre amigos son espacios donde se comentan los contenidos de programas televisivos, lo que permite incorporar elementos al proceso de reconfiguración del mensaje (Orozco, 2006). Las diversas situaciones afectan el consumo del sujeto.

Las personas están en constante cambio dependiendo el ambiente en el que se encuentren. En un espacio de amigos, las actitudes, acciones y comportamientos varían en comparación al contexto familiar o laboral donde podría primar el formalismo. Por ejemplo, observar un partido de fútbol en un estadio no cuestionará el uso de malas palabras o expresiones más fuertes a si se lo mira junto a niños en un entorno familiar.

2.4.1.3 Mediación Institucional

La mediación institucional es determinada por la pertenencia a un grupo/institución como la familia, religión o grupo de amigos. El punto clave para entender este concepto es que “la audiencia es muchas cosas al mismo tiempo y participa en varias instituciones sociales” (Orozco, 2006, p. 124).

Entonces, sería infructuoso encasillar a los sujetos en un solo colectivo. El análisis en este tipo de mediación es más volátil por la gama de instituciones a las que puede pertenecer una persona, y en donde debe cumplir normas específicas.

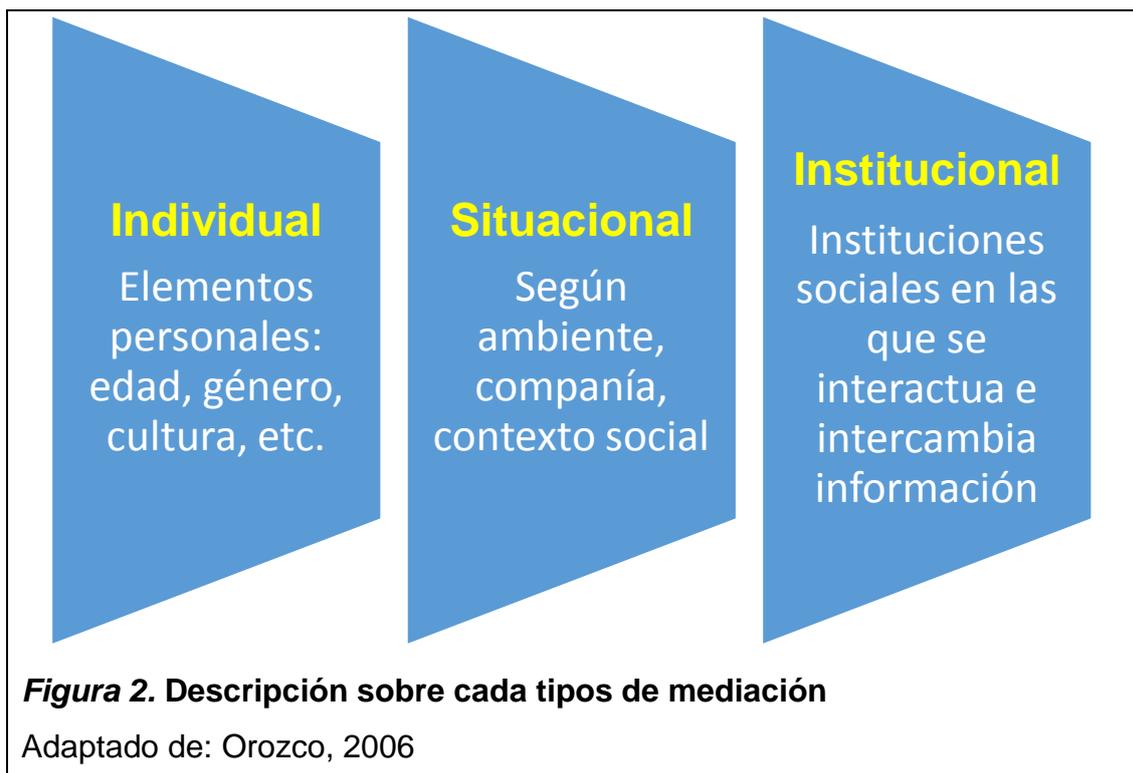
La interacción, intercambio y socialización son procesos que ocurren en este tipo de mediación como resultado de los diferentes grupos sociales de los que puede ser partícipe el individuo. Esto ayuda a que las audiencias no sean monótonas ni unidireccionales, al contrario, receptan mucha más información por ser el resultado social de varias instituciones con reglas, valores e intereses particulares.

Dentro de cada esfera social intervienen ambientes, espacios, culturas y comportamientos propios. Este es el nexo con la mediación situacional, pues se podría decir que cada institución tiene situaciones intrínsecas, que pueden repetirse en otras instituciones, pero que jamás representarán los mismos resultados. En la familia se comparten valores parecidos a los de la iglesia, incluso algunos son iguales, mas esta relación no quiere decir que la familia sea una subordinación de la iglesia, porque también puede tener preceptos opuestos al catolicismo.

En este sentido, el individuo está sujeto a contradicciones entre cada grupo social por las diferencias entre ambos. Entonces retomamos lo mencionado anteriormente, la recepción no va a ser lineal. Las diferencias permitirán la aparición de nuevas maneras de consumir un producto audiovisual con un sentido más crítico y analítico.

En conclusión, la aplicación de estos tipos de mediaciones a nuestro objeto de estudio radica en los factores que ayudarán a diferenciar la recepción de *EN CARNE PROPIA*, según el contexto socioeconómico, cultural y geográfico de las familias a analizar. Lo que se busca probar es si el estrato social y las características del núcleo familiar determinan, en cierta medida, el grado de identificación que puede presentar un programa televisivo en su audiencia.

Conocer los gustos del público respecto a un programa específico puede ayudar a encaminar los objetivos trazados por el medio y en ciertos casos, ampliar y mejorar sus contenidos. De esta forma, la mediación al ser un proceso social, permite la fragmentación de la sociedad mediante contextos, para entender de mejor manera el consumo de la audiencia sobre lo que observa en pantalla.



3. Capítulo III. El Sensacionalismo, una realidad de la televisión latinoamericana

El sensacionalismo es, junto con la recepción, uno de los conceptos claves que se abordarán en esta investigación. Su valor radica en la participación activa que tiene tanto en la televisión como en el resto de medios de comunicación del Ecuador y de América Latina. Es una cualidad en los contenidos que el medio proyecta, con un tratamiento especial de la noticia y enfocado en muchos casos a las clases populares.

Al sensacionalismo se lo puede denominar como “una forma de narrar los hechos donde se magnifican los recursos técnicos y discursivos para potenciar las emociones de los que están tras las pantallas” (Zavala, 2012, p. 46). Esto significa que es una forma de contar una historia con exageración y poco apegada a la realidad; con el objetivo de obtener considerables réditos económicos gracias al *rating* que pueda ganar (Balboa, 2012).

Exagerar una noticia es una práctica común en los medios mundiales. Distorsiona la realidad, lo que no significa que se esté mintiendo, pero sí falla en uno de los principios fundamentales del periodismo: informar con evidencia real (Potter, 2006). “Rompe el equilibrio de la selección noticiosa, que debía buscar formas de armonizar la información de interés general con aquella de interés público” (Panchi, 2014, p. 63). Esto ha provocado que algunos comunicadores no consideren al sensacionalismo como una forma de hacer periodismo, pues es un concepto bastante criticado.

El sensacionalismo es un tema de debate, tanto en la academia como en las aulas universitarias, por ser aparentemente una práctica periodística carente de ética, la cual juega con los sentimientos de la audiencia (Brunetti, 2011). Saad (2011) explica que las imágenes utilizadas no se apegan a los parámetros básicos de objetividad e imparcialidad que se supone deben tener al formar parte de una nota periodística.

No solo representa la falta de participación directa del periodista, sino que ignora los valores de seriedad de un producto “en la loca carrera por destacar en forma desproporcionada una información determinada” (Saad, 2011, p. 5). No hay límites, el texto habla por sí solo (Cerbino, 2004).

La manera en la que una noticia es retratada es particular, llegando a ser considerada como un atropello a las normas éticas y deontológicas del periodismo (Redondo, 2011). El morbo es una cualidad presente en el sensacionalismo, donde la sangre, los accidentes y casos melodramáticos son los protagonistas (Balboa, 2012). La falta de sensibilidad, privacidad y respeto hacia las víctimas quedan de lado al momento de abordar una información (Castro García, 2014). El contenido presenta imágenes fuertes, acompañado de un lenguaje coloquial y escenarios cotidianos (Brunetti, 2011 y Balboa, 2012). Los titulares también se caracterizan por el morbo y el impacto que generan en la audiencia, “se desvirtúa el trasfondo y se lo lleva a un plano de espectáculo” (Malvaceda, Espinoza, Rivera, Vega, Oria, Rivera y Rivera, 2012, p. 138).

Uno de los ejemplos más claros dentro de la televisión ecuatoriana es *EN CARNE PROPIA*. Se presume una alta carga de sensacionalismo en escenas donde se pueden observar violencia desmesurada, irrespeto y victimización a sus personajes.

Por otro lado, sí hay quienes conciben a este estilo como una producción más extensa y valiosa de lo que parece a simple vista.

“La producción de noticias que satisfacen aquello que el público desea, que cubren una demanda como si la demanda hubiese estado gestándose de forma externa a la misma producción mediática, y a la cual lo único que hacen es satisfacerla, sin perder, incluso, la misión de servicio social que la deontología le ordena al periodismo”. (Panchi, 2014, p. 64)

De esta manera, se defiende el sensacionalismo al expresar que cumple las necesidades de una audiencia, que en su mayoría es de estrato popular, y a quienes toma en cuenta a diferencia del resto de espacios en el que los medios no abordan a estos grupos socioeconómicos (Balboa, 2012).

Así también, aparecen autores que rechazan la creencia de que sensacionalismo y ética son conceptos opuestos. Cerbino (2004) los relaciona como dos términos que no se establecen dentro del modo habitual de hacer periodismo, sino se refiere a un análisis más direccionado hacia el periodista, en donde se debe considerar que “los textos que él produce, representan un material altamente sensible para el lector” (p. 3).

En conclusión, el sensacionalismo es una práctica que se basa en la exageración de un hecho, el cual cuenta con una narrativa subjetiva, coloquial y apoyado en imágenes coloridas o explícitas; elementos cuyo fin son causar impacto en los telespectadores (Malvaceda et al, 2012).

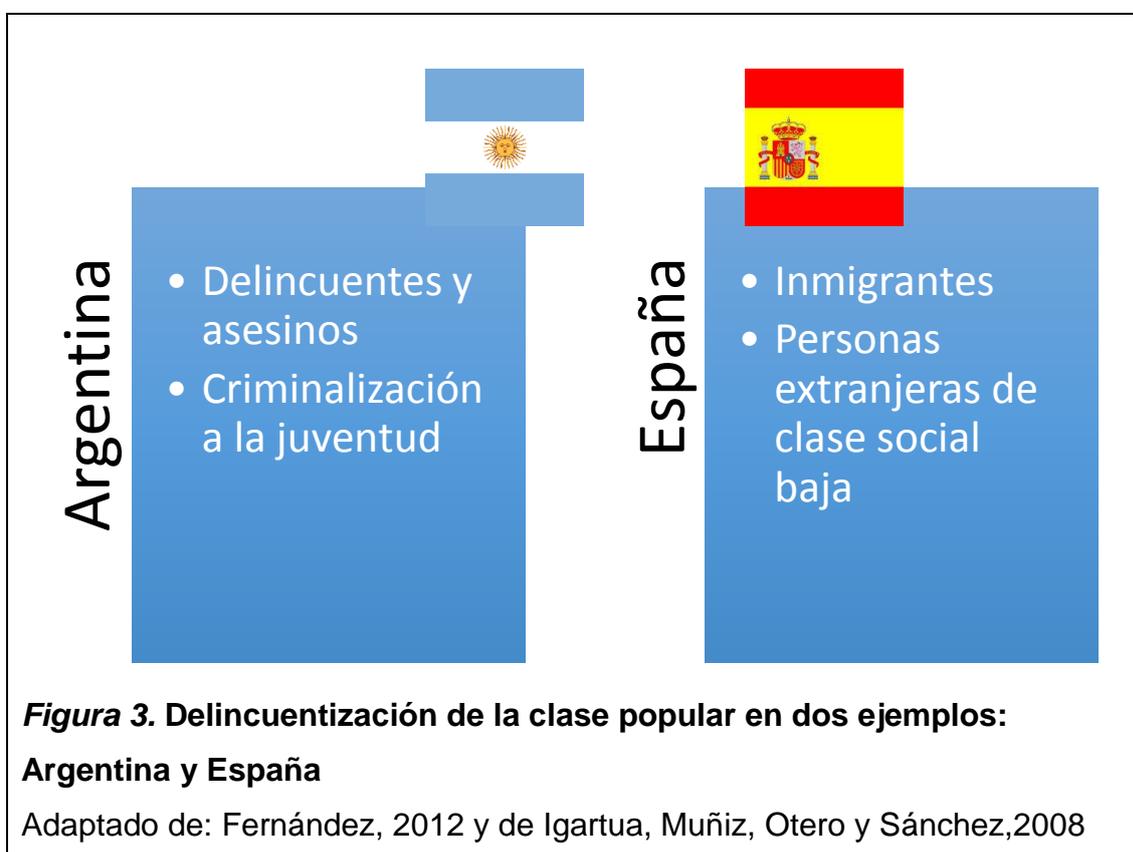
3.1 La exhibición de la cotidianidad y la delincuentización del estrato popular

Tal y como fue manifestado en el concepto de sensacionalismo, este término se desenvuelve en el ambiente cotidiano y natural de las personas. Es un reflejo de sus vidas dentro de un espacio que sirve como plataforma para que ciudadanos de otro estrato puedan conocer una realidad social que se encuentra dentro de un país, ciudad o comunidad.

Uno de los métodos comunes más utilizado para retratar este espejo social es mostrar situaciones delictivas, ilegales o negativas, que producen sensaciones de miedo en la audiencia. En otras palabras, la *delincuentización* del estrato popular significa encasillar a este grupo social en una esfera delincencial que genera una marcada división entre clases sociales (Brunetti, 2011). Entre líneas se está diciendo que las personas de clase baja son los autores de robos y otros tipos de crímenes.

La *delincuentización* del estrato popular es un fenómeno común tanto en el Ecuador como en el resto de Iberoamérica. En estos países, los denominados rateros son generalizados como personas pobres, de bajos recursos y que viven en condiciones de miseria. En Argentina se “naturalizó” (Saintout, 2002, p. 102) el hecho de que estas personas realicen actos delictivos.

Pero también existen ejemplos en los que se buscan redefinir a estas clases populares, como es el caso de Chespirito, en cuyos personajes resaltan los valores positivos de estas personas. ‘El Chómpiraz’ es un ratero que nunca roba y termina ayudando muchas veces a los demás.

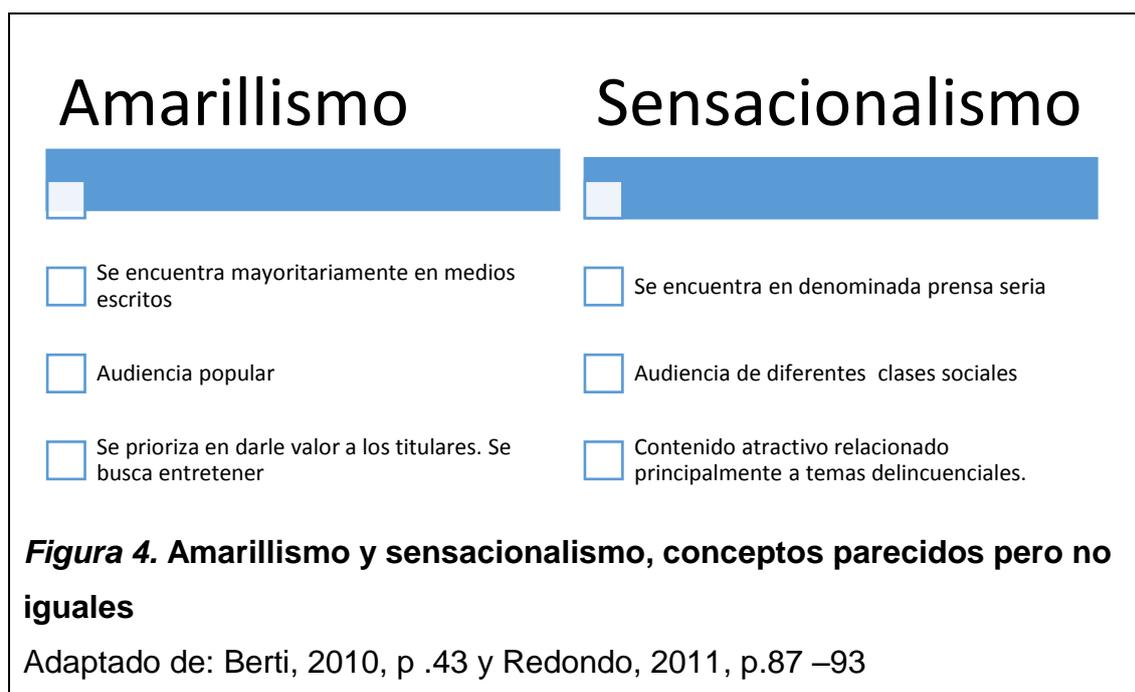


En la sociedad, el sensacionalismo es mal denominado como amarillismo. Dentro de este género, donde también prima la exageración y espectacularización de la información, el tratamiento de los contenidos es menos serio que en el sensacionalismo. Para algunos teóricos, el amarillismo es un sensacionalismo exagerado y “descarado” (Redondo, 2011, p.131).

Estas similitudes ocasionan que se los confunda en un mismo término. Aun así, para ciertos autores la única gran diferencia es el origen de la palabra amarillista, que nació de la disputa entre los periodistas Albert Pulitzer y Rodolfo Hearst, hace más de un siglo.

Tanto el sensacionalismo como el amarillismo muestran “la vida cotidiana de los personajes representados, por más insignificantes que sean, [...] les dan visibilidad y representatividad, dando a su vida cotidiana dimensiones épicas” (Macassi, 2002, p. 4). Si no fuese por este espacio, los protagonistas de estas noticias tendrían posibilidades muy remotas de salir en pantalla.

En estos contenidos, lo principal y relevante no es el gobierno, ni los famosos ni la gente de más renombre. Al contrario, son los trabajadores comunes y corrientes quienes tienen la oportunidad de contar sus historias abiertamente. Al ser personajes cotidianos, una parte de la sociedad en general se podría sentir representada, debido a que son historias parecidas y con situaciones que no se alejan de la realidad de varias de las personas (Miller, 2012). Esto se presenta en *EN CARNE PROPIA*, donde los protagonistas son amas de casa, mecánicos, obreros o simples comerciantes de zonas populares de Guayaquil.



“La información sobre violencia se ha venido utilizando por los diferentes medios de comunicación del Ecuador como mecanismo para capturar audiencia” (Pontón, 2007, p. 12). Este es el sustento con el que la crónica roja aborda los temas de criminalística en sus contenidos. Qué mejor que ganar *rating* ejemplificando a su propio público dentro de la información.

Además, como se ha explicado anteriormente, para obtener réditos económicos se necesita de la venta de publicidad, la misma que únicamente invierte si existe buena sintonía de espectadores (Ortells, 2009). *EN CARNE PROPIA* tiene la posibilidad de mantener un programa de una hora de duración con un corte comercial de diez minutos aproximadamente, gracias a los 12 puntos de *rating* que posee noche a noche (Ibope, agosto, 2015).

Carrión (2014) engloba todos estos conceptos de información, sensacionalismo, violencia y economía en un término denominado populismo mediático que “pone el tema de la violencia como centro de la vida cotidiana” (p. 10). Otro punto que destaca el autor, es la justificación del tratamiento sensacionalista, basado en hechos violentos, el cual se le da a las noticias obedeciendo las necesidades que la audiencia pide. Los medios continúan manejando el discurso de entregarle a su público lo que “desean observar”.

Lo que la práctica del sensacionalismo aún no concientiza es la gravedad de mostrar una violencia excesiva en televisión, la cual es representada, generalmente, por las clases populares. La crónica roja puede estar atentando contra la tranquilidad y confianza de las personas, respecto a la seguridad, al mostrar una sociedad insegura, peligrosa, y que profundiza “los temores ciudadanos” (Pontón, 2008, p. 80). A su vez, esto puede provocar rechazo hacia los estratos económicos populares al ser retratados como delincuentes. En este aspecto, la imagen social de las clases bajas está en descenso. Por ejemplo, en el programa *EN CARNE PROPIA* un alto grado de contenidos corresponde a robos, sicariato y asesinatos, hechos delictivos que son expuestos como algo común y corriente en los barrios suburbanos de Guayaquil.

Finalmente, se podría decir que darle un espacio a los marginales en televisión no fue construido por el sensacionalismo, sino “por los medios excluyentes” (Panchi, 2014, p. 150), quienes desde el inicio del periodismo se han basado en informar enfocados en un solo grupo de poder, y darles el carácter de “personajes coyunturales” a los integrantes de esos sectores de la sociedad.

Por lo tanto, y reiterando la idea general del capítulo, el sensacionalismo partió de la premisa de abrazar a las clases olvidadas, de todas formas cabe preguntarse ¿de qué forma?

3.2 Objeto de estudio: En carne propia. Características y elementos.

EN CARNE PROPIA es un programa de televisión ecuatoriano con más de cinco años de estar ininterrumpidamente al aire. Es transmitido de lunes a viernes por Canal Uno en el horario de 21:30 a 22:30. Debido a su estructura actual y a la temática social que aborda en sus emisiones fue escogido como objeto de estudio para la presente investigación. Posterior, a la teoría profundizada sobre el sensacionalismo y la cotidianidad en las pantallas es necesario describir al programa para de esta manera analizar y comparar sus similitudes con lo expuesto en este capítulo.

El programa nació como un espacio para informar los acontecimientos diarios del estrato social bajo de Guayaquil. En sus inicios, el periodista José Delgado se encargaba de visitar los distintos rincones de la urbe para descubrir historias impactantes, melodramáticas y aquellos conflictos inconclusos que ni siquiera la policía podía solucionar. El comunicador logró ganarse el cariño de la población. La gente llamaba al canal para que Delgado los visitase y ayudara con sus problemas.

El periodista mostró en televisión nacional a personajes que en ningún otro medio habrían tenido la oportunidad de aparecer en pantalla, muchos de ellos ganaron fama, como los hermanos de la popular frase “amor, comprensión y

ternura” que se viralizó en Internet y hasta fue parodiada por comediantes ecuatorianos. Con el paso del tiempo, *EN CARNE PROPIA* fue evolucionando y transformándose en un noticiero de crónica roja. José Delgado no es más reportero, ahora cumple la función de *anchor* en un set pequeño y simple, adornado por dos televisores con el logo del programa.

El periodista brinda la introducción de cada reportaje y narra los breves (adelantos del reportaje principal que será presentado al final del programa). Finalizada la emisión despide saludando a su público y en algunos casos deseándoles feliz cumpleaños a niños cuyos padres han pedido una mención. *EN CARNE PROPIA* está conformado por dos bloques informativos. El primero dura entre 35 y 40 minutos y en él se publican entre cinco a siete reportajes. El último bloque viene luego del único corte comercial y contiene al reportaje principal del día. Este producto ha sido promocionado durante todo el programa con pequeños adelantos. Sus temas abordan comúnmente casos sociales y reales dentro de los barrios populares. Se aprecian gritos, insultos y violencia entre los protagonistas.

Los personajes son muy efusivos y piden al reportero que se involucre dentro del conflicto para que constate la presunta inocencia de sus actores y desenmascare a los antagonistas de la trama. Como ejemplo podemos citar el caso de un hombre que le exigía a su mejor amigo que le devuelva a su mujer, quien se había ido con él. Todo el barrio participaba dentro de esta polémica.

El factor principal de *EN CARNE PROPIA*, es el formato cercano a la población. Aquí se destaca la variedad de fuentes que utilizan para crear sus productos audiovisuales. Desde policías, funcionarios y hasta el mecánico de la esquina son entrevistados por los reporteros. Las personas brindan sus declaraciones en oficinas o dentro de su espacio laboral, al igual que en sus viviendas. Los entrevistados pueden ser personas adultas, de la tercera edad, hombres, mujeres o incluso quienes se encuentren postrados en una cama a causa de alguna enfermedad.

Todos ellos tienen voz dentro del programa: dan su opinión, consejos a los televidentes y emiten juicios de valor sobre el tema del reportaje. Tienen la potestad de contestar con su propia jerga y forma de hablar, siendo censuradas malas palabras o groserías que por el horario no pueden ser emitidas. Otras de las características del programa es el trabajo de investigación que realizan, pues muchas de las notas cuentan con un seguimiento diario según su importancia o gravedad, como ejemplo está la muerte de la tecnocumbiera ecuatoriana 'Sharon la hechicera'. Estos reportajes se pueden basar en sucesos con hasta un año de antigüedad, en donde contextualizan los hechos para luego comunicar los avances de la investigación y el posible desenlace a futuro.

En cuanto a la estética de la imagen se busca siempre graficar los testimonios y locuciones. En ciertos casos se utilizan imágenes en blanco y negro con la finalidad de representar una simulación, en los denominados dramatizados. Estos recursos son muy comunes en la mayoría de reportajes. Al existir casos donde no se tiene una riqueza visual considerable se opta por *flippear* las imágenes, es decir que están invertidas como si se viera un espejo, para que de esta forma haya nuevos planos y encuadres. También se repiten tomas dentro de un mismo reportaje o se usan algunas de archivo, especialmente cuando se habla de patrulleros de policía o calles de la ciudad.

Además, se tiene mucho cuidado de no publicar rostros de niños o personas que no hayan dado su autorización para salir al aire. Es por esto que se distorsionan sus caras como también son censuradas las imágenes que contengan rastros de sangre, heridas o alguna otra cosa que pueda generar susceptibilidades y cumplir de esta manera las normas expedidas por la Ley Orgánica de Comunicación. Por otro lado, los reporteros aparecen en cámara como evidencia de su participación en la investigación. Finalizada la nota despiden su trabajo desde el lugar de los hechos.

Estos reportajes pueden ser videos completos, con locución en off de alguno de los tres reporteros, o simplemente testimoniales donde se construye la narración a base de las entrevistas realizadas. Fotografías, cintas de seguridad o videos caseros también forman parte de la producción de los productos comunicacionales, este material es entregado y recopilado por la ciudadanía en general. Una particularidad de los reportajes del programa es la carencia de una fecha que pueda especificar el día y hora de los acontecimientos, esta puede ser una forma para publicar material según la temática y no su temporalidad. El tipo de lenguaje utilizado es muy cercano a la gente.

Se pueden escuchar términos como 'populacho, amigos de lo ajeno, malandros, pillos' para referirse a la población o a los delincuentes, según sea el caso. En cuanto a los extranjeros, algunos de ellos son denominados por su lugar de origen, es decir que si aparecen personas con rasgos asiáticos se lo denomina como chinos. Los titulares también cuentan con un tinte llamativo: 'Lo apalearon el día de su cumpleaños, Pillos entraron como clientes, Policía lo habría quemado, Asiáticos chocaron'.

Los personajes que conforman el programa son retratados como víctimas que han sido engañadas y maltratadas por otros miembros de la sociedad. Es gente común y corriente, hogareña, solidaria con sus vecinos y muy al tanto de lo que sucede en su propio barrio. *EN CARNE PROPIA* realiza un papel en conjunto con la policía, en donde se los evoca como salvadores y héroes de la sociedad (Gonzales, 2013). Los principales temas abordados son: asesinatos, asaltos, accidentes, acoso o infidelidad. El equipo de producción recorre todo Guayaquil buscando las historias para contar a sus televidentes.

De esto se trata el objeto de estudio de la presente investigación. Un programa televisivo que cumple todos los rasgos de sensacionalismo, delincuentización de los estratos populares, melodrama y telerrealidad. También, buscan acercarse a su audiencia mediante frases, como denominar *macumba* a un acto de brujería o utilizar cierres melodramáticos como "la viuda arregla la ropa

de su difunto esposo mientras recuerda que soñaban con que su hijo jugara en Emelec. El jueves lo íbamos a llevar, dice la mujer”. Este vocabulario normal y simple gusta a un sector de la sociedad que tiene la oportunidad de ganarse un minuto de fama que no tendría en ningún otro programa de televisión. Así es como *EN CARNE PROPIA* ha logrado la admiración y cariño de la clase popular guayaquileña (Ibope, agosto, 2012) y por otra parte varias polémicas y críticas por el contenido que publica diariamente.

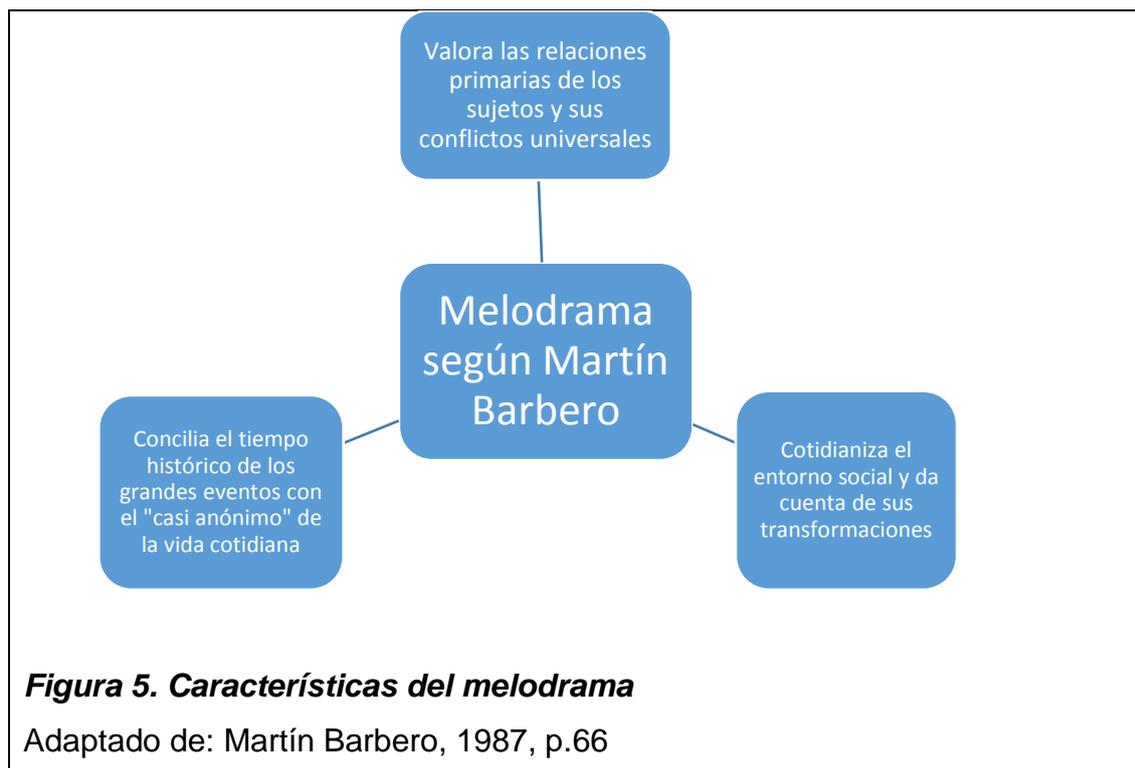
4. Capítulo IV. Un nuevo recurso televisivo: El Melodrama

El melodrama es un género que se basa en la representación de sucesos positivos y negativos dentro de un marco de triunfos, derrotas, burlas y suspenso. En este aspecto, las producciones que lo utilizan, principalmente televisivas, encasillan a los actores en el bueno y el malo, lo que es correcto o incorrecto, o en una especie de Yin -Yan (Castro, 2012). *EN CARNE PROPIA* es un programa donde se puede constatar una participación melodramática de sus personajes. Por lo tanto, habrá que detallar la conceptualización de este término y su aplicación en los medios de comunicación de habla-hispana.

4.1 Conceptualización del Melodrama

Como se dijo anteriormente, el melodrama representa la realidad de un sector de la población y ayuda a visualizar sus cotidianidades (Belounis, 2012), esto explica la cercanía que puede sentir el público con los programas de este género. Es pertinente mencionar que existe un debate para definir al melodrama como un género o si en su defecto correspondería a un estilo particular de hacer televisión (Noor, 2014). Dentro de los motivos de la presente investigación y en base a las investigaciones recopiladas, lo manejaremos como un género narrativo.

Uno de los autores cuyos estudios sobre el melodrama han servido para la construcción académica de este término es Martin Barbero, quien lo menciona como una anacronía o lógica que cumple una función parecida a la de una madre, de un amor idílico o de un fuerte sentimiento humano (Martin Barbero, 1987).



El melodrama surge para Martín Barbero como una descripción social de las telenovelas (tema que desglosaremos más adelante) y su fuerte trasfondo cultural. Como nos explica el cuadro, el entorno melodramático es una comunión entre tiempos y complejidades de la sociedad, las cuales interactúan entre sí y formalizan un espacio personal en donde los acontecimientos de relevancia no son los sucesos políticos, económicos o globales; sino sus propias vidas. En otras palabras, la revancha de la clase popular (Martín Barbero, 1987).

“Nos referimos a aquellas ‘lógicas’ de la sociedad barrial, el morir de amor, la amistad inraicionable ‘tan pasada de moda’ pero de la que aún nos habla el melodrama [...] el tiempo familiar, el tiempo de los parentescos, de la sociabilidad, de la no privatización de la vida, aquel según el cual la guerra no es la guerra sino la guerra en qué murió el tío Juan, y Bogotá no es Bogotá sino la ciudad donde se fueron los hijos” (Martín Barbero, 1987, p. 66).

El autor también lo cataloga como un proceso de la realidad popular en diferentes etapas, que pueden empezar por el teatro, las novelas, el cine y que “nos permite desplazar el maniqueísmo estructural que nos incapacitó durante mucho tiempo para pensar el espesor de las complicidades entre discursos hegemónicos y subalternos” (Martin Barbero, 2002, p.17).

Dentro del marco investigativo de este proyecto es necesario indagar brevemente en los orígenes de este género, que si bien se popularizó desde los años 50, en Latinoamérica, gracias a la televisión; sus inicios datan de siglos atrás en las calles europeas donde los juglares y artistas de la calle fueron ayudando a la evolución del mismo, hasta convertirlo en gestor de obras teatrales populares, especialmente en Francia, durante el siglo XVIII (Mazziotti, 1991 y Noor, 2014). Con el paso del tiempo las tramas melodramáticas fueron incorporándose al cine y de esta manera expandiéndose a nivel mundial. Por ende, el melodrama no puede ser catalogado como una corriente de una sola región o cultura (Galiano, 2015), sino como una esfera social ligada a lo popular.

De igual manera, este género puede ser considerado como una narrativa de la exageración, por el estilo que se maneja en sus contenidos, en los que existe una historia de por medio que guía los acontecimientos. El individuo puede sentir una “empatía que lo convierta en protagonista de las aventuras o desventuras que sintoniza a diario” (Belounis, 2012). Reconocidos catedráticos consideran al melodrama como un identificador de la cultura moderna que permite la construcción de las instituciones familiares (Noor, 2014).

Existen, también, autores que manifiestan la presencia de una “lógica melodramática” en la sociedad actual, “el debate público de los medios se realiza desde personajes o protagonistas sociales” (Castro, 2012, p. 14). Lo que significa una incorporación de este género en la vida diaria de las personas, un motor dentro de la población que condiciona la forma de actuar.

Además, en el melodrama el hilo conductor de las historias realiza un rompimiento total de los patrones considerados como lógicos dentro del comportamiento humano, pues son las emociones y sentimientos quienes guían la trama y sus desenlaces. Es en este punto donde se reproduce lo irreal o absurdo de las situaciones (Galiano, 2015).

El melodrama es un género moderno que se diferencia de lo clásico, como la tragedia, porque sus protagonistas son personajes comunes a diferencia de otros géneros donde el protagonista es muchas veces un noble con influencias políticas y económicas dentro de su sociedad y estrato (Noor, 2014). Este es el nexo con el sensacionalismo, al ser ambos una representación de lo popular.

Por otra parte, la región latinoamericana es fundamental para el desarrollo de este género por la actitud y el comportamiento de sus habitantes, quienes representan lo “colorido, sensual, gritón y violento” (Mazziotti, 2008, p.1) de la humanidad. En su vida diaria, y a raíz de sus personalidades, ocurren situaciones intensas e inéditas que sirven como base para las telenovelas y los programas de telerrealidad.

Citando un ejemplo, Colombia es un país cuya televisión presenta bastante carga melodramática por ser el lugar donde se realizan las telenovelas de mayor renombre en la región (García y Reina Gutiérrez, 2012), cuyas tramas rompen con los viejos arquetipos de ficción para ahondar en los problemas reales de la cultura de ese país y retratarlos de una manera diferente, no acusatoria (Mazziotti, 2008). La novela “permite el acercamiento a los conflictos de una sociedad” (Zapata y Ospina, 2005, p. 115) rol que también puede cumplir la literatura en la que homogeneizan a la población dentro de un contexto social-histórico lleno de modelos políticos muy diversos (Villalobos – Rumniott, 2013). Es así, como los protagonistas de estas tramas, quienes la mayoría del tiempo pasan invisibilizados, llegan a ganar notoriedad al ser representados a escala nacional y pública en las producciones televisivas, para que de esta forma todo un país distinga las diferencias regionales y sociales de su población (Zapata y Ospina, 2005). En este contexto, el melodrama busca conmover a su audiencia (Castro Díaz, 2012).

Los personajes de los melodramas también son utilizados para construir estereotipos sociales (Sánchez, 2013). De esta manera, la televisión puede ser el espacio idóneo para transmitir contenidos que fomenten este estatus de la sociedad, alimentado por la recepción masiva del público y el sesgo con el que los medios lo presentan (Muñiz, Serrano, Aguilera y Rodríguez, 2013). El concepto de estereotipo lo podemos definir como: “imaginario social, entendido como un conjunto de representaciones sociales” (Gonzales, Negri, Varnier, Toledo, Flores, Barbero y Cavia, 2012, p. 1).

La mujer por ejemplo representa un prototipo clásico y recurrente de la evocación al esfuerzo y la superación. En los programas televisivos desempeñan un papel reiterativo, en el cual ejemplifican una vida llena de “múltiples barreras, desengaños sentimentales, matrimonios conflictivos, adicciones” (Galiano, 2015, p. 5) y una larga lista que exalta la figura femenina dentro del melodrama. Esta participación de la mujer data de décadas atrás, cuando el cine empezó a nutrirse del melodrama y las mujeres a tomar protagonismo en tramas donde primaba la dependencia al hombre producto de una negación de poder amarse así misma (Gubern, 1984).

Sin embargo, lo destacable de la intervención femenina en este género es la nueva construcción no patriarcal que se empieza a formar, pues la comunicación comienza a pensarse hacia las mujeres y no desde una perspectiva únicamente masculina (Kuhn, 2002). Aun así, la mujer abnegada que sufre en silencio no abandona las pantallas televisivas, es un estereotipo muy marcado que forma parte de este género y conlleva al contraste entre la madre, sufridora y protectora de sus hijos; con la joven soñadora, independiente y luchadora (Noor, 2014).

Un rol que cumplen las historias melodramáticas es servir como modelo o ejemplo para los televidentes, quienes tienen la posibilidad de resolver sus propios conflictos gracias a lo observado en pantalla (Cáceres Zapatero, 2014). Esto se debe a que, como se dijo anteriormente, las escenas tienen gran semejanza con situaciones reales de la población.

Por otra parte, un factor que se desenvuelve dentro del melodrama es la música, la cual corresponde a una característica clave de este género pues participa como “un signo más para subrayar y acentuar las vicisitudes de la acción” (Mazziotti, 1991, 102). En el caso del objeto de estudio, este elemento acompaña los puntos clave de los reportajes para remarcar las sensaciones que el programa busca generar en su público.

Finalmente, y una vez que esté clara la conceptualización del término melodrama, es pertinente analizar los elementos básicos y característicos que interactúan dentro de estas producciones y realizan una función narrativa dentro de las mismas.

4.1.1 Elementos del melodrama: situaciones, sentimientos y personajes

Tal y como se manifestó en los capítulos anteriores, el melodrama se nutre de características únicas que le dan valía y propiedad al género. Las situaciones melodramáticas están plagadas de sentimientos y personajes que sobresalen, más que por su valor, por lo que les ocurre.

El precursor de la teorización del melodrama fue Martín Barbero, por ende se lo toma como base para mencionar a los sentimientos principales que aparecen dentro de un melodrama. Estos son: la risa, el miedo, el entusiasmo y la lástima. Cada una de estas emociones viene acompañada por una situación que la contextualiza dentro de la narración y permite alcanzar un mayor impacto comunicativo en la audiencia; estos sucesos corresponden a ser burlescos, terribles, excitantes y de ternura (Gonzales, 2013).

Por otra parte, el melodrama también aborda diferentes sentimientos aparte de los ya mencionados, como el placer, la fantasía, la ideología, la ilusión, la convicción y el deseo (Castro Díaz, 2012). Desde este punto surgen, para Martín Barbero, cuatro tipos de personajes aludidos por las situaciones descritas y que cumplirán un rol propio dentro de la historia.

Estos papeles serán el de justiciero o también conocido como héroe, traidor o villano, la víctima quien en algunos casos es mujer y finalmente el bobo o inocente (Gonzales, 2013; Mazziotti 1991; Melo, 2012 y Quandt, 2013).

4.1.1.1 El Justiciero

Comenzaremos describiendo al héroe, papel protagónico de los melodramas. “Personifica al bien, está ligado a la víctima por amor o parentesco, es generoso y sensible” (Gonzales, 2013). El justiciero tiene la potestad para arreglar un problema o dificultad, es decir que puede tomar una decisión que concluya el inconveniente suscitado (Melo, 2012).

De esta forma, el protagonista logra ganarse la aprobación del resto de personajes y de la audiencia. José Delgado, conductor y protagonista de *EN CARNE PROPIA*, desempeñaba este rol dentro del programa, al igual que la policía en ciertos episodios.

4.1.1.2 El Villano

El traidor es el villano de la serie. Personifica a la maldad, la corrupción y el beneficio individual, sin importarle las consecuencias que esto pueda generar en los demás (Quandt, 2013). Al ser el antagonista, siempre será repudiado, despreciado y odiado por parte de los espectadores (Galiano, 2015). Como su nombre lo indica, traiciona al héroe o a los protagonistas.

Además, se vale de sus atributos y cualidades físico - mentales para ocasionar conflictos dentro de la trama. En ocasiones las mujeres cumplen este papel, su trabajo consiste en manipular, engañar, desatar tríos amorosos y destruir moralmente a la protagonista (Aguilera, 2015). Dentro del objeto de estudio el traidor es el personaje que se aprovecha de la víctima causándole daño.

4.1.1.3 La Víctima

La víctima es el personaje del que parte la trama pues comienza como alguien débil, quien es abusado por un personaje más fuerte e influyente. La víctima es un personaje sufridor y muy dependiente de los demás. Si acudimos a ciertos estereotipos sociales, la víctima es un puesto recurrente para el género femenino. De esta victimización misógina nace la relación amorosa entre el justiciero y la protagonista.

Al ser un arquetipo fácil de encontrar en la sociedad recibe mucha empatía de parte de la audiencia, por su cercanía (Galiano, 2015). *EN CARNE PROPIA* siempre presentará una víctima en sus episodios, quien busca la ayuda del presentador para resolver sus problemas. En algunos casos son mujeres madre-soltera, con varios hijos y llenas de dificultades diarias, que son acosadas por vecinos, familiares o parejas sentimentales quienes se abusan de ellas psicológica, física o sexualmente.

4.1.1.4 El Bobo

Finalmente, queda por mencionar al bobo, quien es el personaje más caricaturesco y divertido de las narraciones por su inocencia y descuidos que provocan risas y a su vez desorden en la trama. El bobo es la persona que termina siendo cómico sin intentar serlo. Revela secretos y se desenvuelve de manera torpe (Quandt, 2013).

Su rol es muchas veces desempeñado por el borracho o loco del barrio, quien representa una “vertiente esencial de la matriz popular” (Gonzales, 2013). Otra de sus características es representar la ignorancia, la falta de conocimiento (Melo, 2012) y en ciertos casos excesiva credulidad ante aspectos engañosos.

A modo de cierre acerca de estos roles, el contexto en el que se desarrollan se lo puede catalogar como similar, dado que en su mayoría “los personajes mantienen fuertes lazos familiares, todo lo viven con mucha pasión, son

solidarios, gustan de los bailes y del alcohol” (Mazziotti, 2008). También, son ejemplos de lucha debido a las heridas que han sufrido a lo largo de sus vidas. Dichas experiencias ayudan a los protagonistas para sobrellevar los acontecimientos presentes y sirven como motivación a la hora de resolver los problemas (Rodríguez, 2013).

4.2 El melodrama real: La Telerrealidad

Como se explicó al inicio de este capítulo, el objeto de estudio no es una telenovela o *reality show*, sino un programa de telerrealidad que contiene elementos bastante parecidos a los presenciados en un melodrama; con la diferencia de que en estos se parte de una realidad para construir ficción (Belounis, 2012) y lo que publica *EN CARNE PROPIA* es pura realidad. La audiencia de este programa puede experimentar las mismas sensaciones que si estuviese mirando una telenovela y, en ciertos casos, hasta provocar “un efecto de catarsis [...] y hacer que el espectador se posicione a favor o en contra de los protagonistas de la situación mostrada” (Cáceres Zapatero, 2014, p. 664).

Conceptualizando al término telerrealidad, este formato acerca al público con el programa televisivo (Martínez, 2012), elimina las viejas barreras de la televisión brindando un nuevo estilo de comunicación en masa. En otras palabras la telerrealidad es el programa de televisión cuyo contenido se basa en historias y situaciones reales, de personajes anónimos y representativos de un sector popular (Mateos – Pérez, 2010) y es también un proceso “inherente a cualquier situación de comunicación” (Cáceres Zapatero, 2012, p. 9).

En dicho marco, puede saltar a la duda el realismo de las escenas observadas al parecer simples actuaciones producidas intencionalmente. La realidad es que tanto lo ficticio como lo verdadero son dos elementos “permeables.

Las nuevas tecnologías han potenciado el mestizaje entre ficción y no ficción al multiplicar exponencialmente las posibilidades de reciclaje e intertextualidad en el discurso audiovisual” (Mínguez, 2015, p. 99).

Por lo tanto, la telerrealidad, pese a tener sendas atribuciones parecidas a una obra de ficción, busca diferenciarse de la misma gracias a los vínculos que genera con su audiencia. Estos nexos son muy fuertes debido a que es el “espacio para que gente común y corriente, cuente sus experiencias personales” (Melo, 2012).

Y esta no ficción radica en el hecho del desconocimiento que tienen los protagonistas acerca de las repercusiones de sus actitudes, es decir que pese a tener pleno conocimiento de que sus movimientos están siendo grabados, no son responsables de qué frases o actitudes específicas serán transmitidas por el medio (Miller, 2013). Este detalle es un leve seguro de realidad pura en pantallas, sobretodo en programas de larga duración, pues de lo contrario la persona filmada estaría actuando por largos periodos. Ante esto, es importante precisar el consentimiento previo que otorga un participante a la productora sobre su participación en el programa (Schmitt, 2012), esta autorización es clave para construir el producto televisivo.

En un estudio realizado por Cáceres Zapatero (2014), expertos en sociología opinaban respecto a los protagonistas de programas de telerrealidad, a quienes describen como personas con pocos reparos para difundir públicamente su vida privada pues es una “forma de narcisismo, con la búsqueda de fama y notoriedad y con la necesidad de reconocimiento ajeno” (p. 666).

Un ejemplo predominante y pionero en la televisión, que sirve como inicio para abordar el tema de telerrealidad, es el programa español *Gran Hermano*, emitido a comienzos del nuevo siglo. Si bien existe información sobre programas británicos que empezaron a transmitir ininterrumpidamente la vida de familias de clase media, en la década de los 70s (Castro, 2012); no es sino hasta el auge de *Gran Hermano* que los productores televisivos del mundo entero empezaron a observar a la telerrealidad como un formato atractivo.

Este *reality show* revolucionó al mundo por su formato real y directo en el que jóvenes de distintas edades, ciudades e intereses eran reunidos y alejados de cualquier tipo de contacto externo, más que ellos mismos, por un tiempo determinado, sin guiones ni pautas que seguir. Los acontecimientos que allí suscitaron son a lo que llamamos telerrealidad. Lo clave en este género televisivo es que “la realidad interesa sólo en tanto puede hacerse espectáculo de ella” (Cáceres Zapatero, 2012, p. 10 y Mateos – Pérez, 2011), desligándose así de los documentales que narran historias verdaderas pero con un estilo diferente. En la actualidad, cadenas como MTV están pendientes de crear nuevas producciones de este formato y que puedan ser atractivas para sus públicos objetivos (Hernández, 2012).

El lenguaje también forma parte de la telerrealidad porque demuestra una comunicación real, sin formalismos. Las personas interactúan entre ellos con sus propios vocablos y modismos, de la misma forma que conversarían sin una cámara al frente. Esto a su vez repercute en la audiencia de dos maneras: genera identificación o al contrario crea en el espectador una sensación de diferencia, de no ser iguales (Miller, 2013).

Varios de los personajes de estas tramas son retratados, directa o indirectamente, en el programa ecuatoriano. Como en cualquier melodrama, los personajes de *EN CARNE PROPIA* juegan un papel esencial en los reportajes, por lo que las similitudes con las producciones de telerrealidad son visibles, lo que otorga al objeto de estudio la categoría de programa de telerrealidad.

“[En los programas se presencia la] falta de un guión formal, los participantes no son actores, hay lugar para la sorpresa en las situaciones, por lo que las emociones se perciben como honestas e impredecibles, y que el premio no es monetario [...] sino la adquisición de [...] una satisfacción emocional o moral” (Martínez, 2012, 601).

La telerrealidad, al igual que se habló en el melodrama, se ha convertido en un espacio para la consolidación de estereotipos. Es común la acentuación de estas características, a primera vista notorias, en los personajes que el programa busque retratar. Citando un ejemplo, el medio estadounidense MTV transmite series donde sus personajes idealizan un concepto de cuerpos tonificados en los hombres, mientras que las mujeres deben ser extremadamente flacas y voluptuosas (Flynn, Park, Morin y Stana; 2015).

Estas personas, quienes actúan como gente normal, representan un estereotipo tácito en la población, sobretodo juvenil. Además la conceptualización de la mujer es bastante machista, en donde se idealiza al hombre como un premio y un ser perfecto el cual puede conseguir a cualquier mujer por medio de mentiras y coqueteos muy simples (Rodríguez y Roldán, 2013).

“La telerrealidad funciona como un instrumento de manipulación colectiva que termina por trivializar los temas propuestos, crear estereotipos y estimula una afición desmedida hacia los temas personales, generando una sensibilidad morbosa entre la audiencia” (Mateos – Pérez, 2011, p. 173).

Podría saltar la pregunta sobre el porqué de los medios de comunicación para apostar en estos formatos televisivos. La respuesta de algunos teóricos es el marketing y aumento de *rating* que ven los directores de contenido en su audiencia (Castro, 2012), a través de la identificación que puedan tener al verse reflejados en la pantalla. Esto significa, que la reivindicación social que teóricamente se buscaría en estos programas es nula, todo obedece a estrategias económicas.

Para Ramonet (2015) la cultura de masas es simplemente una lógica comercial con objetivos mercantilistas. Las compañías denotan interés en estos programas porque detrás de las tramas cotidianas, pleitos, discusiones y

demás características que se encuentran en estos formatos, han encontrado el espacio ideal para vender y promocionar lugares turísticos, países o hasta productos comerciales (Hernández, 2012).

Por lo tanto, y a modo de conclusión, la telerrealidad es una especie de híbrido comunicativo por la mezcla de formatos que utiliza, sobresaliendo la crónica y la entrevista (Requeijo, 2011); las cuales permiten la narración de las historias y su impacto en el televidente. Sin embargo, el debate público sobre la veracidad de los hechos presentados en pantalla se mantendrá tanto en la academia como en la cotidianidad.

Esta duda radica en los comportamientos y actitudes que se pueden observar en este tipo de programas, los cuales pueden parecer fingidos y manipulados con un fin de comunicar algo específico (Mínguez, 2015) promulgado por el propio medio. En este sentido “se sigue una lógica de simulación, en la que el modelo precede al hecho” (Schmitt, 2012, p. 134).

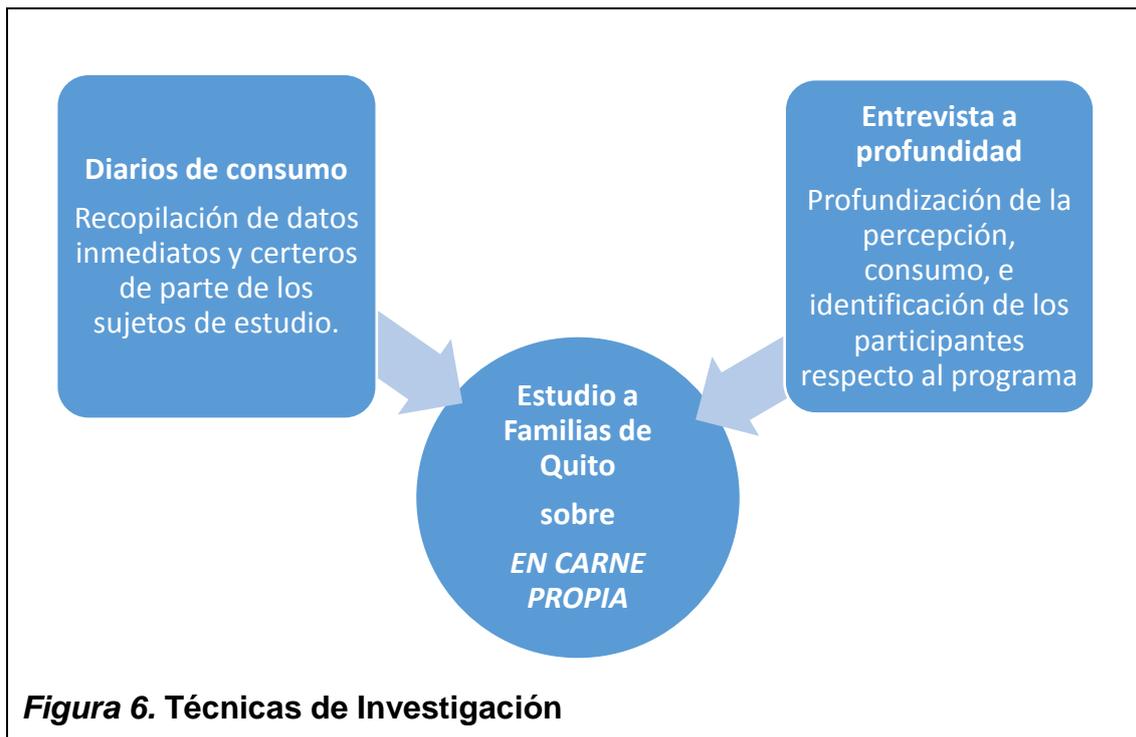
5. Capítulo V. Marco Metodológico

5.1 Método y Enfoque

Con el fin de realizar una investigación que arroje los mejores resultados posibles y cumplan con los objetivos propuestos al inicio de este proyecto, el presente trabajo de titulación será de carácter explicativo. Se ha escogido este método debido a la importancia de analizar y comprender al objeto de estudio, apoyado por la percepción e identificación que tengan dos estratos sociales de Quito, respecto al programa de televisión *EN CARNE PROPIA*. Esta metodología, como lo explicaba Weber, se basa en el estudio de los hechos que motivan a los sujetos para actuar de cierta manera particular (Erramuspe, 2014, p.73).

Por lo tanto los resultados que nos arroje la investigación permitirán entender las diferentes condiciones que influyen en la recepción de las familias quiteñas frente a un presunto contenido sensacionalista. Este tipo de estudio permitirá entender “por qué dos o más variables están vinculadas” (Batthyány y Cabrera, 2011, p. 34).

La presente investigación será no exploratoria pues el investigador no formará parte directa del análisis, es decir que su papel se limitará a la observación de los sujetos de estudio. Además, al ser un estudio netamente cualitativo, se utilizarán dos métodos de este tipo: los diarios de consumo y la entrevista a profundidad. Esto ayudará en la amplitud y aplicación de la investigación para obtener mejores resultados. En el siguiente gráfico se explicará la metodología a utilizar.



5.2 Determinación de la población

La ciudad de Quito, por ser la capital del Ecuador, es una de las urbes más importantes de este país. Es por este motivo, que se ha escogido a sus habitantes como sujetos de estudio para esta investigación. Su población de 2 39 191 de habitantes (INEC, 2014) permite que exista una diversidad de sectores sociales en la capital.

Se eligió al programa de televisión *EN CARNE PROPIA*, el cual es transmitido diariamente (a excepción de sábados), en horario nocturno, por el canal ecuatoriano CANAL UNO. Desde su lanzamiento, hace más de cinco años, ha provocado polémicas y críticas por parte de la sociedad que lo catalogan como un medio para denigrar a las clases populares y los suburbios guayaquileños, en donde prima el morbo antes que la información (El Telégrafo, 2011 y El Universo. 2010). Pese a lo criticable de sus contenidos, el rating no es bajo, pues rodea los 12 puntos (Ibope, agosto, 2015).

En pequeñas encuestas caseras se puede medir la popularidad que tiene el programa, dado que un buen número de la población lo ha visto alguna vez o ha escuchado de qué se trata. Aunque la época dorada de *EN CARNE PROPIA* está en descenso, el Internet ha ayudado para que los videos puedan ser observados en la red por miles de internautas.

Además, *EN CARNE PROPIA* es un programa guayaquileño y filmado íntegramente en esa ciudad. En el 2012 se publicó un video promocional que mencionaba la incursión de historias de la capital en el programa, pero estos contenidos nunca se emitieron al aire.

Para la respectiva aplicación de las metodologías se buscará a dos familias que vivan en la capital pero que pertenezcan a distinto estrato socio-económico. Esto nos ayudará a medir las diferencias culturales que pueden existir entre los distintos grupos sociales de un lugar. Es importante destacar que las características para establecer el nivel socioeconómico de una familia dependen de algunas variables que detallaremos a continuación.

5.2.1 Variables para definir un estrato social

Para la presente investigación, y tal como fue explicado en el método de estudio, se realizará un análisis a dos familias de Quito pero con condiciones socioeconómicas diferentes, las cuales corresponden a nivel medio y bajo. Los criterios para definir un estrato social son los siguientes:

Los ingresos y renta que pueda obtener, mensualmente, una familia es un primer criterio importante para la clasificación de los estratos sociales, sin embargo esta es solo una variable del resto de posibilidades que ayudan a esclarecer las características propias de cada clase (Alcañiz y Manzano, 2000).

El cumplimiento de las necesidades básicas en su entorno (Fournier, De los Ríos, Orpinas y Piquet- Carneiro; 1999), que puede determinar su consideración como barrio marginal, y el hacinamiento tanto en la vivienda como en la zona (Cabrera de León, Rodríguez Pérez, Domínguez, Rodríguez Díaz, Rodríguez Álvarez, Aguirre y Grupo CDC; 2009) son factores que permiten encasillar a las familias en un sector socioeconómico específico. Estas variables ayudan a concebir a los estratos como organizaciones tanto sociales como económicas, por tener una misma carga de valor y relevancia en sus características descriptivas.

Las familias también se pueden diferenciar por el número y costo de las propiedades y bienes que posean (Rivera, Arellano y Molero; 2013), así como en los estudios educativos que sus miembros hayan realizado y la ocupación laboral que se desempeñen (Fournier, et al; 1999 y Cabrera de León, et al, 2009). De igual manera, las clases sociales no tienen los mismos hábitos de consumo en lo que refiere a alimentación, compras, gustos e interés en cuanto a televisión, por dar un ejemplo (Alcañiz y Manzano, 2000).

En cuanto a la vivienda, es importante describir sus características respecto al tamaño, calidad y equipamiento (Fournier, et al, 1999) para poder entablar diferencias entre clases. Entre mejores condiciones tenga la casa, más alta será su categoría.

Esta investigación toma como referencia a los cabezas de hogar de cada familia para determinar su nivel socioeconómico, amparados en las recomendaciones de los expertos, quienes aseguran que la clase social “de una familia entera puede medirse examinando las características del único adulto que percibe un sueldo, prescindiendo de las características de los otros miembros” (Rivera, Arellano y Molero, 2013, p. 245). Al igual que su salario, los años de estudios también participan en el análisis del sujeto en cuestión (Fournier et al, 1999).

En el siguiente cuadro se resumen algunas de las condiciones que permiten la medición de las características de los sujetos de estudio, para su inclusión en los respectivos estratos sociales a la que corresponden:

Variables económicas	Variables de interacción	Variables políticas
<ul style="list-style-type: none"> • Ocupación • Ingresos • riqueza 	<ul style="list-style-type: none"> • Prestigio personal • Asociación • Socialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Poder • Conciencia de clase • Movilidad

Figura 7. Variables para definir un estrato social en la población
Tomado de: Clemente, 2010

5.2.2 Descripción de las familias a estudiar

Una vez definidos los parámetros a utilizar para colocar a las familias en la clase social que corresponden, es turno de describir a cada una de ellas basadas en la teoría mencionada anteriormente.

Por el lado de la familia de nivel socioeconómico medio, a la que llamaremos familia A, es un hogar cuyo rasgo más importante es la educación. Ambos padres poseen estudios superiores en universidades de prestigio. Sus hijos terminaron el bachillerato en un colegio privado de la ciudad y actualmente cursan sus estudios universitarios en otra institución privada con reconocimientos internacionales. La vivienda donde residen es de tres pisos, con varios baños, cuatro televisores y computadoras, sala comedor y dos patios. Además, cuenta con acabados en paredes y pisos, terraza y techo de cemento.

El sector urbano donde viven se llama Santa Lucía y allí existen todos los servicios básicos necesarios, al igual que zonas de restaurantes, supermercados y centro de policía comunitaria. Los vecinos son del mismo estrato, pues la gran mayoría son profesionales y sus hijos estudian en establecimientos educativos privados.

Su nivel de preparación académica les permite aspirar a sueldos que sobrepasen los mil quinientos dólares. Su costo de vida también es elevado, considerado en ciertos gastos como ropa, alimentación y entretenimiento.

En el caso de la familia de clase baja, llamada Familia B, las condiciones son marcadamente diferentes. En este hogar los padres culminaron su educación hasta el nivel primario, a diferencia de su hijo mayor quien sí acabo el bachillerato y actualmente estudia en un instituto técnico. Las instituciones educativas a las que asistieron fueron públicas. La familia B reside en el barrio de Pisulí, considerado como un sector marginal de la ciudad, por tener carencias como asfalto en la calle, alcantarillado y alumbrado. La delincuencia es un problema presente en este lugar, los propios vecinos mencionan la cotidianidad de asaltos y robos en el sector.

La vivienda de la familia B es un pequeño solar con una casa de techo de zinc. Tiene tres divisiones para los cuartos y una para cocina. El piso y paredes son rasos y la puerta de entrada está construida con palos y cañas. El salario máximo al que pueden aspirar es al sueldo básico. Su costo de vida es bajo, gracias a los animales y huertos propios que se convierten en una forma de ahorro. Esta familia solo cuenta con una motocicleta para su movilización, el transporte urbano más cercano se encuentra a 20 minutos.

5.2.3 Descripción de los participantes

Los sujetos de estudio serán tres miembros de cada familia: Padre, madre e hijo/a. Como breve descripción de cada participante se puede mencionar que el padre A tiene 68 años, es ingeniero agrónomo y con su salario alcanza para el sustento familiar. La madre, de 55 años, es colombiana y actualmente trabaja como ama de casa pese a contar con tres postgrados en administración de empresas, títulos obtenidos en Colombia e Italia. La hija tiene 21 años, estudia en la Universidad de las Américas y se graduó del colegio Isaac Newton, ambas instituciones privadas.

Por el lado de la familia B, el padre labora como guardia de seguridad y su sueldo asciende a un poco más del salario mínimo, tiene 39 años. La madre, con 42 años, trabaja ocasionalmente como empleada de limpieza y también vende gallinas que ella misma cría, mata, y prepara. El hijo de esta familia tiene 20 años, estudió en el colegio público Eloy Alfaro, actualmente trabaja para poder pagar sus estudios en el Instituto Los Andes.

Las edades, ocupaciones laborales y preparación académica de los miembros de cada familia ayudarán a arrojar datos particulares respecto a los resultados que se buscan recopilar de la presente investigación. Al ser un grupo heterogéneo se podrán encontrar similitudes entre sujetos de diferentes familias así como diferencias dentro de un mismo hogar, pues la edad y el entorno son otro factor, además de la familia, que determina la recepción mediática de una persona (Orozco, 2006).

5.3 Técnicas de investigación

Para la presente investigación, se ha planificado utilizar dos tipos de metodologías cualitativas. La intención será analizar a las familias seleccionadas mientras observan *EN CARNE PROPIA*. Esto permitirá que “se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado” (Martínez, 2011, p. 173).

En primera instancia, la investigación comenzará a ser aplicada con los diarios de consumo que son registros entregados a los miembros de cada familia para que puedan anotar las percepciones inmediatas luego de observar el programa. Así se obtendrá un resumen cotidiano de las opiniones de cada sujeto (Cassetti y di Chio, 1997), y ayudará estructurar la posterior entrevista a profundidad. Cada participante se comprometerá a llenar estos diarios de recepción durante un mínimo de dos días, para que de esta forma las familias puedan entregar al menos cinco diarios de consumo, en total.

Luego, se utilizará el recurso de la entrevista a profundidad. Se conversará con los integrantes de las familias analizadas para abstraer sus percepciones respecto al objeto de estudio. Este método solo es aplicable correctamente si al momento de entrevistar no se interfiere con las respuestas de los entrevistados, al “inducir o proyectar sus sentidos a las palabras del entrevistado” (Legaspi, Aisenson, Valenzuela, Moulia, Duro, De Marco y Del Re; 2011, p. 326); o a su vez manipular la entrevista para obtener un resultado previamente acordado.

Este método será beneficioso, pues no existe un guión unidireccional del cuál no se pueda variar, a diferencia de las encuestas. En este tipo de entrevistas lo que se realiza es una conversación donde el entrevistador se encarga de desarrollarla convenientemente para abstraer la información más valiosa (Ruiz, 2012).

6. Capítulo VI: Análisis de resultados

6.1 Consumo televisivo de *EN CARNE PROPIA* en dos familias de estrato socioeconómico diferente

EN CARNE PROPIA fue observado durante una semana por las familias A y B, que corresponden a clase media y baja, respectivamente. Los tres miembros de cada hogar llenaron sus propios diarios de consumo para plasmar las sensaciones instantáneas que percibieron posterior a mirar el programa. Finalizado este proceso, se les realizó las respectivas entrevistas a profundidad para descubrir las hipótesis planteadas en los objetivos.

Este capítulo tiene como finalidad conocer y comparar las prácticas de consumo que las familias analizadas tienen al momento de observar el objeto de estudio. La intención es definir las similitudes y diferencias que pueden tener cada una en su forma de ver televisión, apoyadas por factores de recepción y mediación propias de las condiciones de vida de cada familia. Un programa como *EN CARNE PROPIA* genera una serie de emociones y sentimientos en su teleaudiencia. Dichas expresiones pueden variar según los contextos sociales de cada persona, o en este caso familias, por lo que estos resultados se enfocarán en aquellas sensaciones que pueden quedarse dentro de los individuos luego de mirar la televisión. Finalmente, analizaremos los momentos en que ambas familias comparten frente al televisor y su actitud ante los acontecimientos que se exponen en pantalla.

6.1.1 Contextualización de las familias A y B al momento de mirar la televisión

Como primer paso, antes de realizar el estudio se necesita entender las prácticas habituales que las familias A y B tienen al momento de observar televisión. Compartir en familia es un aspecto común en ambas, pues generalmente se reúnen para ver películas. La presencia de la figura paterna contiene un voto de mayor peso dentro del hogar para decidir qué mirar.

En la familia A, el padre sugiere temas, los cuales deben ser aceptados por el resto de miembros y en ocasiones tienen que mirarlos con tal de pasar un momento en conjunto. La familia B, también tiene una inclinación mayor hacia los gustos del padre y del hijo mayor, aunque la madre en ocasiones propone, especialmente, cuando se tratan de programas de tipo social o de los cuales se pueda aprender.

Los gustos respecto a televisión de la familia A son bastante diferentes, lo que provoca que cada miembro observe y disfrute más la televisión individualmente. Otro punto de contraste es el desenvolvimiento de la familia mientras miran algún programa. La familia B comenta bastante lo que sucede, opinan y dan puntos de reflexión; a diferencia del otro hogar que intenta permanecer en silencio hasta el final del programa, momento en el que hacen comentarios sobre lo más relevante de lo observado. La madre A menciona que su esposo exhorta silencio y atención para entender mejor lo que están mirando, muy al contrario del padre B que impulsa al diálogo para responder las dudas de sus familiares.

6.1.2 El proceso de recepción dentro de los sujetos de estudio

Para poder definir la manera en que la recepción actúa dentro de una persona, hay una variable muy importante que participa en la percepción del sujeto. El interés, atracción o gusto que alguien pueda sentir por un determinado producto, entiéndase en este contexto como audiovisual, influye mucho en la forma de asimilar la información que la televisión transmite en sí mismo (Torrecillas, 2013b).

EN CARNE PROPIA es un programa que genera empatía y desagrado en los sujetos de estudio. De los miembros que conforman la familia A, únicamente el padre aceptó que el programa le gustaba y entretenía. En él provoca distracción, risa y diversión por los casos poco comunes y raros que se observan.

La forma en cómo se desenvuelven los personajes, la colectividad del barrio y las discusiones, muchas veces absurdas, le llaman la atención. El padre A, dice que el objeto de estudio “es como una película de risa que me entretiene”.

Una de las razones por las que le gusta el programa es la variedad de temas y casos que tiene. En cambio, su esposa e hija lo conciben de una manera totalmente opuesta. No les gusta, lo ven porque el padre indirectamente les obliga a hacerlo. La hija dice que no le atrae “absolutamente nada. Hacen burla de la desgracia ajena y eso no está bien. Es puro morbo y no contribuye en nada”. Además, la tristeza de algunos reportajes motivan a que la madre A no disfrute de verlo, por la dureza de ciertos casos. Las dos mujeres de esta familia nunca miran el programa solas, a diferencia del padre quien al estar al tanto de que en su casa a nadie más le gusta el programa, prefiere observarlo sin compañía.

Del otro lado, el hogar B está de acuerdo con el objeto de estudio pues para ellos es una herramienta para aprender. Con aprender esta familia se refiere a que les ayuda a informarse, saber cómo actuar y qué tipo de cosas no se deben hacer. En otras palabras, gracias a la televisión ellos aprenden a comportarse individual y colectivamente (Corominas, 2001). Por otro lado, son críticos con algunas actitudes de los personajes, por ejemplo cuando se pelean entre familiares o insultan a la policía. El padre B comenta que estos hechos le dan coraje y le sirven para no repetirlos si atravesara una situación parecida. De todas maneras, le gusta ver el programa porque le llama su atención.

Los sujetos de estudio A sienten lejanía al mirar *EN CARNE PROPIA*. No muestran ningún grado de identificación a diferencia de los B. Esto promueve a que nazca en ellos sentimientos diferentes. En el caso de los B, la preocupación y miedo son lo que describen como las sensaciones predominantes luego de ver el programa. Al considerar cercana la realidad que ven en pantalla, son conscientes que les puede pasar situaciones parecidas y eso les motiva a ser precavidos.

Esto significa, que los sentimientos de temor influyen en que la recepción del programa sea de mayor concentración y análisis personal (Pontón, 2008). En cambio, la familia A no siente ningún tipo de miedo, pues opina que no hay tantas probabilidades de que sufran problemas parecidos a los de la televisión. Esta falta de identificación es proveniente de dos factores: el nivel social y el geográfico, pues *EN CARNE PROPIA* transcurre en Guayaquil (Orozco, 2006). Por ende, tampoco observan el programa para informarse, es simple entretenimiento. De todas maneras, sí hay un sentimiento común en ambas familias, la tristeza. Cuando existen reportajes muy trágicos o dolorosos, todos los integrantes sienten pena.

6.1.3 La tristeza como factor de la recepción

En palabras de Adam Smith, la lástima es “la emoción que sentimos hacia la miseria de otros cuando la vemos o imaginamos muy vivamente” (Longhini, 2012, p. 25). Según, la Real Academia Española de la Lengua, la pena es un sentimiento de tristeza generado por un padecimiento. El objeto de estudio logra tocar susceptibilidades, en varios de sus pasajes, a causa de las tragedias y malos ratos que sufren los personajes. Vale la aclaración que dichos momentos no son dramatizados, sino completamente reales.

En las madres de la familia A y B observar el sufrimiento de otras mujeres les genera un fuerte sentimiento de sensibilidad. En el caso de la madre A, atribuye a un sentido de impotencia, de no poder hacer nada por ayudar, lo que crea en ella conmoción (Brito, 2010). La madre B por otro lado, relaciona los hechos que ve con experiencias propias o de mujeres que conoce, quienes han pasado por situaciones parecidas.

Por lo tanto, las madres de ambas familias sienten más este tipo de casos que sus propios hijos, a quienes les impactan otro tipo de sucesos como puede ser la delincuencia o los daños ambientales. Para ejemplificar este enunciado, durante un reportaje *EN CARNE PROPIA* difundía imágenes de un gran incendio en un barrio de casas de caña, en Guayaquil.

La madre A dijo que le daban pena las familias del lugar, mientras que su hija mencionó que le entristecía el medio ambiente. El padre A no encontró diversión alguna en el reportaje por lo que desistió de verlo a la mitad del mismo.

6.1.4 Diversidad informativa: Temas que gustan por su relación contextual con el receptor

Otro factor del consumo televisivo es el tipo de tema que se reproduce en un programa y atrae a los espectadores. En el caso concreto de nuestro objeto de estudio las temáticas son varias. Esto le da un tono novedoso al programa pues aborda distintos aspectos sociales de los conglomerados que abarca, como son las drogas, robos, asesinatos, accidentes de tránsito, violencia familiar, etc. En aquellos momentos donde el programa repite un mismo tema dos días seguidos o los reportajes son bastante largos y no muestran una posible conclusión, ambas familias sienten aburrimiento. Ese cansancio produce que en la mayoría de ocasiones, cuando esto ocurre, cambien de canal. De regreso en la idea principal de este párrafo, cada familia analizada explicó los temas más atractivos para ellos, siendo en el caso B los reportajes que trataban sobre drogadicción, producto del entorno donde la familia vive.

Este tipo de tramas captan más su atención porque reflejan parte de una realidad existente para ellos y ayuda a que reflexionen sobre su propia vida, ya que critican y rechazan los comportamientos violentos, agresivos y poco éticos de las personas que consumían droga dentro del programa, pues para ellos “toman el camino fácil y las consecuencias no son nada buenas”.

El padre B también mostró interés en otro tipo de historias: los accidentes de tránsito y robos. Las razones radican, tal y como lo afirma Pontón (2008), en los sentimientos de preocupación que afloran en él cuando observa un choque de autos en pantalla. “Me da miedo que me pase lo mismo, así que aprendo a ser más cuidadoso y estar atento”, comenta.

En cuanto a la familia A, los padres mencionaron un mayor interés en los casos de barrio, aquellos que cuentan los problemas entre vecinos y que involucran una participación colectiva. Un tipo de violencia más light que sirve como mecanismo para captar audiencia (Pontón, 2007). Este tipo de reportajes son más coloridos que los de temática de crónica roja, como muertes o asesinatos, pues se alejan del drama y ejemplifican a las personas tal y como son: “curiosos, metidos, expresivos y cómicos”, según sus palabras.

6.1.5 José Delgado: credibilidad, admiración y respeto al “Héroe” de EN CARNE PROPIA

José Delgado es el máximo referente de *EN CARNE PROPIA*. Su participación, aporte y estilo le dieron al programa un espacio dentro de los hogares ecuatorianos (Extra.ec 17 de agosto), quienes reconocen su valentía y dedicación para contarle al país lo que sucede en barrios desconocidos y de condiciones precarias. Las dos familias analizadas en esta investigación coinciden en la falta que hace Delgado dentro del programa, pues ahora únicamente actúa como presentador y consideran que su presencia era vital en los reportajes. La familia B le tiene una gran admiración, lo califican como arriesgado y valiente al ir al centro de los problemas, mientras que la familia A también reconoce su trabajo como un símbolo del programa y su aporte comunitario.

Los tres miembros A extrañan la participación de Delgado, sobre todo en el profesionalismo que otorgaba a los reportajes de antaño debido a que el periodista cumplía un papel de conciliador dentro de los conflictos sociales. Su desempeño se veía reflejado en los consejos y ayuda que brindaba a los personajes del programa, a diferencia del actual formato en el que la familia considera que no hay ninguna solución ni conclusión dentro de los problemas. Madre e hija de la familia A ven al programa como una exposición de una realidad pero sin llegar a ninguna resolución. “Las cosas quedan ahí”, mencionan.

Los padres B discrepan en estos argumentos pues para ellos, como se explicó anteriormente, los reportajes sí ayudan para aprender. En cambio, su hijo comenta una idea parecida a la de la familia A, para él está bien que muestren la realidad pero le gustaría que no solo cuenten lo que pasa sino su respectivo por qué, cómo y final.

6.1.6 EN CARNE PROPIA y su posible impacto en los menores de edad

Al ser *EN CARNE PROPIA* un programa televisivo con contenido fuerte, y en una franja horaria nocturna, entra el debate sobre los aspectos positivos y negativos que se pueden producir en un menor de edad que sea espectador del programa. Martín Barbero (2006) mencionaba, hace diez años, de la repercusión que puede tener la televisión en los infantes. Los miembros de cada familia difirieron en sus respuestas.

La familia B es consciente que excesiva violencia y, especialmente, un mal vocabulario puede ser perjudicial para un niño que mire el programa. En sus propias palabras, la madre B dijo que los menores de edad podrían “traumarse, por lo que no deben verlo”. Su esposo e hijo creen que hay una posibilidad de que los menores del hogar aprendan lo negativo y obtengan una mala influencia en sus vidas, pero también piensan que reportajes menos fuertes pueden ayudar a que conozcan la realidad y entiendan que “las acciones tienen consecuencias y aprendan qué se debe y no hacer”.

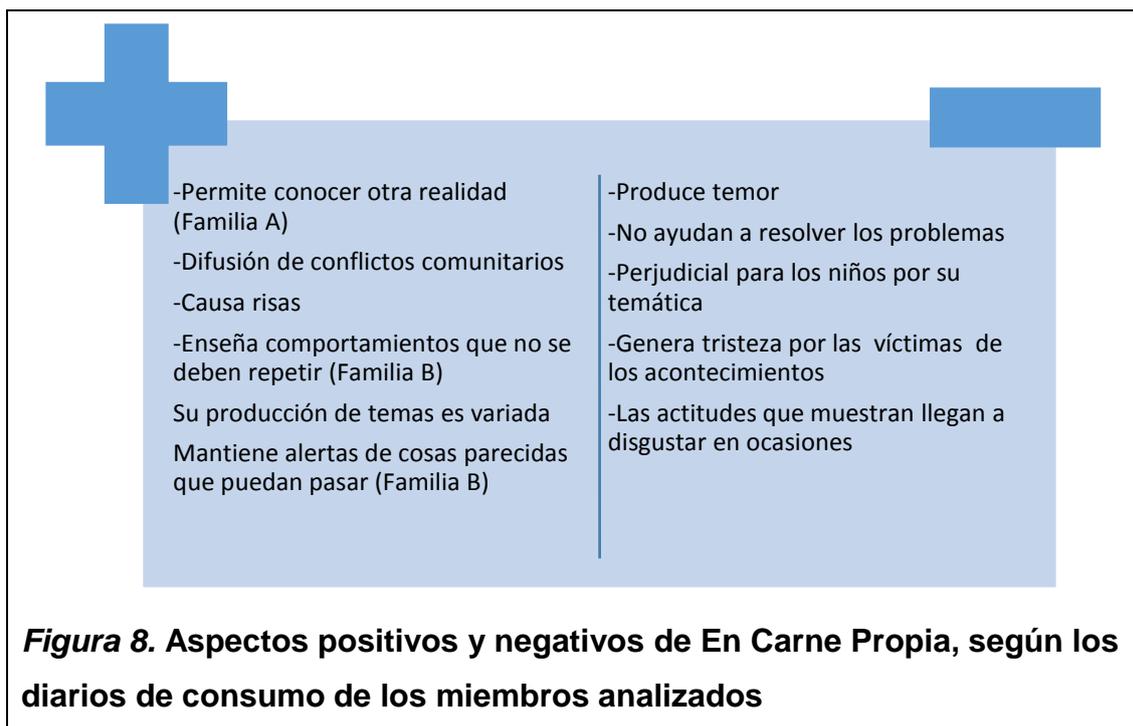
Al igual que la madre B, su homóloga A está en contra de que un niño observe *EN CARNE PROPIA*, pues no ve ningún aporte positivo para el menor. El padre y la hija A, sí permitirían que sus hijos o familiares pequeños miraran siempre y cuando sean casos no muy impactantes, que de esta manera les permita conocer una realidad que para ellos es ajena y lejana, pero a fin de cuentas refleja parte de la sociedad. “No van a aprender lo que ven en la televisión pero sí podrán conocer cómo vive mucha gente”, dice el padre A.

Por otra parte, hay que contrastar las opiniones de los individuos analizados con los dictámenes de la ley. Según la Ley Orgánica de Comunicación (2013), en su artículo 65, los contenidos que puedan denotar violencia solo serán transmitidos en franjas para adultos o de responsabilidad compartida por los padres. Esto corresponde al horario en el que el programa está al aire, es decir de 21h30 a 22h30. Lo que significa, que un menor de edad solo podría ver la primera mitad del programa, pues pasadas las diez de la noche entra en clasificación 'C – solo para adultos'.

6.1.7 Puntos clave de recepción en las familias participantes

Para finalizar el capítulo, si se detallaran los puntos clave de la percepción de cada miembro y familia estudiada, los aspectos de mayor contraste serían el miedo que todos los miembros de la familia B sintieron luego de ver el programa a diferencia de la familia A quienes simplemente se asombraron por los hechos. De igual manera, la familia B le otorga a *EN CARNE PROPIA* un carácter de instructor de buen comportamiento así como reflejo de las situaciones que no se deben realizar; mientras que el hogar A lo nota como una realidad lejana que no enseña. Únicamente da entretenimiento. De los tres miembros A entrevistados, solo el padre declaró que era fiel televidente del objeto de estudio y que le divertía mucho; en cambio a todos los miembros de la familia B les parece atractivo el programa porque les informa y ayuda en su vida cotidiana.

Las similitudes más notables fueron el sentimiento común que profesa dentro de las madres el ver a personas de su "gremio" sufriendo por hijos, esposos o vecinos; la concordancia en que menores de edad podrían impactarse por los acontecimientos que suscitan en pantalla y finalmente el viejo formato del programa donde la participación de Delgado era un mayor garante para la resolución de conflictos, a diferencia de la actualidad donde los reportajes muchas veces quedan inconclusos.



6.2 El sensacionalismo y su aceptación en las familias quiteñas

En este capítulo hablaremos de un estilo periodístico en el que nuestro objeto de estudio ha sido encasillado: el sensacionalismo (Dueñas y Cortez, 2011). La intención de la presente investigación fue medir el grado de atracción que reportajes sensacionalistas puedan causar dentro de las personas analizadas. *EN CARNE PROPIA* sufrió un cambio de formato motivado por la nueva Ley de Comunicación. El periodista símbolo del programa, José Delgado, dejó las calles y veredas por un set de televisión para presentar cada episodio. La censura en rostros de niños y personas con alguna discapacidad mental o física también se ha hecho presente. Los temas de a poco han ido variando, el programa ya no se centra únicamente en los conflictos barriales entre vecinos, sino que ahora abordan los casos de asesinato, delincuencia y denuncias en la Fiscalía; convirtiéndose en algo más parecido a un noticiero de crónica roja que a un programa vivencial.

Ante esta evolución del objeto de estudio, la opinión de los miembros consultados sobre sus preferencias del viejo o actual *EN CARNE PROPIA* serán valiosas para establecer los elementos sensacionalistas que puedan interesar a la gente. De igual forma, las expresiones propias de violencia exagerada, victimización de los personajes, show en la trama y morbo servirán como contraste entre las dos familias estudiadas.

6.2.1 Titulares, locución del periodista y estilo del reportaje: un gancho para la audiencia

El estilo particular del programa busca enganchar al televidente. Es una finalidad que en la mayoría de ocasiones cumple. Los titulares son un factor relevante del sensacionalismo para lograr justamente eso, captar audiencia (Balboa, 2012). En *EN CARNE PROPIA*, los titulares son publicados en franjas amarillas al inferior de la pantalla, con frases que generalmente causan interés y expectativa. El objeto de estudio logra, en las dos familias analizadas, mantener a sus miembros al tanto de lo que sucederá en el reportaje gracias a este título.

La familia B (clase baja) siente impacto al leerlos, se quedan pendientes mirando el reportaje. Al hijo le llama la atención igual que a su madre. El padre, si bien se engancha, en algunas ocasiones le da coraje el nombre del titular. Es decir que en él no solo logran atraparlo como espectador sino que causan diferentes sentimientos de dolor y miedo, factores que también forman parte del consumo televisivo del programa. La familia A (clase media), tiene una recepción diferente de estos titulares, pues únicamente al padre le gustan y atraen. La hija y la madre se sorprenden y en ocasiones ríen, pero esto no impide que cambien de canal, pues como se dijo anteriormente, no disfrutaban del programa.

En cuanto al estilo de los contenidos, la locución y lenguaje que el periodista pone en la nota, los cuales dan color al reportaje, ayudan a ambientar y a contar la historia con cierta tonalidad intencional, rasgo propio del sensacionalismo (Panchi, 2012); A los sujetos de estudio les causa un choque de sensaciones esta manera de transmitir un mensaje.

El padre A goza con la forma de hablar del periodista, le parece muy atractiva. Por su parte, el padre B critica las expresiones que escucha pues cree que son nocivas para los niños. Los hijos de ambas familias tampoco opinan igual, la hija A dice estresarse con el tono de voz que utiliza el comunicador, en cambio el chico B considera que “hace más viva la historia porque la está viviendo él mismo (el periodista). Cuenta con impacto lo que a él le está impactando”, se asume que relata el acontecimiento con la fuerza que le da el experimentarlo EN CARNE PROPIA.

6.2.2 La violencia y su aceptación en las familias

La violencia está presente en el objeto de estudio mediante varias maneras y formas, como representación de la cotidianidad de los personajes del programa (Carrión, 2014). Los casos que se presentan son, en su mayoría, provocados por actos violentos entre familiares, vecinos, conocidos o delincuentes.

La familia A no profesa ningún tipo de atracción hacia estos ejemplos, para ellos acciones así les motiva a cambiar de canal. La madre no ve nada de entretenido a los temas de desgracias: “Pareciera que en el país no hubiera nada más interesante que ver que a un muerto, o a la persona que le robaron o al drogadicto de la esquina”. A su hija le desagrade ver sangre en televisión, le genera asco. El padre A, por su parte, dice que le causa pena ver el sufrimiento de otra persona y eso no le permite seguir viendo el programa.

Del otro lado, la familia B no está en contra de la violencia y sangre porque sí les llama la atención. El hijo B se interesa cuando observa este tipo de contenidos, mientras que la madre los retroalimenta como hechos para precautelar. El padre de esta familia discrepa con los demás integrantes porque para él, la violencia llama violencia y es perjudicial para los menores de edad.

A las dos familias estudiadas se les preguntó si prefieren que les cuenten un hecho fuerte, que el periodista relate, por ejemplo, las agresiones entre familiares a una chica que dejaron heridas de consideración, o si les gusta ver la imagen del acontecimiento. La familia A decidió que con escuchar el caso les parece suficiente, no les gusta ver aquello que consideran como morbo. La familia B sí prefiere mirar los ejemplos, pues asumen que este es un elemento que potencia la posibilidad de obtener una lección o aprendizaje del caso.

6.2.3 Los personajes de EN CARNE PROPIA: El corazón del programa

El interés que pueda tener la audiencia sobre el desenvolvimiento de los personajes dentro del programa también marca su percepción de atracción al estilo exagerado y sensacionalista. Los gritos y peleas que se observan atraen a los hombres de ambas familias por representar, en ciertos casos, lo absurdo de una situación (Galiano, 2015); al contrario de las mujeres quienes no comparten esta forma de actuar de las personas que salen en pantalla.

El padre A, quien anteriormente aceptó que mira el objeto de estudio por diversión, fue el más enfático en determinar que le atraen aquellos conflictos de barrio donde las personas alzan la voz y discuten fuertemente. Su hija mencionó que no le gusta “cuando gritan mucho. Prefiero apagar, son muy corrientes”. En este caso ella anexa un estereotipo social con el comportamiento humano: la relación del comportamiento violento con los estratos populares (Sánchez, 2013). Los miembros de la familia B rechazan, de igual manera, estas actitudes. Especialmente porque para ellos eso está mal y si bien puede causarles un poco de risa, lo desapruaban.

Parte de la realidad que refleja el programa es la vida cotidiana en los barrios suburbanos de Guayaquil. Allí la gente habla a viva voz y con dialectos o dichos particulares de esa región. A la hija A le molesta la forma de hablar de estas personas, pues considera que utilizan mal el lenguaje.

Lo opuesto de su padre, quien asegura que eso es lo que más risa le da dentro de los reportajes, “es lo que me parece atractivo y único de *EN CARNE PROPIA*”. A los padres B les llama la atención el dialecto costeño, pero como se dijo en el punto anterior, lo critican por la serie de groserías que intervienen en sus oraciones. Al hijo B le causa gracia a algunos dichos porque los ha escuchado en su barrio. Más adelante hablaremos sobre este tipo de identificación.

6.2.4 La evolución de EN CARNE PROPIA: una comparación frente al antiguo y actual tratamiento periodístico

La acogida del programa a nivel nacional se debió a José Delgado, pero en este capítulo ya no se hablará de él sino del resto del formato que ha ido cambiando con el tiempo. *EN CARNE PROPIA* tuvo que modificar su parrilla informativa para evitar incumplir con la nueva reglamentación ecuatoriana y así evadir alguna sanción. Para la madre A el formato se ha convertido en más instructivo y menos cruel. Antes “mostraban casos tan duros como niños amarrados, personas dementes que salían a pelear, personas indigentes que hacían una fogata y se ponían a cocinar”, menciona la mujer.

Para ella esta nueva línea deja un mejor mensaje en la audiencia y permite que personas como ella, que dice ser más sensible, puedan observar el programa sin desagrado. Su marido opina muy diferente, dado que para él antes había reportajes menos comunes y más sorprendentes. “Se adentraban más en la vida de las personas, la vivían *EN CARNE PROPIA*. Esto me parecía más bonito, más chistoso”, dice el padre A. Por otra parte, la familia B también prefería el estilo anterior porque era un poco más *light* en cuanto a muertes y heridos.

Los hijos de ambas familias discuten el estilo actual en el que no se llega a soluciones, solo se graba el conflicto y no pasa nada más. “Esa no es la forma de vincular a las personas a la comunidad”, comenta la hija A.

Entonces, la conclusión, basados en la mayoría de opiniones, es que el programa ya no resuelve tanto los problemas, y esa era parte atractiva del contenido. Para el padre A, en la actualidad hay mucha tristeza y desgracia lo cual no le gusta para observar en televisión. La salida de José Delgado de escena parecería dejar al programa sin “el salvador” y a los conflictos sin final.

6.2.5 La muerte como elemento informativo

Los asesinatos son un tema recurrente en la mayoría de episodios de *EN CARNE PROPIA*. En casos como la muerte de ‘Sharon La Hechicera’ todo el programa giraba en torno a esto. El tratamiento informativo de la muerte aparece con tintes sensacionalistas y esto genera distintos sentimientos en cada espectador (Redondo, 2011). Los miembros de las familias analizadas brindaron sus puntos de vista respecto a lo que sienten al ver un cadáver en el televisor. Tanto el hogar A como el B coincidieron en que ver un fallecido en el programa es algo poco atractivo.

En el caso concreto de los A, a la hija le genera asco, a la madre no le parece nada agradable y el padre prefiere cambiar de canal. Otro de los argumentos que mencionaron fue la poca tristeza que les provocó, pues consideran que es una muerte lejana, que no causa impacto por ser de otra ciudad y en otras condiciones.

En cambio, la familia B siente inquietud cuando observa un occiso en pantalla. Para ellos, los sentimientos que sobresalen son la preocupación y tristeza, así como el miedo a que les pase algo parecido a sus seres queridos. Se podría decir que ven a la muerte como más cercana y de eso se hablará en el siguiente capítulo.

6.2.6 EN CARNE PROPIA, una telenovela de la vida real

Las telenovelas son un formato popular en la televisión latinoamericana por su ficción, argumento, personajes y desenlaces. Este género, que utiliza los elementos del melodrama, es bien aceptado en la mayoría de los sujetos de estudio. *EN CARNE PROPIA* maneja semejanzas con las tramas melodramáticas, pues como se explicó en el capítulo del Melodrama, sus personajes cumplen roles específicos dentro de la historia que se gesta en el programa (Gonzales, 2013). La diferencia, claro está, radica en que los personajes y situaciones de nuestro objeto de estudio no son ficticios.

Y en general, la opinión de ambas familias respecto a la veracidad de los casos es unánime. Ninguno considera que las tramas sean armadas, por lo que el programa representaría un formato de telerrealidad, donde las situaciones y emociones no corresponden a ningún guion (Martínez, 2012). El padre A está de acuerdo en que no sean conflictos fingidos o actuados, porque eso es lo que le atrae: ver las cosas como son. Sin embargo, su esposa discrepa con él, dado que para ella el programa nos muestra una realidad dura a diferencia de las telenovelas donde la mayoría de cosas “son bonitas”, dice.

A la familia B, no le desagrada que sea un formato de telerrealidad, pues para ellos ayuda a enterarse de lo que sucede en los barrios y cuentan lo que realmente pasa en estos lugares. Mantienen su postura de que esto les motiva a actuar mejor y tener cuidado.

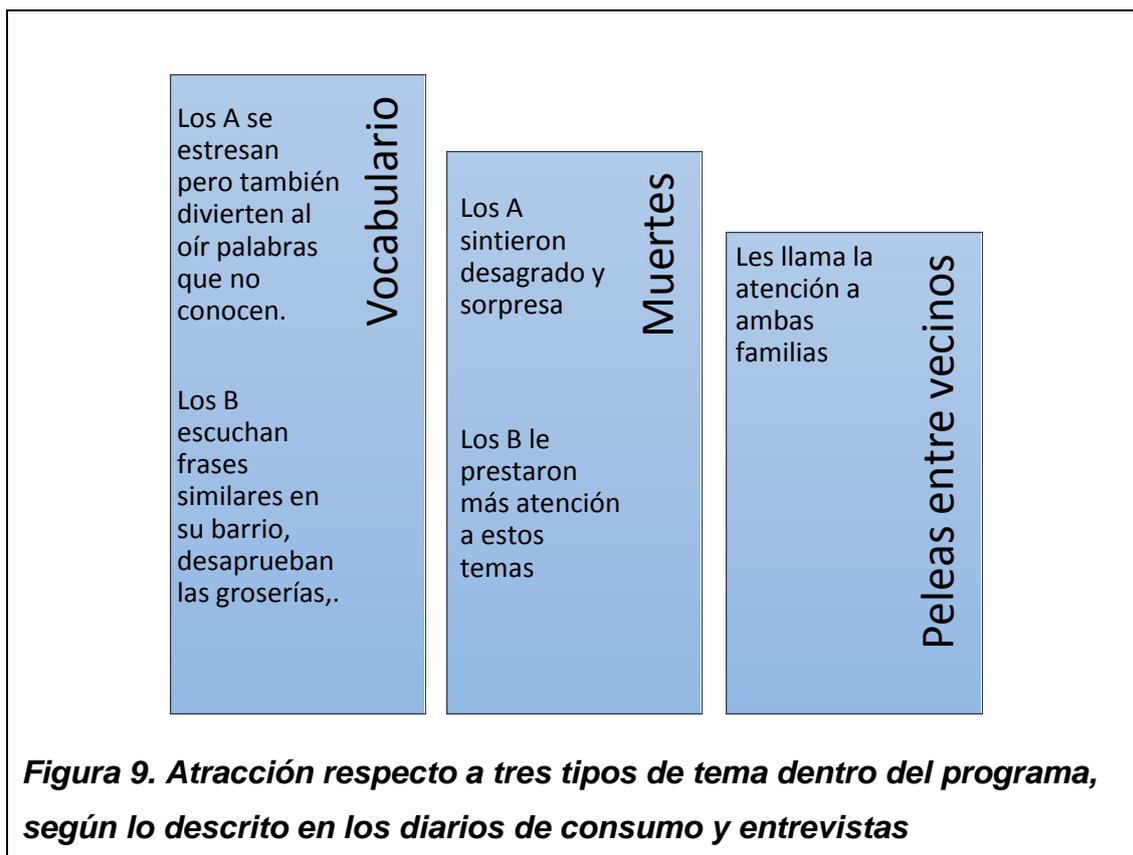
“Lo manejan como un show pero con problemas reales”, comenta el padre B. Esta es otra característica del melodrama aplicado en el programa, pues no es una “simple reproducción de una realidad sino que [...] implica necesariamente una construcción del objeto representado” (Orozco, 2015, p.3). Pese a que todos los sujetos analizados aceptan que los personajes del programa son reales, sí creen que la producción le entrega un show al espectador, esa retórica del exceso.

Dos de los tres miembros de la familia A, están en contra de que sobredimensionen los conflictos de las personas. Los hijos de ambas familias coinciden en que varios reportajes son contruidos a base de exageraciones. El chico B declara que se aprovechan de las personas para vender el programa, lo cual critica. Su equivalente A difiere, pues para ella no es aprovecharse sino un mal tratamiento periodístico, en este caso morboso, el que hacen con los dramas ajenos. Otros miembros de estas familias, como los padres, no creen que haya exageración.

Finalmente, y luego de toda la información recopilada, se les preguntó a las familias si preferirían observar *EN CARNE PROPIA* antes que un noticiero u otro tipo de programa televisivo. Sus respuestas fueron parecidas entre miembros de una misma familia.

Por el lado A, ninguno de los sujetos estudiados escogió al programa antes que un telediario. Los padres coinciden en que el programa de noticias les ayuda a informarse, a diferencia del objeto de estudio que solo lo ven “por diversión”, comenta el padre. La hija A escogió documentales, porque le parecen más interesantes y cree que en estas producciones no se burlan de la gente.

La familia B se inclinó más por elegir *EN CARNE PROPIA*. Padre e hijo B comentaron que el programa les entrega información diferente y que les enseña lo que puede ocurrir en sus barrios. “Sale gente normal como nosotros y eso me atrae más”, dijo el padre B. La madre en cambio sí prefirió el noticiero porque le parece información más valiosa.



6.3 La identificación generada por EN CARNE PROPIA en las familias quiteñas

Uno de los objetivos de esta investigación es conocer los niveles de identificación que pueda tener una persona de Quito al observar *EN CARNE PROPIA*. Este capítulo ayudará a esclarecer las dudas respecto a la cercanía que un capitalino tenga con los personajes y tramas del programa, las cuales representan a un determinado sector social de Guayaquil. De esta manera se podrá comparar los momentos más importantes del programa con la vida de las familias analizadas.

La información es más valiosa para una persona cuando los hechos ocurridos son cercanos (Potter, 2006), en el caso del presente objeto de estudio, sus contenidos representan a los barrios suburbanos de Guayaquil, ciudad ubicada al sur del Ecuador y a ocho horas aproximadamente de la capital, donde residen los sujetos analizados. Como punto de inicio, todos los miembros

estudiados coincidieron en que sus comportamientos y actitudes no son iguales a las de los personajes por sendas disimilitudes como “la manera de expresar lo que sienten, su sinceridad y la forma de tomar partido en los problemas”, explica la madre A (clase media). Su esposo cree que los sucesos de *EN CARNE PROPIA* son propios y únicos de Guayaquil, por lo que para él, en ninguna otra parte ocurren cosas parecidas.

Por su lado, la madre B (clase baja) diferencia a la gente de la Sierra con la Costa por ser más calmados en situaciones que pueden ser las mismas, pero con la diferencia de que la reacción no es igual. Esta concepción de una realidad similar pero con distinta reacción permite ser el punto de partida para encontrar el contraste de identificación entre las dos familias, respecto al programa.

6.3.1 La identificación producida por contextos laborales y cotidianos

De los sujetos analizados, el padre B fue quien se sintió identificado observando el programa, en más ocasiones. Las diversas temáticas no solo lo atraían sino que lograban en él una conexión personal con el objeto de estudio, pues los acontecimientos del mismo le remitían a experiencias personales (Orozco, 2006). Uno de los temas donde particularmente se identificó fue en los reportajes que trataban sobre delincuencia. El motivo de esta sensación viene del oficio que el hombre desempeña desde hace más de diez años: guardia de seguridad. El padre B aprende del programa los trucos y estrategias que los ladrones utilizan para cometer sus crímenes y esto le permite estar un paso adelante.

Durante los días que vio el programa presentó mayor concentración en estos reportajes específicos de los cuales, gracias a su experiencia propia, llega a entender mejor sobre los métodos que los presuntos delincuentes usan para ultrajar bienes ajenos, que alguna otra persona que vea el mismo episodio.

De igual forma, en ocasiones recordó anécdotas personales similares a las que aparecían en pantalla. Ningún otro sujeto de estudio presentó tanta identificación, como el padre B, en algún momento del programa.

A continuación se detalla las semejanzas entre los barrios y familias del programa con nuestras personas analizadas.

6.3.2 Semejanzas y diferencias entre los barrios de EN CARNE PROPIA y el entorno de los sujetos de estudio

Parte de lo que el programa muestra a sus televidentes es la vida en los barrios populares. En estos sectores los problemas sociales como delincuencia, drogadicción y demás vicios son algo frecuente y recurrente entre sus pobladores (Villarreal, 2015). Observar esto le brinda, consciente o inconscientemente, un sentido de identificación al espectador pues su realidad puede verse reflejada. En el caso de la familia B, la mayoría de características de su barrio aparecen en su símil guayaquileño. En cuanto a lo que a robos se refiere, para ellos es natural que se produzcan asaltos en su entorno. El hijo B menciona que en una escala del uno al diez, la delincuencia en su barrio sería de nueve. A la madre B no le sorprendió cuando vio en uno de los capítulos del programa como le robaban el gato a una señora. Ella comenta que por donde vive llegan a pasar situaciones parecidas.

La familia A, en cambio, percibe a la delincuencia como un problema real pero que no está completamente presente en su medio. “Sí roban pero esporádicamente”, cuenta el padre A.

Varios de los reportajes de *EN CARNE PROPIA* tienen como protagonista a personas que injirieron bebidas alcohólicas, lo que a la postre genera conflictos interpersonales. Por un lado, la familia A explica que las personas de su medio realizan el consumo de alcohol dentro de sus hogares y que en ciertas ocasiones producen ruido, lo que incomoda al vecindario. En el entorno de la familia B, los vecinos beben en las calles o parques y aprovechan su estado de

embriaguez para pelearse con los demás y “sacar lo que llevan adentro, terminando la noche, generalmente, en golpes e insultos”, dice el padre de este hogar.

Además, la actitud agresiva de los personajes del programa es otro factor de identificación en la familia B, pues la madre asegura que tiene vecinos que gritan y se pelean constantemente en público. Este tipo de pleitos concluyen con la intervención de la Policía. Sin embargo, el hogar B critica la participación del cuerpo policial en su caso particular, pues comentan que en ocasiones son los últimos en llegar cuando se presenta un crimen. A diferencia de las personas del programa, quienes profesan una confianza y esperanza hacia la Policía, ninguna familia considera que cumplan el papel de héroes en sus vidas. En el caso de los A, muy pocas veces se necesita llamarlos para que resuelvan algún conflicto intrafamiliar, es decir que casi nunca es necesaria su presencia.

Finalmente, las drogas son otro tópico popular del programa. Los personajes que salen en el televisor son presuntamente adictos a los estupefacientes y esto se denota en su forma de comportarse y vestimenta. La familia A declara que el consumo de drogas está presente en los jóvenes, de hecho la hija de esta familia menciona que en su círculo cercano existen personas que son consumidores más no drogadictos. Ella los describe como chicos iguales a ella, es decir que a simple vista son indetectables. No están mal vestidos, tienen dinero y estudian o trabajan en buenas instituciones.

El hijo B discrepa en cuanto a estas descripciones, pues la gente que está en el mundo de las drogas, que él conoce o ha visto, vive en la calle, viste ropa ancha y luce descuidada en su apariencia; rasgos parecidos a los personajes del programa. Tanto así, que el joven mencionó tener “un vecino que está en drogas. Es una persona que podría salir en el programa porque le causa problemas a sus papás, producto de su consumo frecuente”. Él también los identifica por su particular forma de hablar, que al escucharla en televisión le remite directamente a este tipo de persona (Miller, 2012).

Por ende, y como conceptualización general, para la familia A los barrios, vecinos y eventos que ocurren en *EN CARNE PROPIA* no corresponden a situaciones que ellos observen en su cotidianidad, debido a que aseguran que donde viven no es un lugar violento ni fuente de tantos problemas sociales. Adicionalmente, comentan que ni siquiera conocen lugares parecidos a los del programa, excepto por motivos laborales o de ayuda comunitaria, en la que los tres miembros de la familia han participado, pero no han tenido que vivir condiciones semejantes a las de esas personas. La familia B, por su lado, no solo ha visitado zonas así, sino que presencian diariamente problemas sociales como los descritos anteriormente. Esto reitera la importancia que ellos receptan del programa, al mostrarles personas iguales a sí mismos y que sufren las mismas situaciones (Miller, 2012).

6.3.3 La identificación materna: Un sentimiento común entre madres.

De los tres miembros A, la madre fue la única en sentir algún tipo de identificación durante el programa. Esto se produjo siempre que alguna mujer luchara por sus hijos o familiares. “Yo soy igual que ellas en el sentido de que estoy todo el tiempo peleando por mis hijos, al igual que las madres del programa que no paran de hacerlo por sus familias”, dice. De igual forma, la madre A sufre al ver dolor en otras madres, pues llega a compartir sus mismos sentimientos. Al contrario, a su marido no le acongoja más el dolor de otros padres, sino que le entristece cualquier tipo de padecimiento, sea de un padre, hijo, vecino o lo que sea.

La madre B siente igual que la A los casos de mujeres y maltrato. Ella los ha visto en su vida propia y eso le hace recordar anécdotas de familiares y vecinas, por lo tanto le llegan más. A su hijo le dio risa la frase de un hombre que terminó sucio por las llamas de un incendio: ‘mire como estoy sucito’. A ella esto le provocó mucha preocupación por el sufrimiento del hombre en ese instante.

6.3.4 La concepción de la muerte como un hecho cotidiano

Tal y como se habló en el capítulo anterior, la muerte es un tópico recurrente en los episodios de *EN CARNE PROPIA*. Los personajes del programa actúan con normalidad frente a los fallecimientos, debido a que son acciones comunes en sus barrios y entornos. Para las familias A y B, no es normal encontrar muertos cerca de las zonas donde residen. Todos mencionaron que se impactarían si ven un cadáver, al contrario de las personas del programa quienes parecería que ya no se sorprenden. El padre A menciona que por su edad, 68 años, la muerte es algo que no teme; sin embargo nunca la vería como algo natural que no cause dolor. Su esposa asegura que no siente tanta tristeza o dolor con las muertes del programa porque no las percibe cercanas. El hecho de ser en Guayaquil le hace sentir que cosas así no pasan en su ambiente adyacente. En la familia B, los fallecimientos que se observan en la televisión les produce preocupación por las semejanzas que hay entre sus barrios y los del programa.

6.3.5 La participación personal en un formato de telerrealidad

Dentro de las entrevistas realizadas se les preguntó a los sujetos de estudio si estarían de acuerdo a participar en el programa y difundir sus problemas. La madre A dijo que lo haría siempre y cuando sea por un motivo colectivo que afecte al barrio. Su esposo e hija aclararon que no llamarían al programa pues no consideran que sean jueces ni garantes para solucionar un conflicto. Sin embargo, los padres de esta familia saldrían, por curiosidad, a mirar si sus vecinos pidieran la intervención del programa. “No iría a opinar, sino para simplemente ver el show en vivo”, dijo el padre A.

En la otra familia analizada, hubo discrepancias entre las opiniones de sus miembros. El padre también aceptaría salir en televisión por un problema que afecte al vecindario. En cambio, su hijo dice sentir vergüenza de contar públicamente sus asuntos personales. Tampoco considera que el programa

sea la primera opción para resolver una emergencia, “si hay un incendio lo primero que haría sería llamar a los bomberos, no a *EN CARNE PROPIA*”. Finalmente, la madre sí estaría de acuerdo en que la televisión viniera a su barrio pues así podrían darles una ayuda, es decir confía en ellos.

6.3.6 Identificación y rechazo: conclusiones.

En conclusión, la familia A no registró ningún grado de identificación a lo largo del objeto de estudio, a excepción de la madre en temas misóginos. El padre A cree que un aspecto que le genera diversión y risa es el hecho de que sea una realidad distinta a la suya. Para él, las diferencias entre su entorno y las que aparecen en el objeto de estudio son: “las condiciones geográficas, educación, organización del barrio, infraestructura del sector, de dónde provienen, pues generalmente son gente del campo que debe adaptarse a una vida urbana”. Su esposa también declara que las diferencias de su círculo inmediato no radican en un factor económico sino de valores, nivel educativo, concepción familiar y de origen. Su hija, de igual manera, afirma no sentirse identificada por las razones mencionadas anteriormente por sus padres y por el estrato social en el que viven.

Por otra parte, la familia B siente rechazo a las actitudes exageradas, violentas y, en algunos casos, irrespetuosas de los personajes del programa. “No me identifico con ellos porque somos más reservados y nos expresamos mejor”, dice el padre B. Su hijo también comenta que son más tranquilos y nada vengativos comparados con sus similares de la Costa.

Aun así, él menciona que su vecindario, entorno y experiencias son semejantes a las del programa. En esto también concuerdan sus padres, quienes a lo largo de la entrevista y observación del objeto de estudio identificaron sucesos que han visto y vivido *EN CARNE PROPIA*, sea por sí mismos o por familiares, vecinos o amigos. Por lo tanto, para estas personas el programa logra reflejar situaciones normales y cotidianas, pese a vivir en una zona geográfica diferente.

Identificación Familia A

- Ver a mujeres del programa reclamando por injusticias y pidiendo ayuda . (Madre)
- Preocupación por la inseguridad que es un mal latente en el país (Padre)

Identificación Familia B

- Carencias del barrio como alcantarillado o pavimento
- Incendios y desastres naturales
- Apariencia y actitud de drogadictos
- Casos de maltrato, intento de violación y violencia familiar.
- Jerga popular (Hijo)
- 'Modus operandi' de ladrones y atracadores (Padre)
- Accidentes de tránsito (Padre)

Figura 10. Momentos de identificación en cada familia, según sus diarios de consumo

7. Capítulo VII. Propuesta de difusión

7.1 Difusión y socialización mediática

Para la presente investigación, y cumpliendo las normas que la Universidad imparte, se ha decidido difundir públicamente los resultados encontrados. Es por esta razón, que la plataforma a utilizar para publicar la información será mediante una página web. De esta manera, no habrá ningún impedimento ni requisito para conocer los resultados del proyecto investigativo, pues el Internet es de libre acceso. Entre los diferentes medios que se puedan utilizar para la difusión, una página web es lo más viable, no solo por su costo gratuito, sino porque también es una herramienta utilizada con frecuencia en la actualidad. La publicación de los resultados en la Web garantizará una repercusión más extensa que si se lo hiciera mediante medios impresos.

Mediante la plataforma Wix, que permite crear una página web gratuitamente, se podrá compartir un reportaje multimedia que sirva como complemento de la presente investigación. *La recepción en las audiencias – En Carne Propia “el programa del pueblo”* es el nombre escogido para el sitio digital. El título parte del motor que ha impulsado a esta tesis: la recepción de *En Carne Propia* para definir las características del sector popular ecuatoriano.

Según lo propuesto por la Facultad, este reportaje debe contar con nueve productos comunicacionales: tres videos, tres archivos de audio, un texto escrito, una galería de imágenes y un *e-book*. A continuación se detallará cada uno de ellos, junto a la dirección de la Página Web.

7.1.1 Formato Video

El producto principal de este formato será un reportaje audiovisual que cumpla el papel de representar una versión quiteña de *EN CARNE PROPIA*. Será un video testimonial, con seis minutos de duración, que busque adaptar las características propias del objeto de estudio dentro de un contexto similar. Los

puntos relevantes a analizar del trabajo serán el sensacionalismo, información periodística y estructura del producto. Esta prueba no será una dramatización, todos los hechos corresponden a situaciones y personajes reales que no actuaron bajo ningún tipo de guión. En otras palabras, aquí se aplicará el concepto de telerrealidad.

Complementario al reportaje se publicarán dos cápsulas, de dos minutos, las cuales muestran la reacción que personas de diferente sexo, edad e intereses realizan al observar escenas de *EN CARNE PROPIA*. Estos video-reacciones ayudarán a comparar el gusto por el sensacionalismo que pueda tener un individuo y los momentos del programa que más impacto causan en los espectadores.

7.1.2 Formato Audio

Para este formato, el producto principal corresponde a una crónica que narre la recepción personal de una persona de estrato social bajo, al mirar el programa. Podrá servir como complemento a lo investigado en este proyecto. Mientras que, las dos capsulas radiales serán unos vox populi sobre la percepción de los jóvenes respecto a la televisión ecuatoriana y su opinión sobre la permanencia de *EN CARNE PROPIA* al aire en televisión nacional. Con esto, los resultados conjugarán a la recepción de un segmento particular de la población, con el sensacionalismo que se produce en la producción televisiva del país.

7.1.3 Formato Escrito

Para el formato de prensa escrita, el género periodístico a utilizar será la entrevista, en este caso a un licenciado en cine. Marco Peralta es un joven cineasta quien compara al objeto de estudio con una producción cinematográfica por los elementos que aparecen en el programa. De esta manera, el enfoque de la entrevista abordará al melodrama y telerrealidad que emplea *EN CARNE PROPIA*, junto a sus similitudes con el cine. Su opinión validará los conceptos expresados en el Capítulo IV de este proyecto.

7.1.4 Imágenes

Al ser *En Carne Propia* un programa que desarrolla en sectores urbano-marginales de Guayaquil, en este apartado se realizará un foto-reportaje sobre un barrio popular de la ciudad de Quito. Su nexos con esta investigación radica en las semejanzas que se puedan encontrar entre dos zonas de un mismo nivel socioeconómico, pero que corresponden a distinta sección geográfica del Ecuador. Las fotografías servirán como contexto para entender la recepción dentro de estos grupos sociales.

7.1.5 Ebook

Luego de haber abarcado a la recepción, sensacionalismo y melodrama en los demás formatos del presente reportaje multimedia, el concepto faltante es la retórica del exceso o exposición de la clase popular. Para este formato digital se utilizará una bitácora que describa los hechos que suscitan en algunos de los episodios de *En Carne Propia*, tanto en formato escrito como visual. Así es como se podrá conocer la forma en que el programa representa a las clases populares de Guayaquil.

URL: <http://lrandrade3.wix.com/recepcionaudiencias>

8. Capítulo VIII. Conclusiones y recomendaciones

Una vez finalizado el proceso de investigación de la presente tesis, cuyo objetivo fue *analizar las prácticas de consumo del programa EN CARNE PROPIA, en dos familias quiteñas de distinto nivel socioeconómico*; los resultados determinan las siguientes conclusiones:

8.1 La recepción difiere entre los estratos socioeconómicos de la población.

Al iniciar esta investigación, una de las interrogantes planteadas fue el porqué de la popularidad de *EN CARNE PROPIA*, pues se ubica en el segundo lugar de los programas más vistos en Guayaquil (IBOPE, Agosto, 2015). En ocasiones, incluso alcanzó hasta 40 puntos de *rating* (Extra, 2013), sin embargo no existen datos confiables respecto a su nivel de audiencia en la capital. Es esta incertidumbre la que permite formularse la pregunta de *¿Qué opinión tienen las personas de Quito sobre EN CARNE PROPIA?* Y de esta premisa nació una nueva pregunta: *¿Qué sentimientos produce el programa en su audiencia?*

A lo largo de este proceso se pudieron encontrar datos valiosos, reflejados en los distintos tipos de mediación que puede realizar una persona (Orozco, 2006). *EN CARNE PROPIA* es un programa interesante de analizar porque al mismo tiempo que gusta, entretiene y provoca risas en las personas, también ocasiona desagrado, ira y tristeza. Estos sentimientos, propios del melodrama, pudieron ser constatados en los miembros de las dos familias analizadas, las cuales compartían sendas diferencias sociales y económicas. Como se dijo en las primeras páginas de este proyecto, la forma de consumir televisión puede variar entre regiones y estratos sociales, esta investigación así lo confirmó.

Si bien hubo algunas similitudes entre las opiniones de los sujetos estudiados, lo que más prevalece son las diferencias de recepción del mensaje. Martín

Barbero (1992) comentaba que la televisión debe realizar un aporte a la sociedad y *EN CARNE PROPIA* lo cumple con la familia de nivel socioeconómico bajo, o denominada B. Para ellos, observar el programa es una ayuda en su vida diaria, al ser instructor de buen comportamiento y dejarles enseñanzas de lo correcto e incorrecto. En este caso, para ellos, el programa podría cumplir el mismo rol que un noticiero: informar. La recepción en la familia de clase media, llamada A, es opuesta, porque en este hogar solo se lo mira por diversión, difícilmente lo perciben como modelo de vida.

Otro aspecto destacable de la recepción es la presunta influencia que los padres otorgan a sus hijos en gustos e intereses comunicacionales (Domínguez, Schade y Fuenzalida, 2010), así como en sus opiniones. La investigación demostró que en la familia A hay menos ideas compartidas, respecto al programa, entre padre e hija que en su contraparte B. Además, los jóvenes de esta generación emiten nuevos criterios respecto al tratamiento informativo y social que un programa de la magnitud del objeto de estudio realiza en la sociedad. Estos planteamientos son gestados por otras instituciones como el colegio y el círculo social de cada uno.

Por otro lado, la figura que proyectaba el periodista José Delgado es un elemento que los sujetos de estudio extrañan. Para ellos (familia A y B), su participación reflejaba confianza y, sobretudo, profesionalismo a la hora de afrontar un tema, pues buscaba conciliar un conflicto, cumpliendo el papel de justiciero (Gonzales, 2013). Sin él, su percepción de *EN CARNE PROPIA* es de un proyecto televisivo que se ha distanciado de sus orígenes, los cuales causaban en ellos una gran atracción por el programa.

Y es que el consumo mediático puede estar influenciado por condiciones como la religión o el género (Melo, 2012), factores que este trabajo constató como reactores para ocasionar una apreciación personal. Las madres de las dos familias estudiadas demostraron ser más sensibles ante ejemplos de mujeres

que sufrían por adversidades que les estorbaban en su afán de buscar la superación para su hogar (Galiano, 2015). En este caso concreto, no se presenta ningún tipo de contraste pese a no tener entornos parecidos. Las una un mismo sentimiento materno, esta identificación con este rol.

Por otra parte, el consumo televisivo de la sociedad actual es cada vez más crítico y activo (Corominas, 2001 y Orozco, 2006). Las dos familias opinaron abiertamente sobre lo que consideran está mal obrado por parte del programa. Los integrantes de la familia A estuvieron en desacuerdo con el tratamiento periodístico; mientras que la familia B reprocha el comportamiento de los personajes que aparecen en el medio. Estas fueron conclusiones individuales que coincidían y así se convirtieron en expresiones colectivas. Esto significa que las audiencias ya no son fáciles de manipular (Orozco, 2006) gracias a su sentido reflexivo.

Por lo tanto, el estrato social sí puede influir en la abstracción de las personas al momento de observar un producto comunicacional. Pese a que hay similitudes, sus condiciones propias determinan una percepción distinta que corresponde a sus situaciones cotidianas. Y es que el mayor contraste es denotado al momento que el programa termina y la televisión se apaga, pues mientras a unos se los observa con expresiones perplejas de asombro, los otros reflejan preocupación y miedo de que algo similar les pueda ocurrir.

8.2 Los elementos sensacionalistas de EN CARNE PROPIA, entre el agrado y el repudio.

El sensacionalismo es un estilo periodístico que exagera la realidad (Zavala, 2012), *EN CARNE PROPIA* lo pone en práctica en el tratamiento noticioso que realiza dentro de los reportajes. Lo curioso es que el discurso mediático del programa, el cual busca mostrar la realidad de un sector de la población, está tan bien posicionado que parte de la audiencia podría no detectar el sensacionalismo aplicado en sus productos, pues consideran que el programa no está mintiendo.

Efectivamente, para las dos familias que participaron en la investigación, el programa refleja actitudes verídicas de sus personajes. Sin embargo, en varios de sus temas, *EN CARNE PROPIA* absorbe un pequeño problema del cual salen varias aristas que permiten contar la historia con más “color”.

El mayor gancho que tiene el programa es sin duda el estilo que utiliza para narrar los hechos y presentarle al público un producto específico. Los titulares, la locución y las imágenes logran, justamente, captar la atención de sus espectadores (Brunetti, 2011). Y esto, para las familias fue lo que les atrajo e interesó. De igual forma, pudimos constatar que la presentación de los hechos produce risa en los receptores. Entonces, el programa aporta con un grado de positivismo, o quizás comicidad, a situaciones que a primera instancia son negativas o tristes, pero al ser contadas de una manera particular no llegan a generar lástima, en ciertas personas.

La presente investigación también encontró que el sensacionalismo no se percibe con la misma aceptación en las familias. Sin ser este un trabajo que pueda generalizar a una población, si es un pequeño muestreo de los gustos y dinámicas de recepción en los estratos sociales. Lo que a un grupo social puede desagradarle, como ver sangre o muertos, en el caso de la familia A, a su contraparte B le produjo interés.

Además, el melodrama representado en las situaciones y personajes del programa es otro punto de atracción dentro del objeto de estudio, pero a causa de la evolución del mismo las familias A y B consideran que ha perdido peso. Las historias melodramáticas y telenovelescas son cada vez menos publicadas, a raíz de la nueva legislación ecuatoriana que ha causado un mayor control en los contenidos del objeto de estudio (Extra.ec, 17 de agosto de 2013). Ahora, el parecido de *EN CARNE PROPIA* con un noticiero de crónica roja pone en peligro la fidelidad que parte de su público le tenía en el pasado, un formato que para los sujetos de estudio era más *light*, pero a la vez más interesante.

Es por esto, que los datos recopilados dejan como conclusión principal que el formato sensacionalista de *EN CARNE PROPIA* todavía resulta atractivo para algunas personas. La creación de un aparente show con hechos reales es el plus que el programa aún no ha perdido pese a los cambios mencionados.

La exhibición de la cotidianidad es un factor que atrae al público por el hecho de ser algo real que quizás no reivindique socialmente a sus personajes (Macassi, 2002), pero si es una ventana para que a escala nacional se pueda conocer la vida, exagerada y dramática, de los barrios suburbanos de Guayaquil y del Ecuador.

8.3 EN CARNE PROPIA: una representación de los estratos populares ecuatorianos

Tal y como se ha dicho a lo largo de este proyecto de tesis, *EN CARNE PROPIA* es un programa de televisión que le muestra a la audiencia ecuatoriana un sector de la población, concretamente los barrios marginales de Guayaquil. Ante este contexto, una de las interrogantes previas a la realización de la investigación fue si una persona del mismo nivel socioeconómico que las del programa, pero cuyo lugar de residencia sea Quito, se pueda identificar con las situaciones y características de lo reflejado en el objeto de estudio. Para esto, lo primordial fue detectar los momentos claves en los que una persona puede identificarse, o no, mientras mira el programa. Al contar con la participación de familias de clase media y baja las conclusiones que el proyecto arrojó pueden ser comparadas entre sí para entender mejor las condiciones que fomentan esta identificación.

En primer lugar, el hecho de pertenecer a una región geográfica diferente no impide que el espectador encuentre semejanzas con su realidad. Las situaciones que se producen en barrios considerados populares son muy parecidas, pues en ellos los problemas sociales forman parte de la cotidianidad de las personas que allí viven (Villarreal, 2015). La drogadicción es uno de los puntos que más identificó a la familia B, debido a que es un problema común dentro del barrio en el que viven.

En cambio, el hogar de clase media consideró que pese a lo normal que resulta el consumo de estupefacientes en su entorno, la apariencia y actitud de los consumidores difiere mucho con las características de un adicto de la calle o del tipo que sale retratado en el programa.

La delincuencia fue otro aspecto de identificación, sobre todo en la familia B, por ser un hecho que se reproduce bastante seguido en la zona donde reside. De igual forma, los incendios, peleas callejeras, maltrato infantil y familiar, violaciones, etc.; son acontecimientos que no sorprenden al hogar B porque los han visto en su medio, sea *EN CARNE PROPIA* o a través de familiares y vecinos. De aquí nace la identificación nula en la familia A, pues para ellos experimentar situaciones así es muy raro, casi improbable. Esto quiere decir que el programa nos muestra una realidad nacional y no solo segmentada en Guayaquil, aunque puedan existir matices propios del lugar.

Sentirse identificado es parte de la recepción interna que realiza el espectador (Torrecillas, 2013a), por ende los factores mencionados en apartados anteriores influyen también aquí. Las mujeres se identifican, de diferente forma, cuando observan casos de otras madres luchando por sus familias. En el lado A, la madre de este hogar se pone en los zapatos del otro, imagina su reacción ante un suceso parecido; mientras que en la mujer B estos hechos la hacen recordar experiencias propias y cercanas.

La familia quiteña de estrato bajo no llega a sentirse representada completamente con lo que ve en el programa. El rechazo se produce cuando las actitudes son características del comportamiento de las personas de la Costa, como el vocabulario, las expresiones y la manera de interactuar frente a una cámara. Y es que esta diferenciación entre regiones podría estar presente, porque ningún sujeto estudiado se identificó como igual, en actitud, a un guayaquileño, pese a que hayan experimentado situaciones similares.

Finalmente, en la familia de clase media las probabilidades de identificarse son casi nulas, excepto en las madres de familia que pueden compartir un sentimiento común. En cambio, según la familia B, las clases populares de Quito y Guayaquil pasan por el mismo tipo de problemas sociales. Esta identificación parte entonces del entorno familiar, social y laboral. Los mismos factores de los que hablaba Orozco (2006), y que gracias a *EN CARNE PROPIA* se los pudo constatar en un ejemplo particular ecuatoriano.

De esta manera, el mensaje final de la presente investigación es que el sensacionalismo es un estilo criticado por el tipo de exposición que se realiza de las zonas marginales (Sartori, Rivera y Oyarza, 2011), pero en la esfera académica hay que entender que el rol que cumplen estos formatos fomenta la participación activa de un sector de la población que comúnmente no existe en la palestra pública, de todas formas cabe preguntarse ¿De qué manera los incluyen?

Por lo tanto, como reflexionaba Martin Barbero (1997) a finales de la década de los 80s, se debe construir, mediante el lenguaje, nuevas formas para reflejar esa realidad que en muchos casos solo expresa morbo y burla de una manera diferente, pero que no pierda el objetivo de vislumbrar lo inquietante de nuestra sociedad.

Aun así, estas conclusiones no pueden despegarse del verdadero motivo que impulsó a realizar este proyecto, la recepción. Las mediaciones son por tanto un factor que varía, clasifica, homogeniza pero a su vez diversifica los significados que abstraen los receptores. No responden a una lógica unidireccional ni estática, sino al conjunto de experiencias, situaciones y, sobre todo, sentimientos que el individuo gestea en su interior al momento de consumir televisión.

Es por esto, que el estudio no pretendió representar una recepción con características absolutas para los dos estratos; al contrario, lo que se buscó evidenciar fue las dinámicas de recepción, que se pueden desarrollar en diferentes espacios y con diferentes actores que poseen diversas características. Es un juego de reconfiguración del discurso mediático, que en este caso plantea el sensacionalismo, y que sirve para incentivar a futuros estudios que ahonden más en este concepto. Una teoría intrínsecamente apegada al nexo tácito y cotidiano entre los medios y sus audiencias.

REFERENCIAS

- Aguilera, Ricardo (2015). Chilenas y su identificación con los personajes femeninos de *Pasión de Gavilanes*. *Cuadernos. Info*, 36, 207 – 218.
- Alcañiz, Enrique Bigné y Manzano, Joaquín Aldaz (2000). La clase social como variable de segmentación de mercados: aplicación al consumo de los hogares en alimentación. *Estudios sobre consumo*, 54, 9 – 24.
- Balboa, David (2012). Sensacionalismo y espectacularización en la noticia televisiva. *Revista Punto Cero*, 2 (21), 61 – 72.
- Barberi, Sara y Viveros, Diana (2013). *Estudio del contenido y la Sintonía de los Programas Televisivos: En Carne Propia, Sorprendente y Ecuador Insólito que se transmiten en señal abierta en sectores urbanos de la Ciudad de Guayaquil* <tesis de grado>. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Batthyány, Karina y Cabrera, Mariana (2011). *Metodología de la investigación en ciencias sociales. Apuntes para un curso inicial*. Montevideo: Universidad de la República.
- Bayas, Karina (2006). *Análisis del manejo de la crónica roja en el noticiero “Estelar” de TC Televisión en el Ecuador* <tesis de grado>. Quito: Universidad Internacional SEK.
- Becerra, Martín (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad*, 249, 61 – 74.
- Belounis, Uceda (2012). Como si hubiera sido ayer. *Revista La Mirada de Telemo*, 8, 1 – 8.
- Berti, Florencia (2010). Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación. *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*, 32, 43 – 45.
- Brito, Gabriela (2010). *Influencia que ejercen los noticieros de TC Televisión en los espectadores* <tesis de grado>. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
- Brunetti, Maritza (2011). Crónica roja y sensacionalismo: maneras de hacer, maneras de ver. *Oficios Terrestres*, 26, 1 – 17.

- Cabrera de León, Antonio; Rodríguez Pérez, María; Domínguez, Santiago; Rodríguez Díaz, Concepción; Rodríguez Álvarez, Cristobalina; Aguirre, Armando y Grupo CDC (2009). Validación del Modelo REI para medir la clase social en la población adulta. *Rev Esp Salud Pública*, 2 (83), 231 – 242.
- Cáceres Zapatero, María Dolores (2012). La mediación comunicativa: El programa Gran Hermano. *Zer – Revista de Estudios de Comunicación*, 11 (6), 1 – 10.
- Cáceres Zapatero, María Dolores (2014). El discurso de los expertos a propósito de la telerrealidad. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2 (20), 661 – 676.
- Cantú, Ariadna y Cimadevilla, Gustavo (2012). Orientación, consumo, recepción y uso de los medios: una propuesta de articulación conceptual. *Intercom-Revista Brasileira de Ciencias Comunicacao*, 21(2), 41-54.
- Carrión, Fernando (2014). Violencia y medios de comunicación: Populismo Mediático. *URVIO- Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, 5, 7-10.
- Casetti, Francesco y di Chio, Federico (1997). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Castro Díaz, Maribel (2012). Lo melodramático en la fotografía escenificada: El fotodrama como tipología artística. *Revista Científica de cine y fotografía*, 4, 37 – 67.
- Castro García, Laura (2014). *El sensacionalismo en torno a la violencia de género en el diario ABC. El crimen de El Salobral <tesis de periodismo>*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Castro, Cossette (2012). La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano. *Zer – revista de estudios de comunicación*, 7 (13), 1 - 9.
- Castro, Juana Ramírez (2012). Conflicto armado, melodrama y democratización de la información en Colombia. En *Actas IV Congreso*

- Internacional Latina de Comunicación Social: Comunicación, control y resistencias* (p. 5). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Cerbino, Mauro (2004). Ética y sensacionalismo en el periodismo digital. *Infolac*, 17 (1), 9 – 11.
- Checa, Fernando (2001). *El Extra: las marcas de la infamia* <tesis de maestría>. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Clemente, Mariela Guadalupe (2010). *Estratos sociales*. Recuperado del 22 de octubre de 2015 de es.slideshare.net/AnaEfron/estratos-sociales
- Corominas, María (2001). *Los estudios de recepción*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Domínguez, Lucía; Schade, Nieves y Fuenzalida, Valerio (2010). Mediación televisiva de los padres con hijos preescolares. *Investigación y postgrado*, 25 (2-3), 119-142.
- Dueñas, Ángelo y Cortez, Lisseth (2013). *Análisis deontológico del programa En Carne Propia para determinar sus rasgos sensacionalistas* <tesis de grado>. Milagro: Universidad Estatal de Milagro.
- EFE (2014). Ordenan a canal de TV en Ecuador ofrecer disculpas públicas a colectivo GLBTI. Recuperado del 23/10/2014 de: www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/83256-ordenan-canal-tv-ecuador-ofrecer-disculpas-publicas-colectivo-glbti
- El Telégrafo (2011). En carne propia...y ajena. Recuperado del 25 de enero de 2015 de www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/en-carne-propia-y-ajena.html
- El Telégrafo (2012). Grupos GLBT denuncian a José Delgado por contenidos. Recuperado del 29/10/2014 de www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/grupos-glb-t-denuncian-a-jose-delgado-por-contenidos.html
- El Universo (2010). La televisión merece las críticas que recibe. Recuperado del 25 de enero de 2015 de www.eluniverso.com/2010/09/26/1/1421/television-merece-criticas-recibe.html

- El Universo (2011) 'Cruda realidad' y narcos, reyes del rating. Recuperado del 23 de octubre de 2014 de www.eluniverso.com/2011/01/23/1/1527/cruda-realidad-narcos-reyes-rating.html
- El Universo (2014). La pareja feliz y En carne propia, dos de los programas a los que se sancionará en la SUPERCOM. Recuperado del 23 de octubre de 2014 de www.eluniverso.com/noticias/2014/04/20/nota/2793371/organizaciones-alistan-queja-contra-tres-series-comicas-noticiario
- ELCOMERCIO. (2014). Esposo de Flor María Palomeque habla sobre la sanción a 'La Pareja Feliz'. Recuperado del 23/10/2014 de: www.elcomercio.com/tendencias/dianerodriguez-sancion-supercom-laparejafeliz-precedente.html
- Erramuspe, Juana (2014). Capítulo 4: La enseñanza de la metodología de la investigación en la universidad. Implicancias de la mirada descolonizadora. En Meneses, María Paula y Vacile, Iolanda, *Desafiar a los estudios pos-coloniales* (p. 70 – 81). Coimbra: Debates.
- ESPE (2008). Constitución Política del Ecuador 2008. Recuperado del 29 de octubre de 2014 de biblioteca.espe.edu.ec/upload/2008.pdf
- Espinoza, Brandon; Castañeda, Alexis; Amaya, Luis y Ríos, Camila (2015). *La televisión y las repercusiones en la sociedad: Teoría del conocimiento*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Extra.ec (2013). *¡Chao escándalo! En carne propia con nuevo formato*. Recuperado del 22 de octubre de 2015 de extra.ec/ediciones/2013/08/17/farandula/chao-escandalo-en-carne-propia--con-nuevo-formato/
- Fernández, Mariana (2012). Juventudes, delincuencia y castigo. Un estudio de caso en noticieros de televisión. *Questión*, 34(1), 118 – 130.
- Flynn, Mark; Park, Sung Yeon; Morin, David y Stana, Alexandru (2015). Anything but Real: Body idealization and Objectification of MTV Docusoup Characters. *Sex roles*, 72 (5 – 6), 173 – 182.

- Fournier, Marco; de los Ríos, Rebecca; Orpinas, Pamela y Piquet- Carneiro, Leandro (1999). Estudio Multicéntrico sobre Actitudes y Normas Culturales frente a la Violencia (proyecto ACTIVA): metodología. *Rev Panam Salud Pública*, 5, 223 – 232.
- Fuenzalida, Valerio (1999). “Géneros televisivos y cultura del protagonismo”. En Sunkel, Guillermo (Comp.). *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación* (p. 357- 358). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Galiano, Ramón Navarrete (2015). Nuevos protagonistas del melodrama televisivo: Un ejemplo, Belén y Esteban. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 36, 1 – 10.
- García, José y Reina Gutiérrez, Andrés (2012). Análisis de la identidad visual de las telenovelas colombianas de 1980 a 2010. *Revista Nexus Comunicación*, 1 (11), 98 – 109.
- Gonzales, Gustavo; Negri, Gabriel; Varnier, Cristian; Toledo, Carlos; Flores, Ramón; Barbero, José y Cavia, Guillermo (2012). El poder, los medios de comunicación, los políticos y la opinión pública. En *VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata.* " Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales"(La Plata).
- Gonzales, Sonia (2013). Re-presentaciones sociales en la televisión argentina: el caso de “Policías en acción”. *Revista de investigación Silogismo*, 1 (12), 44 – 57.
- Gubern, Romá (1984). Estereotipos femeninos en la cultura de la imagen contemporánea. *Análisi*, 9, 33- 40.
- Hernández, Rocío (2012). Turespaña lanza una serie de televisión dirigida a jóvenes de cuatro países, con la colaboración de Be Viacom (MTV) y Aftershare. TV: un “reality” para la marca España. *Anuncios: Semanario de publicidad y marketing*, 1411, 20 – 21.
- Ibope Media (Agosto de 2015). Rating Guayaquil del 17 al 25 de agosto de 2015. Recuperado del 1 de septiembre de 2015 de twitter.com/CanalUnoTv/status/638772259730116608

- Igartua, José; Muñiz, Carlos; Otero, José y Sánchez, Citlali (2008). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios. Un estudio comparativo de la prensa y televisión. *Perspectivas de la comunicación*, 1(1), 98 – 112.
- Instituto ecuatoriano de estadísticas y censo (2014). Resultados censo 2010. Fascículo Pichincha. Recuperado del 25 de enero de 2015 de www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/pichincha.pdf
- Jiménez, Martín (2013). *Televisión Española y la Transición democrática: la comunicación política del cambio (1976 -1979)*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Kuhn, Annette (2002). *Géneros de mujeres: teoría sobre el melodrama y el culebrón*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Legaspi, Leandro; Aisenson, Gabriela; Valenzuela, Viviana; Moulia, Lourdes; Duro, Lorena; De Marco, Mariana y Del Re, Valeria (2011). *El estudio de las anticipaciones de futuro de jóvenes en situación de vulnerabilidad socioeducativa. La entrevista a profundidad como método de investigación*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Ley Orgánica 22/2013, de 25 de junio, de Comunicación. Registro Oficial del Estado, 3, de 25 de junio de 2013.
- Longhini, Carlos (2012). Presencia de los sentimientos morales en la tradición ilustrada. *Nombres: Revista de Filosofía*, 23 – 29.
- Macassi, Sandro (2002). La prensa amarilla en América Latina. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 77, 1-5.
- Malvaceda, Eli; Espinoza, John; Rivera, Israel; Vega, Alan; Oria Ronald; Rivera, Rafael y Rivera, Yonar (2012). Análisis psicosocial del sensacionalismo político en la prensa escrita: Elecciones Municipales, 2010, Lima, Perú. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 1 (1), 129 – 142.
- Martín Barbero, Jesús (1987). Televisión, melodrama y vida cotidiana. *Revista Signo y Pensamiento*, 11, 59 – 72.
- Martín Barbero, Jesús (1992). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

- Martín Barbero, Jesús (2002). Pistas para entre-ver medios y mediaciones. *Revista Signo y Pensamiento*, 41 (21), 13 – 20.
- Martín Barbero, Jesús y Téllez, Patricia (2006). Los estudios de recepción y consumo en Colombia. *Diálogos de la comunicación*, 73, 57-69.
- Martínez, Beatriz (2012). La conciliación familiar en el programa “¡ CONVIVE!” de RTVE: ¿ es posible emplear la telerrealidad al servicio del público?. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 599-606.
- Martínez, Piedad (2006). El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y gestión*, 20, 165 – 193.
- Mateos – Perez, Javier (2011). La telerrealidad en las televisiones españolas (1990 – 1994). *Comunicación y Sociedad*, 15, 169 – 194.
- Mazziotti, Nora (1991). Intertextualidades en la telenovela argentina: melodrama y costumbrismo. *Comunicación y Sociedad*, 13, 101 – 111.
- Mazziotti, Nora (2008). La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica. *La mirada de Telemo*, 1, 1 -12.
- Melo, Diego (2012). *Familia Contemporánea: recepción del talk show: “Caso Cerrado”* <tesis de maestría>. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Miller, Ariel (2013). The Construction of Southern Identity Trough Reality TV: A Content Analysis of Here Comes Honey Boo Boo, Duck Dynasty and Buckwild. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 4 (2) 4 – 5.
- Mínguez, Norberto (2015). Más allá del marco referencial: Ficción o no ficción en la cultura audiovisual digital. *Telos, Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 99, 126 – 134.
- Muñiz, Carlos; Serrano, Francisco; Aguilera, Rafael y Rodríguez, Alejandra (2013). Estereotipos Mediáticos o sociales. Influencia del consumo de televisión en el prejuicio detectado hacia los indígenas mexicanos. *Global Media Journal México*, 7 (14), 93 – 133.
- Noor, Warsan (2014). *El melodrama como instrumento de mediación en el cine de oro egipcio (1936) – 1968) y mexicano (1936 – 1957): los casos de*

- las películas El – Khataya (1962) y Nosotros Los Pobres (1948)* <tesis de maestría>. Fairfax: George Mason University.
- Orozco, Guillermo (2006). La mediación en juego. Televisión, culturas y audiencias. *Comunicación y sociedad*, 10, 107-128.
- Orozco, Guillermo (2014). ¡Que vivan las audiencias! *Comunicación y sociedad*, 20, 233- 237.
- Orozco, Guillermo (2014). La televisión, lo televisivo y sus audiencias. El estallido de sus vínculos con la ficción. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 99, p. 1 -9.
- Orozco, Guillermo; Navarro, Eva y García, Agustín (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. *Comunicar*, 38 (19), 67 – 74.
- Ortells, Sara (2009). La mercantilización de la información: la nueva era informativa de la televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 341- 353.
- Panchi, Marco Giovanni (2014). *La estética de la transgresión: análisis y dinámicas del sensacionalismo en la televisión ecuatoriana* <tesis de maestría>. Quito: FLACSO.
- Pomares, Juan Pablo (2014). Análisis comparativo sobre el tratamiento de noticias policiales en diarios regionales del norte del Perú (Chiclayo) y sur del Ecuador (Loja) – 2012. *Revista Científica PAÍAN*, (15).
- Pontón, Jenny (2007). Difusión de la violencia en el Ecuador: ¿Hasta dónde informar? *Ciudad Segura*, 16, 4-9.
- Pontón, Jenny (2008). Crónica roja en los medios de comunicación ecuatorianos: ¿un problema de seguridad ciudadana? *Ciudad Segura*, 5, 69-81.
- Potter, Deborah (2006). *Manual de periodismo independiente*. Departamento de Estado de los Estados Unidos.
- Quandt, Christiane (2013). “En alta voz al pueblo”: Manipulación y melodrama en los discursos radiofónicos presentes en las novelas *Lost City Radio* (2007) y *Pantaleón y las Visitadores* (1973). *Anales de Literatura Hispanoamericana*, 42, 131 – 146.

- Ramonet, Ignacio (2015). *La explosión del periodismo*. México: Editorial Universitaria.
- Ramos, Anselmo (2011). *Sensacionalismo: ¿La única vía para ganar audiencia?* Madeira: CONFIBERCOM.
- Redondo, Marta (2011). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*. <tesis doctoral> Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Requeijo, Paula (2011). La telerrealidad a través del cine: Crónicas de Sebastián Cordero. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 24, 35- 49.
- Rivera, Jaime; Arellano, Rolando y Molero, Víctor (2013). *Conducta del consumidor, estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Rodríguez, Laura y Roldán, Álvaro (2013). Las relaciones afectivas como espectáculo guionizado y distorsionado en la televisión: Sobre coeducación y autovaloración positiva del alumnado. *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 2 (1), 113 – 120.
- Rodríguez, Victoria (2013). *El Universo Melodramático de Pedro Almodóvar. Caso Práctico: “Todo Sobre Mi Madre* <tesis de grado>. Gandía: Universidad de Valencia.
- Ruiz, José (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Saad, Anuar (2011). El sensacionalismo o la “insurrección” de las masas. *Razón y palabra*, 78, 1 – 25.
- Saintout, Florencia (2002). LA CONSTRUCCIÓN DEL PÚBLICO DESDE EL PENSAMIENTO NACIONAL EN LA ARGENTINA LA REVISTA CRISIS, UN ESTUDIO DE CASO. En Orozco, Guillermo (Ed.), *Recepción y mediaciones: casos de investigación en América Latina*. (p. 111 - 126). Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Sánchez, Juan Carlos (2013). Telenovelas, narcotráfico y conciencia política en Latinoamérica. Perspectivas sobre un problema de estudio. *Revista Guillermo de Ockham*, 11 (2), 15 – 33.
- Sartori, Rodrigo; Rivera, Julio y Oyarzo, Rocío (2011). Análisis crítico del discurso: la prensa sensacionalista en contextos culturales colindantes:

- el caso de Ajá en Perú y La Cuarta en Chile. *Correspondencias & Análisis*, (1), 263-277.
- Schmitt, Nancy (2011). Sociedad de control y cultura juvenil. Nuevos imaginarios televisivos. *Revista Conflicto Social*, 8, 124 – 149.
- SENPLADES (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: SENPLADES.
- Siqueira, Tania (2001) *La violencia como noticia: Un análisis de los telediarios con mayor audiencia en Brasil* <tesis doctoral>. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Torrecillas, Teresa (2013a). Los padres ante el consumo televisivo de los hijos: Estilos de mediación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 27-64.
- Torrecillas, Teresa (2013b). La mediación familiar en la recepción televisiva infantil: análisis de los indicadores de mediación preferente y efectiva. *Nueva época*, 20, 135-159.
- Villalobos – Rumniott, Sergio (2013). Mabel Moraña. Argueda/ Vargas Llosa. Dilemas y Ensamblajes. *Contracorriente*, 3, (11), 346 – 354.
- Villarreal, José Antonio (2015). *La intermediación como práctica sociopolítica de los sectores urbano marginales de Guayaquil en el contexto de la revolución ciudadana*<tesis de maestría>. Quito: FLACSO.
- Zapata, María Isabel y Ospina, Consuelo (2005). Cincuenta años de la televisión en Colombia. *Historia Crítica*, (28), 105 – 120.
- Zavala, Marjorie (2012). *Televisión sensacionalista, constructora de nuevas sensibilidades o insensibilidades: Hacia un estudio de consumo* <tesis de maestría>. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

ANEXO

ANEXOS 1. FORMATO DIARIOS DE CONSUMO

Para emplear el instrumento denominado *Diario de Consumo* se pidió a los participantes que observaran *EN CARNE PROPIA*. Una vez finalizado el programa los sujetos de estudio llenaron la herramienta, cuyas preguntas y formato se detallan a continuación.

1. Datos informativos del receptor

Nombre:

Ocupación:

Edad:

Fecha del programa:

2. ¿Cuál fue el reportaje que más le impactó? Descríbalo.
3. Basándonos en el reportaje que describió: ¿Se identificó con algún personaje o con la trama de este reportaje? (*Argumente la razón*)
4. ¿Observa semejanzas entre su familia y la expuesta en pantalla? (*Sí/No, Por qué*)
5. Qué sensación le dejó este reportaje (*Risa, Ira, Tristeza, Desagrado, Curiosidad, Asombro, etc*). Describa los motivos.
6. ¿Qué opina del vocabulario utilizado en el reportaje por el periodista y los personajes, le llamo la atención alguna palabra? ¿*Usted utiliza un vocabulario similar? Argumente.*
7. ¿Sintió lástima por algún personaje o situación en algún momento del programa? ¿En qué momento? ¿Por qué?
8. ¿Qué conclusiones saca del programa de hoy?
9. Si usted atravesara una situación parecida a las observadas en el programa ¿Estaría dispuesto a exponer sus problemas en este medio u otro del mismo tipo? (*Argumente los motivos*)

ANEXO 2. CUESTIONARIO ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

La realización de las entrevistas a profundidad se llevó a cabo en los lugares de residencia de cada persona analizada. El cuestionario utilizado, que permitió arrojar los resultados de la investigación, fue dividido en tres partes según el tema que se buscaba indagar. En este apartado se constatará las preguntas realizadas a los miembros de cada familia.

2.1 Forma en que la recepción actúa dentro de las familias e individuos.

- ¿Es común compartir en familia para ver televisión? ¿Qué tipo de programas observan juntos comúnmente? ¿Quién elige qué ver? ¿Le gusta lo mismo que a su esposo/a, hijo?
- En Carne propia lo ve o ha visto solo o en familia, ¿Por qué?
- ¿Comentan juntos lo que ven en la televisión?
- ¿Puede provocar en usted cierta motivación o actitud diferente debido a lo que usted ha observado en la televisión? (Por ejemplo si veo un accidente de tránsito intento manejar mejor o si veo que ensucian la ciudad yo no boto basura)
- ¿Qué opina sobre En Carne Propia?
- ¿Por qué ve o ha visto en carne propia?
- ¿Dónde está el mayor impacto que siente usted al ver los reportajes de En Carne Propia, qué le sorprende?
- ¿Está de acuerdo en que sus hijos o menores de edad observen el programa?
- ¿Cuál podría ser la emoción predominante que En carne propia provoca en usted? Le incomoda o atrae sentir esto?
- ¿Se entretiene viendo el programa por diversión?
- ¿En algún momento sintió aburrimiento o ganas de hacer algo más mientras veía el programa?
- ¿Le gusta En Carne Propia?
- ¿Programas de este tipo usted los prefiere ver solo o acompañado en familia?

- ¿El miedo es un factor que se queda en usted luego de ver el programa? (Por todo el drama que ocurre, asaltos, etc.)

2.2 La atracción de las personas respecto a productos comunicacionales sensacionalistas

- ¿Le atraería el programa con menos accidentes, muerte y problemas en la calle? Más Light
- ¿Cuándo en pantalla sale un muerto, que siente?
- ¿Comparado al viejo formato del programa, le resultaba más interesante?
- ¿Le entretiene algún tipo de tema propio del programa?
- ¿Considera que hay exageración dentro de los reportajes, o show por parte de ellos? ¿Le parece que las personas cumplen un papel específico, que se convierten en personajes, o que actúan?
- ¿Cree que los reportajes son reales?
- ¿Cree que se distorsionan las noticias, se miente o agrandan los conflictos?
- ¿Cuál es su opinión sobre los titulares, por ejemplo “lo abalearon en su cumpleaños, pillos entraron como clientes, su prima le rayó la cara”?
- ¿Le atraen las telenovelas? Podríamos comparar a En carne propia con un tipo de novela REAL
- ¿Qué opina de los gritos e insultos, le parecen atractivo? ¿Usted actúa igual?
- Comprende el lenguaje de los reporteros. ¿Qué le causan? (gracia o desagrado) ¿Lo hace más interesante al reportaje?
- ¿Le quedan dudas luego de observar un reportaje?
- ¿La violencia es interesante? ¿Llama la atención o dan ganas de cambiar (cuando es excesiva)?
- ¿Qué es lo que menos le gusta del programa? ¿Qué cambiaría?
- ¿Le atrae más ver En Carne Propia que quizás un programa de debates o un noticiero?

2.3 Preguntas para medir los momentos de identificación que el programa produzca en el espectador:

- ¿Observa semejanzas entre su familia y alguna de las del programa?
- ¿Escucha un vocabulario parecido dentro de su círculo cercano?
- ¿Ha visto lugares o conoce barrios parecidos a los del programa? En cuanto a los problemas sociales de estos lugares (robos, muerte, drogas) ¿Considera que en su entorno existe lo mismo?
- ¿Qué opina de la finalidad de este programa: Darle un espacio a los sectores sociales que tienen poca visibilidad en la sociedad en general? ¿Comparte esto? ¿Si usted pertenece o perteneciera a un grupo olvidado estaría de acuerdo a que el programa ventile sus problemas para encontrar una solución?
- ¿Si usted atravesara una situación parecida a las observadas en el programa estaría dispuesto a exponer sus problemas en este medio u otro del mismo tipo? (*Argumente los motivos*)
- ¿La presión social, nos importa el qué dirán respecto a nuestra participación en un programa como estos? ¿De qué manera reaccionarían nuestros vecinos y familiares?
- ¿Cuándo hay un conflicto, llama a la policía? ¿Cómo se resuelven estos asuntos en su medio?
- ¿Cuál es su opinión respecto a la policía? Cómo podemos definir a la institución? (Héroes, villanos o carecen de valor)
- ¿Cuál es su opinión respecto a la muerte? ¿Qué le provoca? (Es algo normal?)
- ¿Ha tenido experiencias parecidas a las que vemos en el programa?
- ¿Tiene vecinos que resuelvan las cosas a golpes, griten mucho o sean desordenados?
- ¿Cómo es usted respecto al alcohol. Comúnmente bebe, lo hace en la calle con sus vecinos y amigos? ¿Por responsabilidad del alcohol puede haber provocado algún problema social, alguna repercusión considerable?

- ¿Ha sufrido un robo o atraco? ¿Qué sintió al ver un caso parecido en el programa?
- ¿Ha observado maltrato a la mujer en su círculo? ¿Le provoca algún sentimiento particular al ver casos similares?
- ¿El tema de las drogas es común en su círculo cercano? ¿Cómo es la gente que la consume para usted? (en el programa muestran mucho a los chamberos y recolectores)
- ¿Qué opinión tiene usted de las personas que trabajan en la calle. Creen que roban, beben o se drogan?
- ¿Siente que su vida es parecida a los acontecimientos que aparecen en el programa? ¿Qué condiciones la hacen diferente?
- ¿Los conflictos sociales que aparecen en el programa como peleas entre hijos familiares o vecinos, los considera ajenos a su realidad? ¿Nunca ha observado nada parecido?
- ¿Influye en usted el acento costeño y que la trama sea en Guayaquil para no sentirse representado?
- ¿Guayaquileños y Serranos somos iguales?

ANEXO 3. SUJETOS PARTICIPANTES

En este apartado se conocerá a los seis miembros participantes quienes observaron periódicamente el programa *EN CARNE PROPIA* para luego expresar sus sensaciones del mismo. Por motivos de seguridad y de permisos no se publicará sus rostros, cumpliendo así lo que dicta la LOC.



Integrantes familia A



Integrantes Familia B



Barrio donde reside el hogar A.



Barrio donde reside el hogar B.