



Universidad de Especialidades Espíritu Santo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN EN PROGRAMAS CONCURSOS DE TC  
TELEVISIÓN**

**DOS CASOS:  
HAGA NEGOCIO CONMIGO Y FAMA O DRAMA**

Anteproyecto de Investigación  
que se presenta como requisito para el título de  
Licenciatura en Periodismo Audiovisual  
Menciones en Prensa escrita y Producción Multimedia

Autora: Claribel González Loor

Tutor: Pablo Velásquez

Samborondón, Junio del 2010

## **AGRADECIMIENTO**

Reconocer y agradecer a aquellos maestros que dejaron una huella cierta en nuestro ser, por la profundidad de sus conocimientos, por la entrega en su cátedra, por aquella humanidad que se dimensiona cuando a través del pensamiento lógico se vuelve accesible al ser.

Agradecer el haber compartido con mis compañeros universitarios que aspiraron un presupuesto de ser más, de compartir conocimientos y experiencias que fueron desarrollando una fraternidad bien fundada

Agradecer la tolerancia y apoyo de mi familia en un proceso tan largo que a pesar de la distancia confiaron y siempre buscaron lo mejor para mí.

Agradecer la iluminación del gran arquitecto del universo, luz que genera conciencia e indica el camino para la construcción espiritual del ser fundamentada en el conocimiento.

**Claribel González Loor**

## **DEDICATORIA**

A mi Padres Tonny González y Rocío Loor,  
y a la tía: Clarita,  
por el empeño en el desarrollo de mis facultades  
y formación en valores,  
quienes siempre quieren verme triunfar.

A tí,  
Por tu cariño y apoyo constante.

**Claribel González Loor**

## INDICE DE CONTENIDOS

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. TÍTULO.....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>                     | <b>1</b>  |
| <b>2.1 Enunciado del Problema.....</b>                        | <b>1</b>  |
| <b>2.2 Formulación del Problema.....</b>                      | <b>3</b>  |
| <b>3. OBJETIVOS.....</b>                                      | <b>4</b>  |
| <b>3.1 Objetivo General.....</b>                              | <b>4</b>  |
| <b>3.2 Objetivos Específicos.....</b>                         | <b>5</b>  |
| <b>4. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN...</b> | <b>5</b>  |
| <b>4.1 Justificación.....</b>                                 | <b>5</b>  |
| <b>4.2 Delimitación de la investigación.....</b>              | <b>6</b>  |
| <b>5. MARCO REFERENCIAL.....</b>                              | <b>7</b>  |
| <b>5.1 Antecedentes.....</b>                                  | <b>7</b>  |
| <b>5.1.1 Breve Historia de la Televisión Ecuatoriana.....</b> | <b>7</b>  |
| <b>5.1.2 Primeros Programas Concursos.....</b>                | <b>9</b>  |
| <b>5.2 MARCO TEÓRICO .....</b>                                | <b>11</b> |
| <b>5.2.1. Caso 1: Haga Negocio Conmigo.....</b>               | <b>11</b> |

|   |    |
|---|----|
| 5.2.1.1 Historia del Programa.....                    | 11 |
| 5.2.1.2 Situación Actual del Programa.....            | 12 |
| 5.2.2 Caso 2: Fama o Drama.....                       | 16 |
| 5.2.2.1 Historia del Programa.....                    | 16 |
| 5.2.2.2 Situación Actual del Programa.....            | 18 |
| 5.2.3 Análisis del Entorno y Casos.....               | 22 |
| 5.2.4 Análisis del Rating de los dos programas.....   | 29 |
| 5.3 Marco Conceptual.....                             | 32 |
| 5.3.1. Una cultura Mediática.....                     | 32 |
| 5.3.2 Entretenimiento.....                            | 35 |
| 5.3.3 Formatos de Entretenimiento.....                | 37 |
| 5.3.4 El rating como determinante de un programa..... | 38 |
| 5.3.5 Teoría de los usos y gratificaciones.....       | 39 |
| 5.3.6 Necesidades del Público .....                   | 41 |
| 6. METODOLOGÍA PROPUESTA.....                         | 41 |
| 6.1 Tipo de Investigación y Enfoque.....              | 42 |
| 6.2 Técnicas e instrumentos de Investigación .....    | 42 |
| 6.3 Población y Muestra .....                         | 43 |

|   |    |
|---|----|
| 6.3.1 Población.....                    | 43 |
| 6.3.2 Muestra.....                      | 44 |
| 6.4 Idea a defender o Hipótesis .....   | 45 |
| 6.5 Análisis de la Información .....    | 45 |
| 6.5.1 Tabulación de Datos.....          | 46 |
| 6.5.2 Conclusiones del Focus Group..... | 50 |
| 6.5.3 Cuadro Temático.....              | 54 |
| 7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....       | 56 |
| 8. PRESUPUESTO.....                     | 57 |
| 9. PROPUESTA.....                       | 58 |
| CONCLUSIONES.....                       | 62 |
| <br>                                    |    |
| BIBLIOGRAFÍA                            |    |

## **ANEXOS**

**Anexo 1: Entrevista al Director General de Programación de Tc**

**Anexo 2: Entrevista a la Directora de Fama o Drama**

**Anexo 3: Entrevista a la Productora de Haga Negocio Conmigo**

**Anexo 4: Entrevista al Editor de Haga Negocio Conmigo**

**Anexo 5: Entrevista al Gerente Nacional de Producción de Canal UNO**

**Anexo 6: Entrevista al Sociólogo Marco Arteaga**

**Anexo 7: Formato de la encuesta realizada**

**Anexo 8: Preguntas formuladas en el focus group**

**Anexo 9: Datos proporcionados por IBOPE TIME del año 2008**

## **PRESENTACIÓN**

El presente trabajo recoge la inquietud y deseo de indagar y tener fuentes de opinión sobre las respectivas problemáticas y comentarios que se dan entorno a la producción de programas concursos en la ciudad de Guayaquil. Para lo cual se ha tomado como casos de estudio a dos programas nombrados y conocidos por la gente como son: Haga Negocio Conmigo y Fama o Drama.

Este tema surgió de la incertidumbre de saber por qué los canales comunicacionales no realizan un cambio en sus transmisiones de entretenimiento y realizan su contenido con mensajes más productivos, para aportar con un valor cultural a esas esferas carentes de recursos educativos.

Se sabe que el conocimiento no se instaura, sino que se es aprendido y aprehendido por iniciativa propia, pero se quiere dar una opción de vender educación de una manera divertida.

Presentamos el presente trabajo para su valoración, en el cual encontramos variadas explicaciones y puntos de vista de las personas inmersas y conocedoras de los temas de entretenimiento televisivo.

## **1. Título**

Análisis de la Producción de programas concursos del canal Tc Televisión.  
Dos casos: Haga Negocio Conmigo y Fama o Drama

## **2. Planteamiento del Problema**

### **2.1 Enunciado del Problema**

Los programas concursos son parte de la parrilla de programación del área de entretenimiento en los medios televisivos. La distinción de estos programas se establece por la concurrencia del animador o animadora, cuyas características corresponde a: alegre, carismático (a), con facilidad de palabra; otros se prestan para realizar comentarios un tanto provocadores y hasta pícaros en un juego constante con el público, de esta forma el canal logra captar y atraer la atención del televidente y de las audiencias que convocan para los efectos multiplicadores.

Hasta el momento se observa que aplican los diseños de programas, guiones y libretos pre-establecidos, así se difunden y sobreviven, sin que reciban valores críticos formales externos, salvo estimaciones de círculos

culturales que no hacen público ni patentan públicamente esas apreciaciones, al contrario, la cantidad de producción es considerable, sin embargo el contenido de los segmentos y del programa en su totalidad, no simbolizan ningún efecto educativo o cultural hacia el público en general. Si bien es cierto entretener es una función de los medios, no obstante se realiza un entretenimiento por “entretenimiento”, entretenimiento vacío en el que las capacidades intelectuales o físicas de los participantes no son tan importantes como hacer el ridículo.

Siendo así, la empresa como canal comunicacional, podría no estar cumpliendo con su rol de orientación social hacia la comunidad.

Es en esta situación donde se establece cómo se maneja la ética de un canal, si realmente esta ausente o es acomodaticia, porque ello influye y determina la ética personal y profesional de quienes trabajan dentro de la empresa, y de igual manera esto se genera a los consumidores de “esta cultura”.

Los directivos, ejecutivos y productores deberían hacer uso, ejercer y enseñar los principios éticos y morales a sus colaboradores y definir en situaciones decisivas que cambios perjudican a una sociedad a través de los contenidos que se emiten.

La ética constituye un eje determinante, orientador, modelador y modulador, de los contenidos programáticos, debido a esto se determina la concepción que el canal también tenga de generar valores y propuestas para una sociedad receptora que en muchos casos es invadida con propuestas de seudo entretenimiento y diversión.

Es importante aclarar que no se pretende realizar un programa netamente cultural, pero dentro del entretenimiento se cree que se puede implementar una forma subliminal de aportar con mensajes que fortalezcan los valores, buenas costumbres y estimular el desarrollo cultural de las capas y sectores deprimidos culturalmente.

Por esto la presente investigación se centrará en un estudio y análisis de la Producción de Programas de Entretenimiento, pero como este tipo de programas tienen varias clasificaciones, es indispensable determinar una para poder trabajar con un enfoque más preciso, por eso me inclinaré por los programas –concursos; y que luego de revisar la programación de todos los canales se decidió escoger como objeto de estudio el canal TC televisión, debido a que es en este canal donde se centra la mayor parte de programas concursos, dentro de los cuales se decidió analizar por su nivel alto de sintonía, dos programas del respectivo canal siendo estos:

- “Fama o Drama”, que se emite en horarios de lunes a viernes desde las 16:00 hasta 18:00, con un promedio general de 6,6 de rating y 17,6% de share<sup>1</sup>
- y “Haga Negocio Conmigo”, el cual tiene una importante trayectoria de 34 años, se emite todos los sábados en horario de las 21:45 hasta las 23:45, con un promedio de rating de 7,3 y un share de 19,8%.<sup>2</sup>

El share es el porcentaje con el cual se determina cuanto de publicidad se ha visto en el horario de ese contenido, y son estos valores los que se utilizan

---

<sup>1</sup> Dato proporcionado por un canal de televisión que decidió anonimato

<sup>2</sup> Dato proporcionado por un canal de televisión que decidió anonimato

para realizar las ventas de los espacios publicitarios o los auspicios del programa.

## **2.2 Formulación del Problema**

Fundamentado en lo anterior, el presente trabajo pretende responder a la siguiente interrogante: *¿Será de interés para el medio televisivo una propuesta distinta a la que aplican para la realización de programas concursos?*

Para conocer el resultado a esta interrogante, se deberá contestar:

- ¿Qué beneficios puede aportar esta propuesta para la formación entretenida del televidente sin perjudicar la economía del canal?
- ¿Son los costos económicos una limitante para la realización de programas concursos con mayor contenido y calidad?
- ¿Podría diseñarse programas que a más de entretener, considere esta vía para incidir en el mejoramiento cultural de los sectores que constituyen público objetivo del programa?
- ¿Qué aceptación tendría la propuesta referente a programas concursos con difusión informativa y cultural por el target al cual apunta el canal?
- ¿Estaría el medio de comunicación dispuesto a realizar programas concursos con un porcentaje cultural a la par que los programas concursos que realiza?

## **3. Objetivos**

### **3.1 Objetivo General**

Establecer las razones comunicacionales de impacto de éste tipo de programas y estimar cuáles serían los elementos que pudiesen concurrir para que en el formato de programación establecido pueda insertarse una propuesta cultural básica de aceptación del televidente.

### **3.2 Objetivos Específicos**

- Verificar qué conceptos usa TC televisión para realizar programas concursos y porque es el canal que más produce este tipo de programas.
- Averiguar por qué estos programas concursos persisten en la televisión ecuatoriana
- Analizar qué parámetros son los adecuados para que un programa concurso fomente cultura y sea aceptado por el televidente.

## **4. Justificación y Delimitación de la Investigación**

### **4.1 Justificación**

La mayoría de programas de televisión se enfocan en brindar entretenimiento al público espectador a través de programas que incentivan no sólo el facilismo, sino también el morbo y lo que se derive de el. Esto para los encargados y/o gerentes de producción y programación puede que no signifique un aspecto negativo, sin embargo el problema de este asunto es que cada vez más se incrementa el porcentaje de transmisiones con

contenidos de este tipo, produciendo programas nada productivos para la mente con cero educación.

Se debe recalcar que otro error en el cual caen los medios televisivos guayaquileños es el poco nivel de producción que se maneja. A través de esto resulta posible afirmar la supuesta, que los canales, dueños de los medios y personas a cargos de los distintos departamentos del área de producción, tienen que soportar la falta de presupuesto, y que por ahorrar tiempo y disminuir costos se copian, adaptan y promueven programas chatarras, haciendo de esto un negocio audiovisual insensato y fuera de las límites de una responsabilidad social.

Por esto se quiere realizar un estudio y análisis de la producción de programas de entretenimiento específicamente en los programas de concurso, con la finalidad de proponer un modelo bajo el cual se pueda hacer un programa de entretenimiento que, sin ser aburrido, tenga algo que enseñar y, dejar de lado la creencia de que estos programas para generar atención se tengan que enfocar solo al morbo y espectáculo vacío, que llega en ocasiones a denigrar a la persona.

## **4.2 Delimitación de la Investigación**

El siguiente trabajo de investigación tiene como propósito realizar una propuesta diferente de producción de programas –concursos con el fin de

variar el formato para este tipo de programas que normalmente están enfocados hacia el entretenimiento por el entretenimiento. De esta misma manera este trabajo está dirigido hacia los medios de comunicación guayaquileños que son los encargados de producir y emitir los programas concursos pero nos vamos a centrar específicamente en dos programas concursos que realiza el canal guayaquileño TC Televisión.

## **5. Marco Referencial**

### **5.1 Antecedentes**

#### **5.1.1 Breve Historia de la Televisión Ecuatoriana**

La televisión ecuatoriana nació oficialmente un 12 de diciembre de 1960, gracias a la labor del alemán Michael Rosenbaum junto a su esposa la manabita Linda Zambrano, que se convirtió en la primera presidenta de la compañía de televisión del Ecuador denominada “Primera Televisión Ecuatoriana” PTVE con la frecuencia de canal 4 en Guayaquil.

Luego de un difícil trance por problemas económicos, la “Primera Televisión Ecuatoriana” ó canal 4 se convirtió en “Telesistema”, canal conocido en la actualidad como RTS.

Los nuevos dueños y la nueva administración, se aprovecharon del “contrato de frecuencia” que el canal tenía y con ello hicieron que la “Primera Televisión Ecuatoriana” PTVE abra su programación en la ciudad de Quito en el año 1964 con la frecuencia de canal 6, convirtiéndose en el primer canal comercial de Quito.

El 12 de mayo de 1961 nació el canal 2 llamado “La Ventana de los Andes”, segundo canal en la historia ecuatoriana y el primero de carácter cultural, sin embargo, debido a altos costos de operación, el canal de igual forma a PTVE, cambió de dueño y pasó a llamarse en el año 1972 como “Teleamazonas”, primer canal ecuatoriano en emitir color ese mismo año.

Los primeros canales ecuatorianos emitían la programación en vivo y los comerciales se los realizaba en ese momento. La parrilla de programación se llenaban con programas importados y por supuesto eran modelos norteamericanos como: novelas y enlatados, de aquella época se pueden nombrar los siguientes: Mi bella genio, El hombre invisible, y el más caro de todos “El show de Lucy”, la obtención de estos programas se daban gracias al convenio que tenía “Primera Televisión Ecuatoriana” con la ABC.

La Televisión en esa época era privada, pero el estado desde aquel entonces hasta hoy, dueño de las frecuencias, se reserva el derecho de concederlas, ofreciendo espacios para programas estatales de educación y salud.

Se ha considerado tradicionalmente, que la televisión visión –y los medios de comunicación en general- debe cumplir 3 funciones básicas importantes, tales son: informar, educar y entretener. Sin embargo, enfocándonos en la parte de entretenimiento, la televisión usa un modelo más comercial, donde los niveles de venta están por encima del contenido.

Se necesita mencionar que la intención de la siguiente investigación no se da con el propósito de desmerecer a los programas que brindan entretenimiento al público, no obstante si se cree que lo que se produce y brinda al telespectador puede ser mejor.

Debido a esto la investigación está dirigida hacia los programas de entretenimiento, sin embargo la clasificación de esta rama es muy general, por ello nos enfocaremos en los programas concursos mencionados anteriormente como son: Fama o Drama y Haga negocio conmigo, los dos pertenecientes a TC Televisión.

La importancia de este análisis no es sólo ver el perfil de cada uno de los programas, a que target se dirigen y qué concepto manejan; más allá de eso se quiere mostrar las cualidades que puede tener de base un programa concurso para a más de entretener, tener un fondo cultural o educativo. Adjuntando las preferencias del público televidente para con este tipo de segmentos.

A continuación se mencionará brevemente los programas concursos ecuatorianos que más trascendencia han tenido en el país:

- Chispazos, creado en 1973 y aún tiene vigencia cumpliendo 37 años al aire.
- Haga negocio conmigo, conducido por Polo Baquerizo, se inició en 1976 y actualmente tiene 34 años.
- Otro programa digno de ser nombrado es El Show de Bernard. Si bien no es un programa concurso, se mantuvo al aire durante 30 años y decididamente, era un programa de entretenimiento.
- 

### **5.1.2 Primeros Programas Concursos**

En los años 60 los pasos agigantados de la tecnología se vieron con la llegada de los televisores a Guayaquil, la ciudadanía con acceso a comprar

los aparatos lo hicieron rápidamente pues no querían perderse las primeras transmisiones que se realizarían.<sup>3</sup>

En dos meses aproximadamente 2.000 aparatos estaban en los hogares guayaquileños, todos comentaban la octava maravilla del mundo.

Los primeros programas concursos nacieron como programas de talentos, números musicales y revistas de entretenimiento. Freddy Russo de origen napolitano inicio el programa “El Show de Freddy Russo” donde se presentaba artistas; pero quien realmente promovió el estilo de programa – concurso fue el italiano Jorge Azín, quien luego sería el mentalizador y creador de Chispazos, un programa concurso que sigue vigente en la televisión ecuatoriana. Este italiano llego al país en 1959 trayendo creatividad e ideas que llamaban la atención, realizo en aquella época programas como “Lluvia de Oro”, “Siga cantando”, “ El crucigrama”, “Sus primeros aplausos”, “Jueves gigante”, “El show de Jorge Azín” y “Los 100 amigos”.

Los programas concursos cuentan la característica de tener público apoyando, aplaudiendo y alegrando a los participantes para mostrar la interacción que ocurre en el momento, la diferencia que se resalta de aquellos años con respecto a la actualidad, es el poco espacio que se tenía en el estudio para acoger a cantidades grandes de personas, por lo cual muchas veces los programas se grababan sin público o eran contadas las personas que estaban presentes.

Esta época que bien podríamos llamarla de producción nacional fue a inicios de los años 70, pero la llegada de los enlatados le quitó espacio a los programas nacionales culturales y de entretenimiento, lo que produjo también que se reduzca el trabajo de los actores que realizaban telenovelas.

---

<sup>3</sup> Tomado del Libro La primera Pantalla, Autor: Fernando Macías Pinargote

Los programas de concursos, sin embargo, lograron sobrevivir a este cambio. El número de aparatos televisivos se había incrementado y se aprovechaba de esta herramienta para empezar a publicitar productos de consumo masivo o popular.

## **5.2 Marco Teórico**

### **5.2.1. CASO 1: Haga Negocio Conmigo**

#### **5.2.1.1 Historia del Programa**

Este programa se destaca dentro de la programación ecuatoriana por su trayectoria con 34 años dentro del medio televisivo, se inicio en el año 1976 en Canal 10 (actualmente Tc televisión) con dos animadores Fernando Franco y Lucy Suárez<sup>4</sup>, ya en 1977 fueron reemplazados por el Conductor y ahora Director del Programa Leopoldo “Polo” Baquerizo.

Haga Negocio Conmigo durante los dos primeros años fue un programa dirigido al sector medio y medio alto, los participantes de los concursos respondían a niveles medios y altos de recursos económicos, por lo tanto los premios no brindaban mayor complacencia porque tenían una necesidad ya satisfecha, a esto “ *se presume que los programas son para divertirse, oxigenar y para que llenen los espacios de los que no tienen recursos, se ganan un premio, si ya lo tienen lo venden y esa plata la invierten en un negocio*”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Diario el Universo, sección En Escena (Mayo 1, 2006)

<sup>5</sup> Tomado del anexo #3 de la Tesis de Galo Recalde en entrevista con Polo Baquerizo

Eso motivo a que Haga Negocio Conmigo cambie su target y se dirija especialmente a los estratos sociales bajos.

### **5.2.1.2 Situación Actual del Programa**

Normalmente para la producción de un programa concurso se debe tener claro el concepto, en este caso el programa de Polo Baquerizo tiene claro su esquema, el cual ha sido manejado durante 34 años y les ha favorecido. En nuestros días, Haga Negocio conmigo se emite todos los sábados de las 21h45 a 23h45, y lo que mas gusta a la audiencia son los concursos clásicos que se mantienen desde el inicio del programa, los cuales son muy conocidos por su audiencia como milloneando, agarra lo que puedas, canta conmigo, cachete con cachete.

La esencia del programa, más allá de sus concursos, es el estilo jocoso, burlesco y humorístico de Polo Baquerizo, que al interactuar con el participante realiza bromas en doble sentido, aludiendo algún aspecto físico y otras un tanto sexuales.

Polo Baquerizo en sus bromas no ha cambiado nada, siempre desde el inicio se ha mostrado como una persona que le gusta molestar a los participantes, *“ellos saben a lo que van porque conocen la temática del programa, se atienen a los comentarios donde muchas veces se los hace quedar mal.”* (Anexo # 4, entrevista a Gabriel Buenaño)

Es en los defectos donde Polo se centra para hacer reír, sin embargo los concursantes no se sienten ofendidos porque es parte de concursar y ganar

dinero. *“Me parece que Polo es demasiado machista y muy racista, el siempre si hay alguna persona negra participando le dice familia o le hace algún tipo de alusión a su raza”* (Anexo # 4, entrevista a Gabriel Buenaño).

No obstante esta joda como le llama Baquerizo, esto es algo natural para el *“Nos tomamos el pelo, nos bromeamos, nos ponemos apodos, es una especie de Hermandad... \_ ... Creo que hay que tener sentido del humor en la vida y eso es Haga Negocio Conmigo, también con su parte sentimental porque ha habido llantos”*<sup>6</sup>

Haga Negocio conmigo esta dirigido a un target de nivel social medio-bajo y para entender porque este programa tiene buena aceptación, se realizo un focus group a 15 personas a las cuales se les pregunto que les gusta del programa, donde se obtuvo como respuesta que les gusta porque Polo es molestón y hace reír, *“Uno llega cansado del trabajo y lo que quiere es desestresarse y Polo con su programa nos hace reír”*.

Lo que les gusta del programa es la animación, el chiste, lo que polo le dice a los participantes, la dinámica, la comunicación que tiene Polo con los participantes y con los que lo ven en casa.

El programa se inició como familiar pero por el tipo de bromas que maneja consideran, los integrantes del focus group, que es un programa para adultos, afirmaron que a nadie le gustaría que le realizaran el tipo bromas que Polo hace, no obstante comentaron que las personas que van a participar ya llevan la consigna de cómo es Polo.

Un comentario muy estratégico y arraigado a la realidad fue el siguiente: *“pienso que estos tipos de programas se basan en los concursos porque va*

---

<sup>6</sup> Tomado en entrevista a Diario El Universo, publicado en Mayo 1 del 2006

*gente de clase media y baja porque tienen poco, y ellos (refiriéndose a los que hacen el programa) se basan en esa necesidad y ahí los enganchan haciendo dinero”*

En Haga negocio conmigo los concursantes que lloran al ganarse algún electrodoméstico o dinero en efectivo llevan cargas emocionales fuertes de agradecimiento por la ayuda recibida, ahí se refleja la necesidad económica de este grupo de personas que asisten a Haga Negocio Conmigo.

Sensibilidad, alegría, llanto, con un toque de humor y diversión, se convierten en ingredientes esenciales al momento de entretener a la audiencia.

La contribución social que Johanna Drouet, productora de Haga Negocio conmigo obtiene del programa es la diversión, comenta que Polo con su programa ofrece pura diversión cada sábado a la gente que ve el programa y además de diversión premios para los que asisten, *“si tu pasas por acá vez la cantidad de gente esperando en la puerta, y no solamente la diversión sino premios porque se llevan dinero en efectivo, hay un sorteo al final del programa para quienes no pueden participar hay, para quienes participan se llevan \$100, \$70, \$500, o sea es un programa que te da mucho dinero y que es lo que la gente necesita ahora? Dinero y diversión, eso es lo que te ofrece Polo.”* (Anexo #3, entrevista Johanna Drouet)

Este espectáculo puede relacionárselo con el de un circo, ya que cada número tiene una fuerza impactante de expectativa con respecto a que hará Polo con el participante, y eso direccionado al target que maneja el programa gusta porque los problemas agobiantes se alejan, *“a la gente le gusta el Polo que jode, el Polo que molesta, que baila y que trae a la gente y le corta el*

*pelo a uno al otro, o sea eso es lo que mas le gusto a la gente.”* (Anexo#3, entrevista a Johanna Drouet).

Para los que ven por primera vez el programa puede parecerles desagradable los comentarios machistas y racistas que hace el animador a los participantes. Por ejemplo: en uno de los programas, una concursante era de raza negra y Polo le dijo “familia vea”, con otros participantes hace frases como “lo tiene grande o chiquito”.

Para la productora del programa, Baquerizo no es ni machista ni racista, al contrario lo califica como tradicionalista, *“el es un hombre muy tradicional o sea se mantiene en su esquema no le gusta mucho romper lo que ya tiene, el ya sabe que eso lo ha mantenido 34 años en la pantalla”*

Lamentablemente no se pudo conseguir en entrevista la opinión directa de Polo Baquerizo con respecto a su programa, ya que la productora nos dijo que tenía la agenda muy apretada, además que solo va al canal los días que realiza las grabaciones y el resto de su tiempo lo ocupa en sus negocios personales, por lo tanto era muy difícil que obtener una entrevista personal, sin embargo se le podía enviar un correo electrónico con las preguntas, las cuales tampoco fueron contestadas.

Por otro lado se logra considerar que este programa al igual que los demás de su género tienen sus rasgos negativos y positivos, Gabriel Buenaño menciona que este *“es un programa que en realidad no te aporta nada en términos culturales y científicos porque no busca la manera de enseñar algo a las personas, de mostrarles algo nuevo”*, pero reitera que lo único bueno

que se puede rescatar del programa es que ayudan a las personas de bajos recursos *“personas sin trabajo van a Haga Negocio y salen con un dinero, a veces en un concurso por ejemplo en “Canta conmigo” se pueden ganar hasta \$4.000 dólares en un solo día. Y también en épocas como el Día de la madre o Navidad, Polo va a regalar electrodomésticos a las famosas abuelitas para hacerlas llorar.”*

La cultura guayaquileña es heterogénea y a la vez marcada, para muchas personas que consumen televisión puede parecerles que el programa “Haga negocio conmigo” no tiene nada productivo para manifestar en la sociedad, el otro punto de vista se sostiene en base a lo que representa este programa en su entorno, entonces es posible que no produzca algún conocimiento valorativo pero comprende una ayuda a su sistema monetario aún siendo objeto de esparcimiento y desahogo para la teleaudiencia. Convirtiéndose “Haga Negocio conmigo” con “Polito” como lo llaman los participantes, en una tradición guayaquileña, *“la productora me contaba que ya son generaciones de generaciones, que los hijos de los que iban hace 30 años estaban yendo ahora, ya es una tradición para el pueblo ecuatoriano.”* (Anexo #4, entrevista Gabriel Buenaño)

## **5.2.2 CASO 2: Fama o Drama**

### **5.2.2.1 Historia del Programa**

Fama o Drama, una producción literalmente reciente de TC televisión vigente hasta el día de hoy, nace un 3 de junio del 2008 adoptando un formato de concurso fusionado con reality show, teniendo como animadoras del programa a Gabriela Pazmiño y Cinthia Coppiano.

Se arrancó el programa por temporadas con una duración de 3 meses cada una, para ello se reclutaba mediante casting a 16 jóvenes de distintos sexos para participar en géneros de canto y baile respectivamente.

Los ganadores de la competencia de talentos obtenían un premio de \$5.000 dólares en efectivo cada uno, convirtiéndose en “la nueva sensación” del baile y del canto.

Fama o Drama surgió por motivos de buscarle un remplazo a “A todo dar”, un programa concurso de las tardes de TC que duró 12 años al aire y que aunque no les iba mal, no querían, el Sr. Jean Paúl Prellwitz, ex productor de Fama o Drama y Estefanía Isaías, ex Gerente del canal, que salga de la pantalla por decadencia.

Es así como Prellwitz sugiere realizar un programa con un mix de concurso y reality de canto y de baile, *“más o menos teníamos la idea de hacer un programa tipo “Rojo fama contra fama” de Chile, entonces ese era el concepto básico y creo que comenzamos a trabajarlo y cuando ya hicimos los castings nos dimos cuenta que teníamos un potencial grandísimo con la primera temporada”* (Anexo # 5, entrevista a Jean Paúl)

El concepto que Jean Paúl tenía y manejaba en el programa como productor y mentalizador de Fama o Drama se acentuaba en mostrar a través de las competencias que habían entre los chicos, la expresión de sus talentos por medio de los shows de canto y coreografías, ocupando el reality un tiempo

de 20 minutos y destaca *“...cuando yo estaba lo principal era el show y no tanto el reality”* (Anexo # 5, entrevista a Jean Paúl).

### **5.2.2.2 Situación actual del Programa**

Actualmente Fama o Drama, que sigue emitiéndose de lunes a viernes en el mismo horario de 16:00 a 18:00, marcha en la producción de la 5ta temporada llamándose Fama o Drama *“El verdadero reality”*, conducido enteramente por Gabriela Pazmiño desde los inicios de este año cuando se dieron cambios en la programación, y como co-animador se encuentra Daniel Arosemena.

Betty Mata es la actual productora encargada y afirma que *“Fama o Drama tiene un concepto clarísimo que es un grupo de chicos que ingresan a concursar para elegir un cantante. En esta última temporada de fama o drama se esta buscando un grupo musical, ellos tienen participaciones diarias en las que el jurado o les dan fama o les dan drama y hay eliminación, en más o menos en un mes la eliminación de la primera persona que tendría que salir.”* (Anexo #2, entrevista a Betty Mata)

En la última temporada que se encuentra al aire se han adoptado medidas de un *“verdadero reality show”* ya que conviven los participantes en una casa la cual tiene en su interior 18 cámaras y se realiza un monitoreo constante de sus acciones diarias.

*“...Esta última temporada ha tenido una variante que es reality porque a nivel de análisis de rating se dio cuenta pues que el conflicto que se creaba entre los mismos chicos al estar encerrados en una casa por tanto tiempo al*

*público le generaba un interés” (entrevista a Betty Mata actual productora de Fama o Drama)*

La relación que se da entre los participantes y las historias de amor, amistad, traición, suspenso, engaño que nacen del encierro y de la convivencia, componen un ingrediente novelesco para el público que sigue la historia de los talentosos que luchan por su sueño de ser cantantes o bailarines profesionales.

Las novelas de la vida real de los participantes, son presentadas en cada programa y acentuadas con estímulos visuales y auditivos como efectos de luces, música, locución, imágenes videos y dramatizados, para esto se tiene un equipo “... *con el que yo manejo realización, todo lo que es el reality como tal, tengo una persona sentada las 24 horas revisando todos los videos de la casa, tengo mi editor, mi realizador, que se encargan de traerme la información, por ejemplo: se peleo tal con tal persona, se enamoraron, entonces yo me siento y creo la historia y digo ahora lo vamos a hacer así, lo vamos a enfocar así, le vamos a poner esta música, tanto tiempo, esta historia va a durar tres días o va a durar una semana y los vamos a llevar a comer, armamos toda una producción en base a la historia del reality que se esta dando.*” (Anexo #2, entrevista a Betty Mata)

Esta es una variable para cuestionarnos si en realidad del entretenimiento ¿se hace un show o se provoca y se vende un espectáculo?

Pero aún para hacer un espectáculo se necesita de actores, y los participantes son el reflejo de una tendencia de formar escándalo para llamar

la atención y lograr “ser alguien” de quien se hable en un momento determinado.

Es así como el famoso “Pito señores” de Gabriela Pazmiño se ha convertido en el ícono del programa no solo para los participantes que buscan ser los actores principales del “Pito” sino también como referencia del programa al quedar en la retentiva de los que ven Fama o Drama y de los que escuchan de él.

Los programas concursos de entretenimiento y en este caso con un mix como el reality show tienen la consigna de ser un espectáculo atrayente para la audiencia donde cada minuto deben estar absortos de lo que sucede en cada toma y en cada segmento. Las historias y las narraciones deben ser impactantes y dejar siempre la sensación de querer más, esto es lo que Betty Mata llama como ritmo... *“si te sientas a ver televisión sale la primera toma y estas emocionada pero tienes que terminar con esa emoción de un WOW!, es eso tener ritmo en el programa, en los bloques, en las notas, en cada cosa que tu presentes en audiovisual, pero si el televidente empieza bien y luego pone cara de que no esta entendiendo lo que esta pasando y espera el final y en el final no hay nada, apagas el televisor... .. Con el ritmo tu creas que al televidente lo cautives, al día siguiente tienes que estar convencida de que tu has logrado que esa persona se vuelva a sentar a ver el programa o que lo comente, si no pasa nada, el programa esta como los pacientes al morirse con la línea recta de muerte”*

De manera explícita el público, audiencia o masa específica es parte de esa persuasión consiente y manipulada, direccionada a que se consuma ese producto, el cual manifiesta las sensaciones agradables que la gente, para la

cual están hechos estos programas, los vean por el simple sentido de relajarse y tener algo que hacer durante la tarde o noche.

Sin embargo, para los realizadores de fama o drama, el programa tiene un toque educativo, al mostrar que para bailar y cantar se necesita además de talento, educación, entrenamiento y constancia, mostrando también valores y aptitudes que los seres humanos deberían tener en cada cosa que hagan. *“Ya mucha gente aprendió lo que es jazz, muchos muchachos aprendieron lo que es bailar, ya se dieron cuenta que bailar no es solamente mover las caderas y la nalga, bailar es la preocupación por bailar, de poner bien la mano, poner bien el pie... .. mi programa a hecho de que los muchachos se den cuenta de que bailar no es “bailar por bailar” si no que hay que tener una técnica, un estilo, igual cantar, no cualquiera puede cantar hay que estudiar, nosotros enseñamos a la gente que para hacer cualquier cosa hay que estudiar y sobre todo pasión.”* (Anexo#5, entrevista a Jean Paúl).

Lo que es rescatable de Fama o Drama según Mata, actual directora, es que en este programa no se trata de vender la figura de la sexualidad y el morbo para ganar audiencia, *“Creo que fama o drama a diferencia de otros programas concursos que se daban a esa hora en donde hasta cierto punto el público que iba muchas veces tenía que hacer concursos bastantes desagradables que eso podía atentar contra el pudor de la persona, o les ponían faldas a las chicas muy chiquitas para subir el rating, modelos muy destapadas para vender, concursos muy atrevidos para captar la audiencia.”* Para Mata, Fama o drama es un programa muy refrescante en donde se trata de resaltar el talento de los chicos y la parte musical es esencial para eso. Destaca que es un aporte de entretenimiento sano para la gene que ve el programa, ya que se quiere divertirse con las historias que se cuentan de los

chicos, para que se involucren con ellos y a mas de eso vean un show con música, *“no creo que fama o drama sea un programa que maneja morbo, que maneje doble sentido, creo que es un programa bastante transparente.”* (Anexo #2, entrevista Betty Mata).

Se conocen y se han visto varios programas latinoamericanos y europeos que manejan el concepto de Fama o Drama, no obstante este programa es una franquicia ecuatoriana basada en los realities internacionales de concursos de música. Para Alfredo Adum, esto no tiene nada de malo ya que *“son patrones que ya están estandarizados, es como que quieras registrar un noticiero. Los noticieros son iguales cambian el manejo de información y ese tipo de cosas. Entonces eso es que estamos manejando como programas concursos ahora.”*

### **5.2.3 Análisis del Entorno y los Casos**

Es de carácter colectivo el conocimiento que se tiene sobre los productos masivos audiovisuales, los programas tienen siempre un target o público específico al cual dirigen su atención, obviamente no se realiza una producción si no se tiene una remuneración notoria, y los canales de televisión no pasan por alto crear un contenido que llame la atención de las mayorías.

Los programas concursos que forman parte del formato de entretenimiento se valen de variedades de características y elementos para ser efectivos, puede ser el sensacionalismo, la polémica, historias hechas, venta de pudor, etc., pero para Alfredo Adum, gerente de Producción de Tc televisión, la base

de este tipo de programas se fundamenta en que debe “ *tener originalidad, de verdad ser muy entretenido, en lo posible buscar que la gente se emocione, participe o interactúe, y buscar una buena dosis de premios*”.

La ciudad de Guayaquil compuesta por 2 millones 800 mil personas están distribuidas o clasificadas por clases sociales comprendiendo el 60,8% de la población la clase social baja, la clase social media el 32% y el 7,2% restante pertenece a la clase alta<sup>7</sup>

Como resultado observatorio es predecible que los canales de televisión apunten más a la creación de lo que “consumen las mayorías” en este caso la clase social media y baja.

*“Teniendo un concepto, sabiendo que programa y a quien va dirigido y hecho un presupuesto yo puedo determinar que horario, y en función de lo que cuesta, cuanto voy a vender o cuanto puedo vender. Para ver si al final del camino resulta atractivo o no atractivo, porque todo es un negocio. Quien determina es el público.”* (Anexo #1, entrevista Alfredo Adum)

Se da entonces la premisa de si el público no consume programas culturales y educativos, no es negocio realizar estos programas, por lo tanto resulta conveniente vender entretenimiento no asociado con la educación.

Por otro lado, una de las características de este suceso sociológico como es la preferencia de las mayorías por los programas de entretenimiento se debe a la capacidad económica y poca accesibilidad que tiene la clase baja a televisión por cable o internet en sus hogares, sumado a ciertas costumbres arraigadas de comportamiento social y de pertenencia al grupo del cual se es parte o quiere encajar.

---

<sup>7</sup> Datos obtenidos de IBOPE TIME

*“Tc es una costumbre, o sea Guayaquil ve Tc televisión, y es un target medio bajo, Tc como canal siempre llama la atención, tiene buena imagen, Tc tiene una pantalla caliente, quiere decir que cualquier cosa que ponga lo ve.”* (Anexo# 2, entrevista a Betty Mata).

Según Alfredo Adum, Director General de programación de Tc, un programa concurso debe tener originalidad y de verdad ser muy entretenido, en lo posible que la gente se emocione o participe, *“buscar que la gente participe o interactúe y buscar una buena dosis de premios”*.

Los productos con contenido “light” pero con una fuerte composición de narraciones emotivas y ficticias perseveran y dan más resultados que los productos culturales y educativos según datos de rating.

Las personas no asocian la educación con el entretenimiento, por el contrario llevan en su psiquis un modelo donde se descifra a educarse como algo aburrido que no da mayor recreación.

No obstante estos estereotipos cambian según los componentes que se manejen para el programa, un ejemplo claro que podemos destacar es el programa concurso “Quién quiere ser millonario” que maneja Ecuavisa, este programa es de cultura general donde la audiencia se entretiene y emociona a partir de la carga de suspenso que emite el programa cuando los concursantes deben acertar a las respuestas exactas para llevarse una cantidad X de dinero, sin embargo esta entreteniendo y educando, es *“un programa que maneja emoción, maneja un buen ritmo, el televidente esta atento, el conductor maneja muy bien el vínculo que se crea con el participante”*. (Anexo #2, entrevista a Betty Mata)

Según la productora de Polo Baquerizo “Quién quiere ser millonario” es un programa chévere porque se aprende, no obstante este programa según su juicio no es de entretenimiento puesto que no tiene un show que mostrar, no tiene música que la audiencia pueda disfrutar, el público no se divierte por el contrario se encuentra estático ya que solo está escuchando y no participa directamente, según su apreciación el programa para ella es más de enseñanza que de entretenimiento y diversión.

La apreciación que tiene Adum sobre las franquicias es muy distinta a las personas que no se encuentran dentro de ese entorno de producción, para él ‘Quién quiere ser millonario’ es un programa de preguntas y respuestas tradicional que se viene realizando en los últimos 50 años, pero que la persona creativa tuvo la idea de ponerle aditamentos como jugar con las luces, mantener el suspenso con la música, los efectos, la llamada telefónica; dándole forma al programa. Él para explicar este formato de franquicia hace una analogía *“Es como cuando tú te vas a una fiesta, siempre va la misma chica a la fiesta, pero a esta fiesta vas con un vestido, la próxima vas con otro, vas con un peinado, a la otra vas con otro, te pones un arete, te los cambias, me explico. Eres la misma persona pero vas presentada de diferentes maneras dependiendo de la ocasión.”*

Esto es una breve reflexión sobre los formatos de los programas, que básicamente ya están hechos y descubiertos y lo único que se cambia es el fondo y no la forma.

Entonces ¿por qué no realizar programas que tengan un fondo cultural o educativo utilizando el manejo de las emociones desde otra perspectiva?,

¿por qué basarse en los mismos parámetros de toda la vida para hacer lo mismo que se ha estado haciendo?. No se tiene nada en contra del negocio del entretenimiento porque sustenta y mantiene a muchas familias, pero ¿si comunica una cultura donde las masas interactúan, porque no mejorar de manera gratificante un programa de entretenimiento?

Ya se ha comentado sobre el contenido de los programas concursos, la influencia que causan en la audiencia y el significado que tiene, pero una constante que no se aleja de la problemática es el rating. La productora de Fama o Drama considera que el *rating* “es un referente tanto para audiencia como para comercialización, hace muchos años el rating no tenía nada que ver con comercialización, la gente pautaba sin saber si tenía audiencia o no pero les gustaba la conductora, ahora las empresas van por una agencia de publicidad, las agencias de publicidad pautan de acuerdo al rating del programa, entonces esto va presionado a que los canales de televisión tienen que hacer programas entretenidos pero que den rating, porque puede ser entretenido, puede ser un lindo programa pero si no da rating, no tienen auspiciantes, entonces el programa quiebra.”

Los horarios predilectos para transmitir programas concursos son las tardes y los fines de semana, conocidos como “doble A”; antes podía posicionarse un programa en una franja horaria “triple A” que oscila desde las 19h00 a 22:00 porque habían más series en las noche, actualmente no es muy factible porque se compite con novelas y películas de bastante presupuesto. El mercado, el marketing y la publicidad acompañan directamente a los medios de comunicación y son constantes que se toman en cuenta para

determinar que producto se hace para conseguir una audiencia cautiva y permanente.

*“En mi caso personal yo me manejo por la sensación, la sensibilidad de saber el ritmo del programa, que funciona y que no puede funcionar, no siempre es acertado pero uno tiene que probar, analizo rating diario, analizo audiencia, los picos, inclusive siempre me gusta estar en el estudio donde puedo ver el ritmo que Gabriela esta llevando y que sensación nos esta dando, me gusta hacer las clínicas del programa pero generalmente los cambios lo realiza uno como cabeza, pero ya es la mística del productor, la sensación que cada productor tiene.”* (Anexo #2, entrevista Betty Mata).

Otra variable relacionada al asunto es la concepción que tenga el productor y director del programa y los valores lleve como persona, ya que estos se reflejan en lo que produce. Si desde el punto de vista de un productor, se puede hacer entretenimiento en programas concursos mostrando una imagen digna y representativa de buen gusto sin caer en la vulgaridad debe felicitarse y reconocerse ese concepto, pero existen otras pensamientos arraigadas como “se necesita”, “es indispensable”, “vende más” mostrar una imagen de seducción e impacto, de lujuria y deseo.

Los componentes principales para Johanna Drouet, productora de “haga negocio conmigo” son la música, el baile, el dinero, la actualidad, *“pero que se vea carne, buena pierna, buen escote, pero sin ser vulgar.... ... Porque eso te da, eso es rating, guste o no guste a la gente escucharlo, eso es rating. Que se vea un buen cuerpo, una buena figura, que veas un buen baile sensual sin llegar a la vulgaridad... A la gente le encanta eso, eso*

*es lo que más le gusta ver a la gente, le encanta! “.*

Una explicación que nos da el sociólogo Marco Arteaga acerca de estos programas de entretenimiento es que normalmente se dan en nuestro tipo de sociedades debido a que de alguna manera no hay la posibilidad real de hacer una diversión que se podría llamar de sustento para la salud intelectual y física.

Menciona también que solo una clase es la que tiene esta posibilidad de diversión distinta, ya que pertenece a clubes, comunidades especiales, o a otro tipo de relaciones, esta es la clase alta y la clase media que sigue un poco sus pasos, pero los estratos populares afirma Arteaga, son los más afines con este tipo de programaciones ya que no tienen esas posibilidades distintas de entretenimiento. *“las personas que se acercan a estos programas, que los ven, que participan en ellos, son personas que de esta manera solucionan entre comillas sus aspiraciones reales de un ejercicio de relación social coherente”* (Anexo # 6, entrevista a Marco Arteaga)

Un punto importante que destaca el sociólogo con respecto al programa “Haga negocio conmigo” es que el programa no solo suple la necesidad de diversión de la clase baja, sino que esta enlazado con un problema económico y *“el problema económico lo tienen los estratos populares y los extractos medios bajos, los demás no.”*

Los comportamientos no se justifican en base a un determinante, en la sociedad existen varios componentes que determinan estos cambios como son el entorno social, político y económico del país, y esto afecta

directamente a la sociedad, en especial a la clase social baja y media baja. En varios programas se ha visto que muchas personas que van a concursar a estos programas no tienen empleo; según datos del INEC el desempleo pasó del 7,9% en diciembre del 2009 a 9,1% en marzo del 2010 en el País, y en la ciudad de Guayaquil tuvo según datos de marzo del 2010 una tasa de desempleo del 12,3% a diferencia de diciembre del año pasado que tenía un índice de desempleo del 11,7%; esto de alguna manera afecta a la sociedad que busca como escape estos programas.

#### **5.2.4 Análisis de Rating de los dos programas**

Hay factores determinantes que usan los canales de televisión para la producción y realización de sus piezas audiovisuales y como se ha mencionado anteriormente, el rating es un factor que utilizan los productores y con el cual se guían para conocer la percepción del público con respecto al programa que se está emitiendo.

Por medio de los valores del rating los productores toman decisiones importantes para el canal y el programa, como cambios en los segmentos, en los animadores, en el enfoque y hasta en los horarios. Si no es rentable en cifras de rating, el programa puede pasar a ser evaluado para luego decidir si siguen al aire o sale de la parrilla de programación.

IBOPE TIME ECUADOR es la única empresa en el país que provee el servicio de medición de audiencia de televisión el cual realiza una cobertura de, aproximadamente, el 31.4% del total país y el 48.2% de la parte urbana del país referente al VI Censo de Población y V de Vivienda de noviembre del 2001.

En este estudio se están analizando dos programas concursos, Haga negocio conmigo y Fama o Drama, que ya se trataron anteriormente, estos pertenecen a la parrilla de programación 2010 de Tc Televisión. Este canal es conocido porque su público objetivo son los estratos sociales medio y bajo.

Se quiso conocer el rating actualizado de los programas mencionados, sin embargo el canal no proporciona esos datos, e IBOPE debido a un contrato de confidencialidad de información que tiene con sus clientes, se limitó a proporcionar información del período de julio a Diciembre del año 2008.

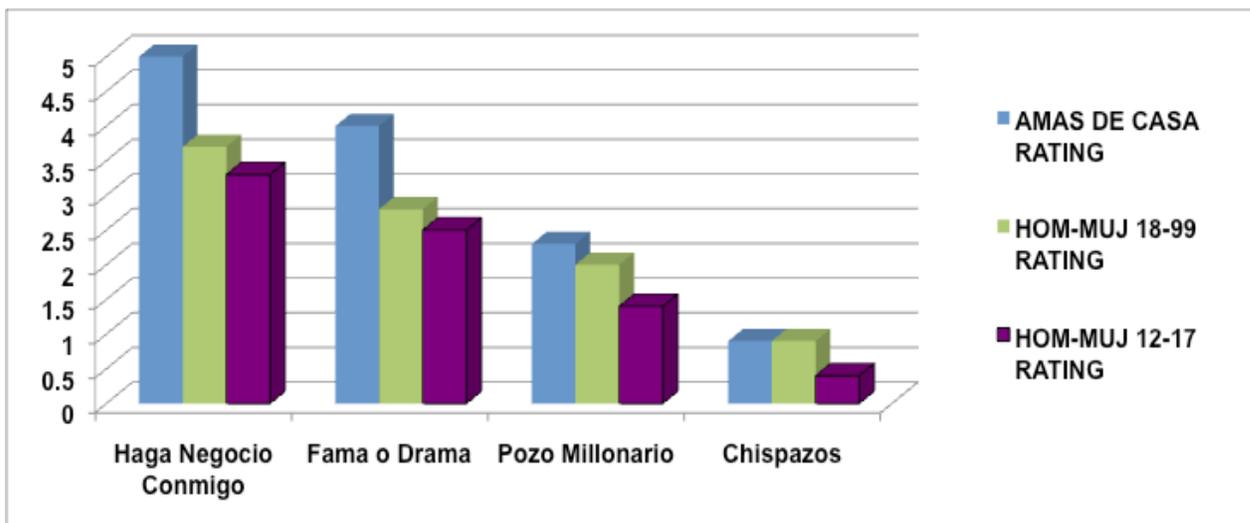
En el documento se tiene información de un ranking de programas del género “Concurso/Entretenimiento” de la región Guayaquil con el rating y los miles de tres target que son: Amas de Casa, Personas que comprende hombres y mujeres de 18 – 99 años y Adolescentes que enmarca las edades de 12 a 17 años.

En el período citado antes se enlistaron en el género concurso/entretenimiento 89 programas, de los cuales solo 4 se enmarcaban dentro del formato concurso, los restantes se dividían en magazines, concursos de belleza y reality shows.

Los programas seleccionados fueron: Pozo Millonario, Chispazos, Haga Negocio Conmigo y Fama o Drama. De los tres tipos de target, el de amas de casa tuvieron cifras más elevadas en los cuatro programas, sin embargo Haga Negocio conmigo superó a los demás con un rating promedio (del período de meses dado) de 5 puntos, seguido por Fama o Drama con 4 puntos; 2,3 puntos sacó el Pozo Millonario y Chispazos obtuvo 0,9 puntos, como se muestra en el siguiente gráfico # 1.

GRÁFICO 1

Rating de los 4 programas por los 3 tipos de target

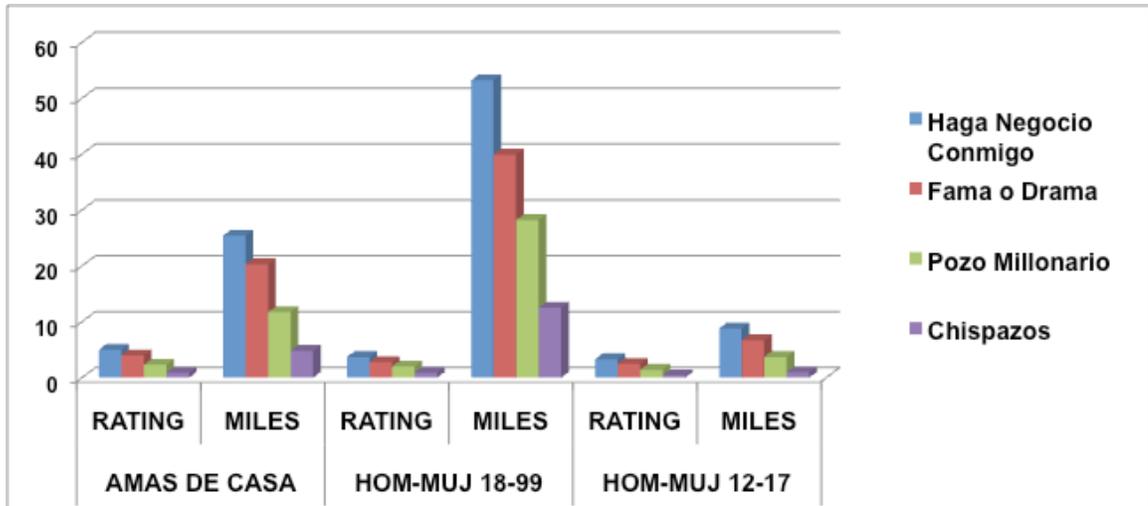


Fuente: IBOPE

Elaboración: Propia

Por otro lado la información recibida de IBOPE contenía datos en miles de cuantas personas vieron el programa de los tres públicos objetivos y Haga Negocio conmigo llevo la delantera en el target de personas como se puede apreciar a continuación en el gráfico #2

**GRÁFICO 2**  
**Público objetivo de los 4 programas por rating y miles**



Fuente: IBOPE

Elaboración: Propia

### 5.3 MARCO CONCEPTUAL

#### 5.3.1 Una cultura Mediática

La cultura es el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. La cultura es el conjunto de los aspectos intelectuales

relacionados a una civilización, el conjunto de las formas adquiridas de actitudes sociales, de costumbres, en las sociedades humanas.

Se entiende por cultura mediática a la red de relaciones construidas a través de los medios de comunicación y de las TIC: Tecnologías de Información y Comunicación, característicamente los medios masivos.

Los medios de comunicación y sobre todo los medios audiovisuales de nuestra cultura, son sin duda el material primordial de los procesos de comunicación. Vivimos en su entorno y la mayoría de nuestros estímulos simbólicos proceden de ellos.

Se han reinventado los formatos y modelos de comunicación a través de las invenciones de nuevos aparatos tecnológicos. Los seres humanos se encuentran inmersos en la era de la tecnología, sin embargo todas las personas no tienen acceso por motivos económicos a la era virtual, sin embargo se puede apreciar de la tecnología que la difusión es más rápida y los costos de los productos audiovisuales, ya sean videos hechos por creativos o fanáticos, etc., pueden variar y ser en algunos casos mínimos

Los seres humanos forman parte de una cultura donde prevalecen los medios masivos, estos brindan al espectador una variedad de significados colectivos donde reflejan la naturaleza del individual o al menos intentan llegar a crear algo que en su interior quisieran saborear.

Las culturas mediáticas generalizan en la sociedad un gusto. Una sensación individual de placer, un procedimiento colectivo, que expresa una sensación de pertenecer a algo y de compartirlo con otros.

Este intento de los medios de comunicación por llegar a brindar algún tipo de un entretenimiento no es mera casualidad, resulta que el trasfondo de esta peculiaridad social y masiva es promovida por productores a causa de la retribución monetaria que simboliza realizar materiales audiovisuales de consumo masivo que abren directamente mercados “masivos”.

Esa es la lógica del mercado para ser creativos al momento de contar historias de las cuales el público es parte activa ya sea como espectador o como actor principal de la trama, las personas buscan dentro de su vida peculiar y normal dar un sentido dramático, siempre y cuando esto llene sus expectativas y satisfacciones.

Se es parte de una cultura mediática donde la televisión ha triunfado como medio más popular y además como narrador central porque de alguna manera permite entrar en su mundo, en su magia, en su universo desconocido, que diariamente da una muestra de lo que se puede descubrir con él, y con el cual se puede volver a ser niño, a ser joven, a ser anciano, a ser quién siempre quisiste ser, te permite soñar e ir más allá de lo que se tiene en la realidad.

Da temas de conversación para con tus grupos sociales y familiares, hace que resaltes con el conocimiento que adquieres a través de ellos y que se venden como realidad, gracias a los cuales puedes sentir el placer de estar actualizado.

Además tiene la cualidad de enamorar al televidente quienes cautivados se dejan llevar durante horas por el sinnúmero de significantes que le ofrece, así los espectadores se dejan guiar por el sentimiento y consecuentemente da

como resultado la estática mental de asimilar contenidos y no de procesarlos, lo cual contribuye a acrecentar la industria.

“Las culturas mediáticas nos proponen vivir la vida como una película, en la cual cada uno puede o debe ser la estrella porque supuestamente el entretenimiento es el propósito de la vida, la felicidad del sujeto.”<sup>8</sup>

Según Omar Rendón autor de Narrativas mediáticas, valga la redundancia, las culturas mediáticas se caracterizan por:

1. Construir rituales
2. Prometer expresión social
3. Abrir el significar a nuevos modos sociales.

Se refiere a construir rituales porque los medios de comunicación logran plasmar una experiencia cotidiana, de arraigo profundo, en forma de celebración, de juego, de ceremonia.

Habla de expresión social porque se dan a través de las prácticas informativas (periodismo), prácticas de seducción (publicidad y moda), prácticas de compañía (radio), prácticas de encantamiento (televisión y cine), prácticas de memoria y experimentación (videos) y prácticas de conexión (internet).

Y significa nuevos modos sociales porque abre las perspectivas a nuevos gustos y sensibilidades.

### **5.3.2 Entretenimiento**

---

<sup>8</sup> Extraído del texto Narrativas Mediáticas de Omar Rincón

Se puede definir como entretenimiento a un conjunto de actividades destinadas a dar placer o relajación a la gente, una diversión que lleva la intención de captar y fijar la atención de las personas participantes y de una audiencia.

“El entretenimiento se define como aquello que divierte, pero también significa una forma de servilismo, de apoyo al otro, una manera de tratar, un estilo de discutir, interactuar expresarse y convivir (Gabler, 2000: 18)<sup>9</sup>

El entretenimiento se lo relaciona con el ocio, el tiempo libre, “un momento para relajarse y entretenerse” que se da cuando no tienes “nada que hacer” es decir en momentos de aburrimiento.

El entretenimiento va ligado a la diversión, al goce y al disfrute de emociones placenteras para el cuerpo, donde la mente se relaja del tedio cotidiano y donde el público busca entretenerse para desconectarse por momentos del mundo real, del estrés laboral y de tantas obligaciones y responsabilidades que tiene en su vida cotidiana.

Veamos varios sinónimos de entretenimiento: pasatiempo, recreo, esparcimiento, recreación, fiesta, desahogo, deleite, amenidad, alegría, regocijo.

La risa es un componente esencial que busca la audiencia cuando quiere “distraerse”, reírse de las locuras que realizan los participantes, estos concursan con el motivo de ganar los premios que ofrece el programa, puede

---

<sup>9</sup> Extraído del libro Narrativas Audiovisuales, Autor: Omar Rincón, pág. 43

reflejarse como segundo motivo el buscar salir del anonimato por unos minutos y conseguir ser visto en televisión.

La audiencia que tiene como esencia valerse de la burla para reírse de los demás, e inconscientemente busca esto en los programas de entretenimiento, donde es normal hacer mención a algún aspecto físico; lo que sirve mucho también para cautivar la audiencia son las bromas en doble sentido.

En la edad media y comienzos de la moderna los bufones tenían como oficio entretener al rey, estas personas normalmente tenían algún defecto físico y para no ser enviados a matar por la realeza debido a sus incapacidades, se dieron la tarea de hacer reír con actos que llamaban la atención y chistes que mayoritariamente se enfocaban en sus defectos.

Actualmente la industria que proporciona entretenimiento es bien llamada “la industria del entretenimiento” que es el conjunto de empresas e instituciones cuya principal actividad económica es la producción de servicios y productos que se consumen durante el ocio.

“La lógica del entretenimiento es la estrategia narrativa preferida para producir seducción, conformidad, afectos, y saberes”<sup>10</sup>

### **5.3.3 Formatos de Entretenimiento**

Los programas de entretenimiento predominan en las parrillas de programación actuales junto con los programas de información relegando

---

<sup>10</sup> Narrativas Audiovisuales, Autor: Omar Rincón pág. 43.

sino es dando horarios marginales a los educativos. Entre las clasificaciones para el formato de entretenimiento tenemos:

- **Magazines:** que engloba géneros diversos y sirve como formato contenedor.
- **Galas:** con actuaciones musicales, de humor, etc.
- **Concursos:** programas en el que una persona o un grupo de personas compiten entre sí para conseguir el mayor un número de puntos o pruebas superadas y así ser el ganador. Estos programas siempre tienen premios.
- **Talk-shows:** son programas de entrevistas a personas corrientes en los que se cuentan experiencias personales. Normalmente los temas de los que se hablan son problemas familiares, sociales o simplemente que traten sobre los sentimientos de esas personas
- **Reality-shows:** género muy popular en los últimos años. El ejemplo paradigmático Gran Hermano. Hay distintas variedades y suele incluir algún tipo de concurso: de famosos, de convivencia, de méritos, etc.

#### **5.3.4 El rating como determinante de un programa**

El rating mide lo que la gente prefiere de lo que le ofrecen, más no lo que quieren. El rating es un valor estadístico que indica el porcentaje de hogares

o de televidentes con la TV encendida en un canal, programa, día y hora específicos, en relación al total de hogares o televidentes considerados.

Según la definición de IBOPE TIME ECUADOR rating es el porcentaje de personas u hogares que vieron un canal de televisión en un tiempo determinado.

A partir del rating, una parte de la programación puede modificarse y hasta la multimillonaria inversión publicitaria varía sus apuestas. Por sus implicancias, estos valores se han constituido en un tema común para todos los partícipes de la [industria](#) televisiva, entre ellos las agencias de publicidad, que buscan en las mediciones de audiencia un buen aliado para sus estrategias de [comercialización](#).

En principio hay que saber que hay dos ratings: el rating- hogares, que mide cuantos hogares están viendo determinado programa o canal; y el rating personas, que mide cuantas personas lo están mirando en ese determinado momento.

Los tipos de [programas](#) que no requieren de ningún tipo de [pensamiento](#) extra, por parte del espectador, son los más exitosos. Ahí el rating es un factor determinante con el cual se puede comprobar la [teoría](#) de que los contenidos empiezan a deteriorarse con la influencia del rating.

### **5.3.5 Teoría de los Usos y Gratificaciones**

Esta teoría se consolidó en la década de los 60 gracias a las investigaciones de Elihu Katz, Jay G. Blumer y Michael Gurevitch quienes en sus estudios destacaron su interés no en los medios de comunicación masivos, por el contrario intuyeron y se cuestionaron las reacciones de los individuos como audiencia frente a determinados mensajes.

Se debe resaltar en contexto que durante los primeros años del siglo XX, los estudios sobre las teorías de comunicación proliferaban desde una perspectiva conductista, en la cual se terminaba que las reacciones de los individuos son predecibles frente a determinados estímulos ya que se concebía a la sociedad como homogénea, aislada y pasiva

Si bien es cierto la sociedad tiene parámetros de conducta moral y ética a seguir como conjunto, sin embargo como seres individuales se relacionan entre sí y mantienen diferencias, formando una sociedad heterogénea y activa.

Lo mencionado anteriormente provocó que los teóricos no centraran la atención de su estudio en lo que los medios de comunicación masiva influían en la sociedad a través de sus mensajes, por el contrario volcaron su interés en lo que hacía la audiencia con los medios tratando de identificar las necesidades del público.

El principio por el cual se rige esta teoría es el siguiente:

*“Cuestiona la relación directa entre estímulo y respuesta, atendiendo al hecho de que cada uno de los destinatarios de un mismo mensaje, viene precedido por un contexto el cuál condiciona el efecto de dicho mensaje. Por tanto, no son solo los estímulos los que ponen en marcha el proceso comunicativo, sino los propios receptores al elegir el contenido e*

*interpretarlo. Los estímulos generan unos efectos tan sólo si el individuo quiere responder a ellos."*<sup>11</sup>

De esto podemos decir que las personas como seres humanos responden a estímulos, pero las respuestas a estos estímulos están condicionados por variables como los valores, intereses, experiencias, costumbres, que se crean y desprenden dentro del marco socioeconómico. Dando pie a que el individuo seleccione a qué responder de acuerdo a las gratificaciones que obtenga.

### **5.3.6 Necesidades del Público**

Los receptores al momento de consumir mensajes audiovisuales buscan (según los estudios de Katz, Gurevitch y Hass a principios de los 70) satisfacer cinco tipos de necesidades:

- **Necesidades Cognitivas:** el deseo de informarse y reforzar el conocimiento.
- **Necesidades afectivas – estéticas:** vinculadas con el refuerzo de experiencias de emoción y placer.
- **Necesidad de Integración a nivel personal:** se refiere a la tranquilidad, incremento de credibilidad y de status.
- **Necesidad de Integración a nivel social:** busca el refuerzo de las relaciones interpersonales, con la familia y con los grupos que interactúa.
- **Necesidades de evasión:** vinculado con la disminución de tensiones y conflictos a través de la diversión y el entretenimiento.

---

<sup>11</sup> Fuente: Wikipedia

## **6. METODOLOGÍA PROPUESTA**

### **6.1 Tipo de Investigación y Enfoque**

El tipo de investigación que se va a realizar en el presente trabajo de titulación va a ser de tipo documental porque se analizará la información que se recabe a través de textos, recortes, estadísticas y estudios. De tipo explicativa porque pretende dar razones de porqué este tipo de programas funcionan dentro de nuestra sociedad. De tipo descriptiva porque se realizará un análisis de los programas concursos, haciendo referencia a los atributos y cualidades y de tipo propositiva porque se pretende dar una propuesta diferente enfocada a mejorar los programas concursos añadiéndole elementos culturales fomentando así la televisión positiva.

Esta investigación parte de un enfoque cuali-cuantitativo porque se realiza la recolección de datos mediante entrevistas a expertos.

### **6.2 Técnicas e Instrumentos de Investigación**

Dentro de los instrumentos y técnicas primarias de investigación se realizó la entrevista estandarizada, estructurada, formalizada y focalizada a:

- Alfredo Adum, Gerente de Producción de Tc Televisión
- Betty Mata, Productora de Fama o Drama
- Jean Paúl Prellwitz, Gerente Nacional de Producción y ex-productor de Fama o Drama.
- Johanna Drouet, Productora de Haga Negocio Conmigo y Simplemente Mariella

- Gabriel Buenaño, Editor de Haga Negocio Conmigo.
- Walter Salcedo, Historiador

El tipo de fuente que se uso es de carácter primario ya que cada una de las personas están relacionadas con los programas aludidos y secundarias porque se reviso libros de apoyo sobre programas de entretenimiento, televisión y cultura mediática, además de información en internet sobre principios y teorías relacionadas al tema.

Se realizaron encuestas de carácter objetivo con preguntas cerradas, para la selección de la muestra se uso como método probabilístico el muestreo aleatorio simple a personas que ven televisión, con el fin de obtener información sobre qué programas de los que se enlistaron son más agradables según su gusto, por qué lo prefieren, y que buscan en estos prototipos de emisiones televisivas y además si aceptarían el nuevo formato de programa con un toque educativo.

Las técnicas de observación que se utilizaron fueron la observación indirecta en base a grabaciones, videos, informes; estructurada debido al uso de cuadros y tablas; y observación de laboratorio para observar el comportamiento de los individuos con respecto a los programas que tratados: Fama o Drama y Haga Negocio Conmigo.

También se realizó un grupo focal a 15 personas escogidas aleatoriamente de un rango de edades entre 15 a 50 años, para ver expresiones, determinar pensamientos y puntos de vista sobre los programas.

## 6.3 Población y Muestra

### 6.3.1 Población

La población objeto de investigación esta constituida por personas que gustan de programas de entretenimiento, situados en la ciudad de Guayaquil. Los datos de los habitantes de la ciudad se los ha tomado de la proyección de la población ecuatoriana para el 2010 realizo por el INEC a partir del VI Censo de Población y Viviendo del 2001.

### 6.3.2 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizara la siguiente fórmula estadística para determinar el valor de una población infinita:

$$n = \frac{N}{\sqrt{(E)^2 (N-1) + 1}}$$

Donde:

n = muestra

N = población = 2.306.479

E = 0,05

Reemplazo:

$$n = \frac{2.306.479}{\sqrt{(0.05)^2 (2.306.479-1) + 1}}$$

$$n = \frac{2.306.479}{(0,0025) (5766,1975)}$$

n = 400

El tamaño de la muestra dio un resultado de 400, por tal motivo se encuestarán en total 400 personas.

#### **6.4 Idea a defender o Hipótesis**

Hipótesis: Si los programas concursos tuvieran elementos culturales y educativos entonces se elevaría el nivel de difusión y aprendizaje de los televidentes

Variable Independiente: Elementos culturales y educativos en los programas concursos (causa).

Variable Dependiente: Elevación del nivel de difusión y aprendizaje (efecto)

#### **6.5 Análisis de Información**

En la investigación se hará un análisis descriptivo porque se analizará cada pregunta del cuestionario en relación a la operatividad de las variables independiente y dependiente que se presentarán mediante gráficos de pasteles y análisis descriptivo de cada pregunta. Al mismo tiempo presentaremos las entrevistas a través de un cuadro temático donde se

adjuntaran comentarios sobre cada uno de los temas de la misma. Lo que permitirá presentar una propuesta de alternativas de solución al problema.

### 6.5.1 Tabulación de Datos

**Resultados de la Encuesta realizada aleatoriamente a 400 personas de la ciudad de Guayaquil.**

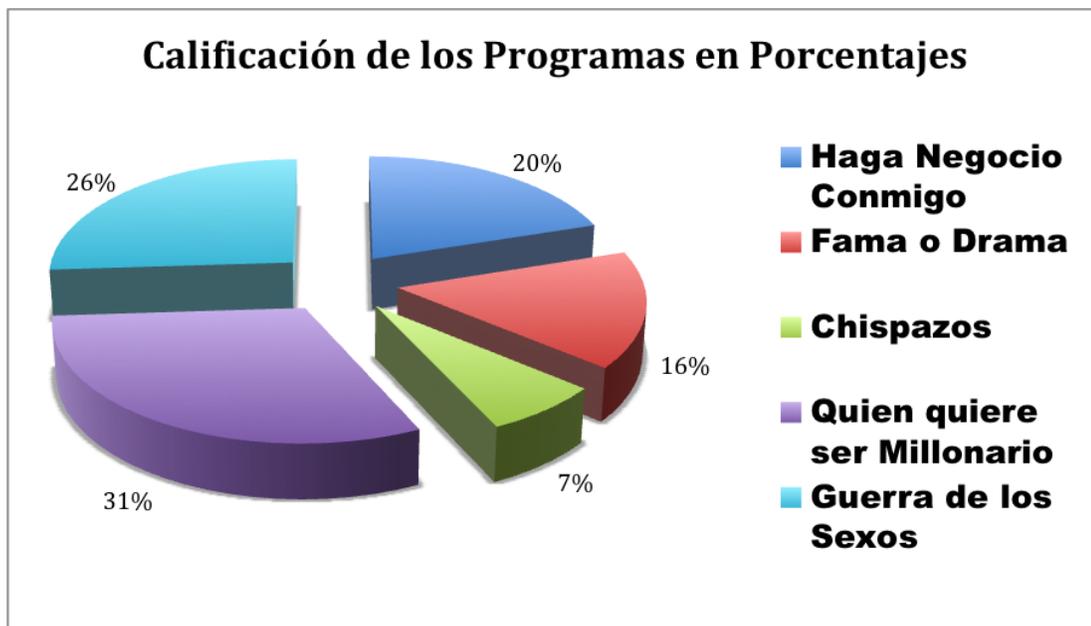
1.- ¿Le gustan los programas Concursos?



En la encuesta realizada a 400 personas, 260 correspondientes al 65% respondieron que sí gustan de los programas concursos, las 140 restantes afirmaron que no les gusta estos programas.

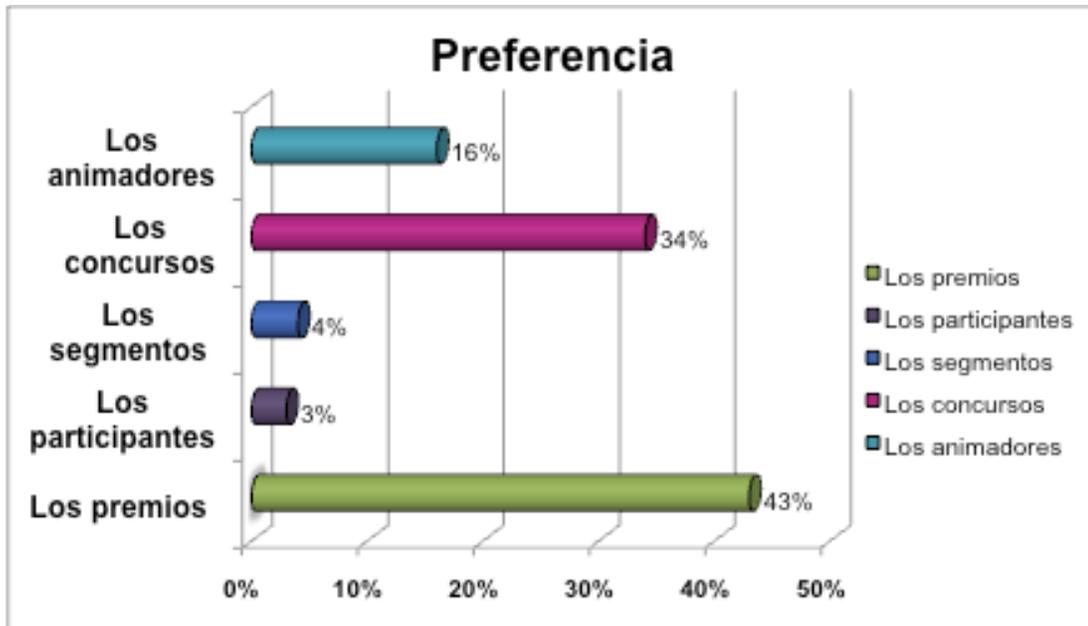
Se observó que el 35% de los encuestados a pesar de no gustarles los programas concursos sí los habían visto y conocían de ellos.

2.- Califique del 1 al 5 los programas enlistados. Siendo 1 Muy Bueno, 2 Bueno, 3 Regular, 4 Malo y 5 Pésimo.



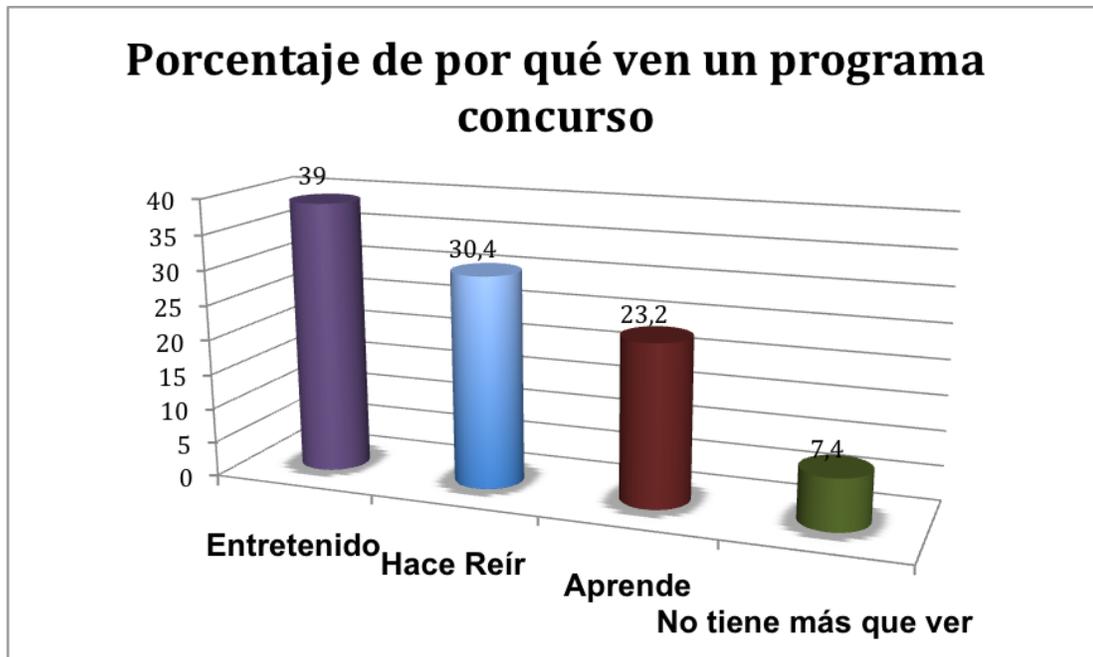
El programa que obtuvo mejor calificación fue "Quién quiere ser millonario", seguido de Guerra de los sexos con un 26%, un 20% para Haga Negocio Conmigo, Fama o Drama tuvo una calificación del 16%, y la evaluación más baja la tuvo Chispazos con un 16 % de preferencia.

### 3.- ¿Qué es lo que mas le llama la atención de un programa concurso?



A través de las encuestas realizadas obtuvimos resultados que al 43% le llama la atención los premios que brinda el programa, Un 34% se mostró apatible con los concursos, un 16% calificó que los animadores les llaman la atención y muy pocos mencionaron los segmentos y participantes.

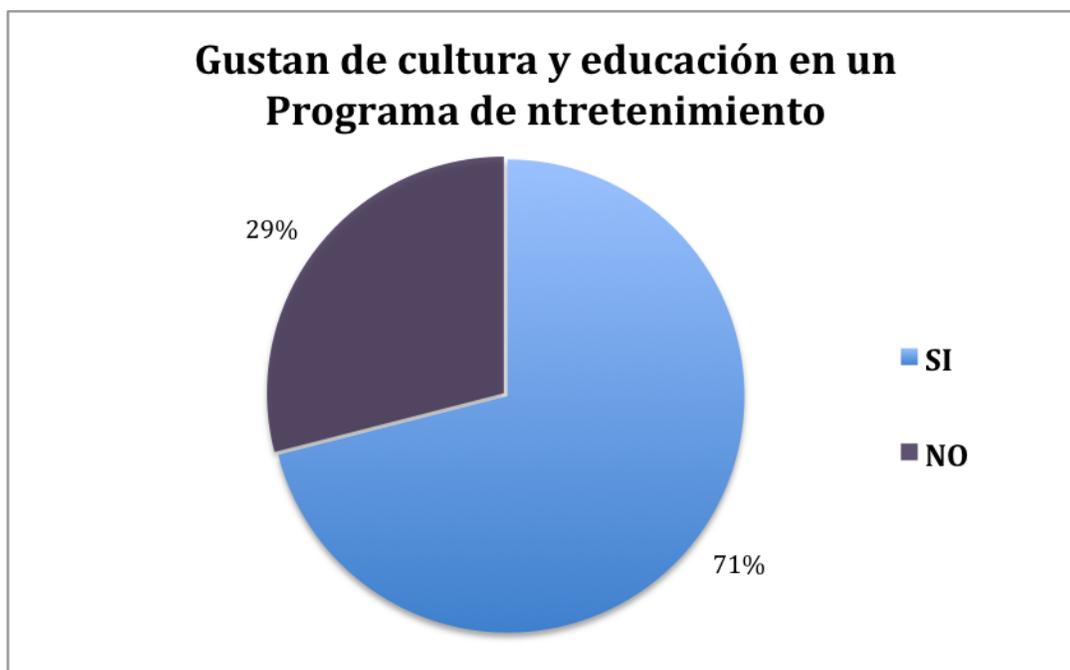
#### 4.- ¿Por qué le gusta ver los programas concursos?



Con las encuestas se quiso determinar por qué las personas ven estos programas concursos y un 23,2% contestó porque aprende, sin embargo muchos de los que afirmaban ver un programa concurso “porque aprende” calificaba como regular o bueno a “Quien quiere ser millonario” y preferían más Guerra de los Sexos y Haga Negocio Conmigo, la respuesta de este suceso es que ellos aprenden con mas dinámica porque les parece bueno “Quien quiere ser millonario” pero el animador es muy aburrido.

El 39% contestó que ven programas concursos porque es entretenido, y con muy poca diferencia se ubicó en segundo lugar el hecho de que los hace reír con un 30,4%.

**5.- ¿Le gustaría que los programas de entretenimiento también tengan cultura y eduquen?**



Al realizar la pregunta de si les gustaría que los programas de entretenimiento eduquen y tengan un fondo cultural el 71% de los encuestados contestó que sí les gustaría que eduquen y tengan cultura y el 29% contestó que no les gustaría.

**6.5.2 Conclusiones del FOCUS GROUP**

Se realizó un Focus Group a 15 personas en las instalaciones de la UEES, específicamente en la sala Gesell, las personas que colaboraron para el estudio eran estudiantes de la universidad, trabajadores y personas desconocidas tomando el bus que cumplían con los requisitos de estar en un rango de edades entre 15 a 45 años.

**PARTICIPANTES:**

Vicente Solano  
Enrique Zapata  
Teobaldo Peña  
Eduarda Figueroa  
Jonathan Villavicencio  
Cristina Silva  
Marlon Baca  
Luisa Lindao  
Ángel Romero  
Carlos Pazmiño  
Guillermo González  
Andrés Toala  
Cinthia Chica  
Mayra León  
Jonathan Vera

En el focus group se quiso descubrir la percepción que tiene la audiencia con respecto a los programas Haga Negocio Conmigo y Fama o Drama. El mismo se efectuó poniendo un video de cada programa por un lapso de 20 minutos. A continuación los comentarios:

**HAGA NEGOCIO CONMIGO**

“El programa es familiar pero a veces se pasa porque hay niños y el trata de mofarse, aunque cause risa”.

Afirmaron que no les gustaría que se burlen de ellos (as) o que les hagan el tipo de bromas que hace Polo, pero la gente que participa se atiene porque sabe como es el y lo conocen.

Piensan que hay partes del programa donde el conductor es humanitario porque ayuda a mucha gente.

Cuando vieron el programa de Polo y luego se les pregunto si sería bueno que el enseñe o eduque en su programa, la mayoría coincidió que Polo es un programa de entretenimiento, es decir que no lo asocian con un programa educativo porque cambiaría todo lo que significa él.

La mayoría coincidió que les gusta la animación de Polo, los chistes y bromas que hace, además de la comunicación que logra con el televidente, pero están concientes que es un programa fuerte por sus bromas de doble sentido.

Afirmaron que las personas que participan en el programa están ahí porque en realidad necesitan, por eso lloran cuando ganan.

Comentaron que este programa esta hecho para la clase media y baja porque se fijan en las necesidades de las personas.

Algunas mujeres comentaron que en su niñez vieron Polo Baquerizo y que es como una tradición ese programa porque ya tiene muchos años en la televisión, aunque dicen es muy morboso.

## FAMA O DRAMA

Comentaron que Fama o Drama es un programa divertido y con música, eso les gusta.

A una parte del grupo no le agrada mucho del programa la base del reality que tiene ahora, porque es según sus palabras “puro chisme”; a la otra parte

les gusta del reality, que pueden ver la manera en que viven fuera de su casa y como se comportan aunque a veces “se pasan”.

Hicieron énfasis que lo rescatable del programa es la preparación que le hacen a los chicos para que canten, que aunque no sean artistas, por lo menos le dan clases de canto y todo lo que envuelve ese ámbito.

Creen que Gabriela Pazmiño es una buena conductora, muy alegre y chistosa, sin embargo a los hombres no les agradan los comentarios que ella hacia en referencia a la familia e los hijos, o que a veces habla mucho de los “chismes” del reality.

A los hombres del grupo les gusta más las participaciones de los chicos que el reality y la conducción, por eso muchas veces no ven el programa.

A las mujeres les llamo mucho la atención los vestuarios que les dan a los participantes y les causa risa los shows que hace Gabriela.

Dijeron que el programa busca mucho hacer “pito”, como dice la animadora, porque se ve que arman las historias y quieren a veces hacer quedar mal a los chicos.

Las mujeres opinaron que les gusta la introducción que hacen los bailarines y que no les gusta cuando se demoran mucho en contar la trama de un “Pito”

## CONCLUSIÓN DE LOS DOS PROGRAMAS

Como conclusión de los dos programas, las personas se mostraron más abiertas al programa de Polo Baquerizo porque los hace reír más, las mujeres que en un inicio se mostraron apáticas terminaron riéndose de las bromas de Polo.

Fama o Drama en cambio tiene buenos elementos como la escenografía, el baile, la música, los colores, sin embargo a los hombres no les atrapo la trama de los “Pitos” que dijeron “son para armar una novela y poder vender.” A las mujeres les gusta ver los comentarios que hacen entre los participantes y las canciones que se dedican y cantan, pero sobre todo las “locuras y ocurrencias” de la animadora.

### 6.5.3 Cuadro Temático

| TEMA       | Entrevistador 1<br>Nombre: Betty Mata,<br>Directora de Fama o<br>Drama  | Entrevistador 2<br>Nombre: Jean Paúl<br>Prellwitz, Gte. Nac.<br>Prod. Canal UNO  | Comentario<br>Personal   |
|------------|---|--|--|
| RATING     | “...Yo creo que el rating es un referente tanto para audiencia como para comercialización...<br>...ahora las empresas van por una agencia de publicidad, las que pautan de acuerdo al rating..., esto va presionado a que los canales de televisión tienen que hacer programas entretenidos pero que den rating...” | “...El rating disminuye las facultades de un programa de ser mas educativo total, eso es cierto. Pero hay esta la controversia que se quiere hacer un programa educativo o queremos hacer rating...” | “El rating es un factor fundamental que toman en cuenta medios televisivos, productores y directores, es una guía económica de las ganancias del programa” |
| Producción | “...yo me siento y creo   | “... yo siento que al  | No solo es la  |

|                                    |  |  |   |
|------------------------------------|--|--|---|
| <p>n de Emociones</p>              | <p>la historia y digo ahora lo vamos a hacer así, lo vamos a enfocar así, le vamos a poner esta música, tanto tiempo, esta historia va a durar tres días o va a durar una semana y los vamos a llevar a comer, armamos toda una producción en base a la historia del reality que se esta dando...”</p> | <p>prender el televisor me están permitiendo jugar con sus emociones, como que me están autorizando... ..ya todo es cuestión de aprendizaje y de producción que uno viene haciendo para armar las cosas y vas agarrando por semana dos o tres muchachos y te das cuenta quien está bajo en la aceptación del publico y le das a el refuerzo, y vas rotándolos...</p> | <p>producción del programa, sino la producción de las historias que se muestran, es como una especie de sensacionalismo</p> |
| <p>Televisión /Entretenimiento</p> | <p>“... Hay diez mil formas de hacer entretenimiento, siempre he pensado que el televidente ecuatoriano siempre busca entretenimiento y</p>  | <p>“... hay gente que usa la televisión para educar, por eso te digo para mi hacer televisión es entretener, para Jean Paúl hacer</p>  | <p>Los conceptos acerca de entretenimiento son variados y los estilos muy propios de los</p>                                |

|  |  |  |                           |
|--|--|--|---------------------------|
|  | entretenimiento diferente, tenemos audiencia siempre marcada como Polo Baquerizo que lleva como 40 años y es el mismo programa, o sea el tiene su target, tiene su teleaudiencia, pero la gente si busca entretenimiento...” | televisión es que el publico vea, prenda el televisor y que sienta que sus sueños se están haciendo realidad en la pantalla,... .. Yo soy un productor de shows” | productores y directores. |
|--|--|--|---------------------------|

## 7 Cronograma de Actividades

| TIEMPO<br>(meses – semanas)<br>ACTIVIDADES      | MAYO |   |  |   | JUNIO |   |   |   |
|---|------|---|--|---|-------|---|---|---|
|   |      |   |  | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 |
| 1. Diseño del proyecto                          |      |   |  | X |       |   |   | X |
| 2. Elaboración de instrumentos de investigación |      | X |  |   |       |   |   |   |
| 3. Aplicación de instrumentos de investigación. |      |   |  |   | X     |   |   |   |
| 4. Procesamiento de datos.                      |      |   |  |   |       |   |   | X |
| 5. Análisis de                                  |      |   |  |   | X     |   |   |   |

|   |   |  |  |  |   |  |   |   |
|---|---|--|--|--|---|--|---|---|
| resultados.   |   |  |  |  |   |  |   |   |
| 6. Investigación bibliográfica.                         | X |  |  |  | X |  |   |   |
| 7. Elaboración de borrador de informe de investigación. |   |  |  |  |   |  | X |   |
| 8. Elaboración de conclusiones                          |   |  |  |  |   |  | X |   |
| 9. Elaboración de Recomendaciones                       |   |  |  |  | X |  |   |   |
| 10. Revisión del texto por especialista.                |   |  |  |  |   |  |   | X |
| 11. Anillado  |   |  |  |  |   |  |   | X |

## 8 Presupuesto

| RUBRO                   | UNIDAD         | Nº UNIDADES | VALOR UNIDAD | VALOR TOTAL |
|-------------------------|----------------|-------------|--------------|-------------|
| Seminario de Graduación |                | 1           | \$1,350      | \$ 1.350,00 |
| Insumos de oficina      | Caja de clips, | 5           | \$ 0.80      | \$ 4,00     |
|                         | Computadora    | 1           | \$ 1,500     | \$ 1.500,00 |
| Copias                  | Hojas          | 200         | \$ 0.05      | \$ 10,00    |
| Papelería               | Resma          | 3           | \$ 5.00      | \$ 15,00    |
| Viáticos                |                |             | \$ 100,00    | \$ 100,00   |
| Movilización            |                |             | \$ 200,00    | \$ 200,00   |
| Imprevistos             |                |             | \$120,00     | \$ 120,00   |
| TOTAL                   |                |             |              | \$ 3.299,00 |

## 9. PROPUESTA

La propuesta que se quiere presentar no es con el fin de cambiar en su totalidad el concepto de los programas concursos de entretenimiento, sino con el afán de presentar una opción diferente en el contenido de los programas “concursos” que entretienen a la ciudadanía guayaquileña.

Para lo siguiente presentaremos primero los elementos que utilizan los programas concursos para captar audiencia, y las conclusiones que se han sacado en base a lo que los productores piensan que debe tener un programa concurso.

## ELEMENTOS

- Dive  
rsión
- Músi  
ca
- Luce  
s
- Aleg  
ría
- Hac  
er  
reír
- Baile
- Dine  
ro
- Imag  
en
- Boni  
tos  
atue  
ndos
- Sen  
suali  
dad
- Most  
rar  
“car  
ne”

## Algunas Conclusiones

- Los productores asocian el entretenimiento con show
- El programa debe ser una fiesta con mucha diversión
- Emoción constante y no aburrimiento.
- Buenos movimientos de cámara.
- El contenido debe ser atrayente.
- Tener rating.
- Participación del público

Ahora se quiere definir la palabra “cultura” asociada a un programa concurso para así poder enmarcarla en el concepto de lo que sería el programa.

La cultura en primera instancia es dinámica porque se basa en procesos que cambian con el tiempo y se adaptan a nuevos factores. Cultura no es tan solo leer una gran cantidad de libros como se cree, o entender un tema a profundidad; la cultura también envuelve cambios económicos, políticos y sociales. Por otro lado refleja las raíces, costumbres, hechos históricos, formas de pensamiento y de acción.

Obviamente no se tratarían todas las perspectivas de lo que es cultura, sin embargo se puede manejar un programa concurso cultural con las siguientes ideas:

- Preguntas curiosas sobre tradiciones gastronómicas.
- Enlistar lugares turísticos
- Concursos de memoria y retentiva como “buscar la imagen de la pareja” donde hayan imágenes de personajes famosos del entorno, donde el conductor mencione a la audiencia, al momento de descubrir la figura, una frase representativa por la cual es conocido el personaje.

- Ejemplo: aparece Abdalá Bucaram, el conductor hace una breve reflexión... *presidente del Ecuador; frase: Un solo toque.*

Se puede jugar con la misma gama de concursos actuales pero dándoles un valor agregado de información en algunos de los segmentos, en claquetas, menciones por parte del animador, y videos interactivos asociados con los anunciantes.

A esto se le agrega el juego de la emocionalidad utilizando aditamentos como la tensión que influye bastante en el espectador y el participante, condiciones de tiempo, rapidez y velocidad, presión, música de fondo, temor o expectativa, juego de luces, tiros de cámara.

Eso por el lado cultural, que de alguna forma educa, no obstante se puede realizar un programa educativo sin ser cultural.

Se piensa que esto se puede realizar en un programa normal de entretenimiento/concurso, pero este se diferenciaría porque su insignia sería:

- Dar consejos en valores al finalizar el segmento, es decir cada segmento lleva consigo un valor o cualidad que el concursante ganador se hace acreedor ya sea por esfuerzo de pasar la prueba, de retentiva al cantar una canción, de perseverancia al no rendirse, etc.
- Se puede optar por dar pequeños consejos útiles para el hogar como que productos caseros utilizar para las manchas, lugares de preferencia para guardar los alimentos, o tips para ayudar de manera fácil y real a mantener el medio ambiente.
- Entre cortes comerciales se pueden poner preguntas con múltiples opciones, tanto de conocimiento general, de animales raros, datos curiosos, preguntas relacionadas con la trayectoria y programas del canal, etc.

Se toma la frase que la productora de Fama o Drama dijo en entrevista “el agua caliente ya se ha descubierto” para hacer una acotación que en estos programas no hay nada nuevo, simplemente se ha ido mas allá de una visión banal que no encuentra otra perspectiva que realizar entretenimiento en base al morbo social, con esta propuesta se quiere depositar ideas en la mente para creer que se pueden lograr buenos programas, trabajar con el mismo formato pero con otro nivel de creatividad, y se quiere dar a conocer que existe otra opción para entretener dando algún mensaje productivo.

Por obvias razones no se han hecho estudios de que esta propuesta atraería una audiencia significativa, pero se cree que juntando buenos elementos, y por sobretodo que los productores en algún momento se arriesguen a hacer algo “distinto” en contenido con la misma forma.

En el siguiente cuadro se quiere dar ciertas ideas que pueden servir para disminuir comentarios ofensivos en forma de burla que se les hacen a los participantes y que por otro lado son repetitivos porque producen adeptos.

| <b>Haga Negocio<br/>Conmigo</b>  | <b>Sugerencia</b>   | <b>Opinión</b>   |
|--|---|--|
| Normalmente cuando participa una persona de raza negra “Polo” les dice “Vea” o “Familia” y les pide un piquito si son mujeres. | Si una persona de raza negra concursada puede hacer énfasis que desde Esmeraldas, la provincia verde ha llegado un participante que trae encocado, marimba y baile al son de salsa. Hasta puede hacerlo (a) bailar para | Al momento de hablar lo significativo es el énfasis, porque al hablar lo importante no es lo que se dice sino cómo se lo dice.<br>Con la sugerencia a más de llamar la atención, subjetivamente enseña |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | causar simpatía y agradar.   | gastronomía y folclore   |
| <b>Fama o Drama</b>   | <b>Sugerencia</b>  | <b>Opinión</b>   |
| Actualmente se llama “El verdadero reality”, por esto una cantidad considerable de tiempo (aproximadamente 1 hora o 30 minutos del programa) la reservan para las historias que monta producción. | Montar obras de teatro y enseñar clases de actuación para quienes quieran ser actores o actrices y valerse de esos talentos para nuevas producciones del canal.<br>Para los seguidores del programa es interesante ver que hacen cuando no están en el escenario, sin embargo la sobreactuación y exageración molesta a unos cuantos seguidores. | Básicamente este programa por tener contenido de canto y de baile hace que tenga más opciones y elementos para jugar con el público y enseñar a los concursantes.<br>Crear dramas para subir rating o buenos actores para ver en futuras producciones es un buen punto a analizar. |

## CONCLUSIONES

- Los programas de entretenimiento y los programas televisivos en general tienen una relación directa en la formación de gustos, valores y conocimientos de los grupos mayoritarios en densidad pero reducidos en recursos económicos y culturales.

- Los conceptos que manejan los productores y directores de programas de entretenimiento tienen una interrelación con el contenido y fondo del programa, llevando intrínsecamente el significado de entretenimiento como un show o un espectáculo.
- Según datos de IBOPE TIME el 60,8% de la ciudadanía guayaquileña lo componen la clase social baja, este es el público objetivo de los canales de comunicación ya que son ellos, “las mayorías”, los que consumen televisión y el público masivo al cual dirigen las marcas auspiciantes.
- Mayor audiencia da por sentado un alto rating, lo cual es atrayente para los auspiciantes, proporcionando al programa una buena dosis de premios indispensables para continuar el ciclo y dar satisfacción a los participantes.
- Según datos del INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, hasta marzo del 2010, Guayaquil posee una tasa de desempleo del 12,3%, en comparación a diciembre del 2009 que fue del 11,7%. Esto es una muestra de que el empleo es un factor incidente en la clase social baja y media que busca a manera de escape estos programas concursos donde pueden, al azar, ganarse un premio y de alguna manera ser ayudados.
- Los canales de televisión tienen como slogan “hay que darle al público lo que le gusta”, sin embargo el público consume lo que le dan porque no tienen más programas de donde escoger.

- La educación y la cultura no son términos de asociación con el entretenimiento.
- Los medios de comunicación televisivos no arriesgan su presupuesto en programas que no tengan al menos un índice proporcional de rating y éxito en audiencia para vender el programa y poder realizarlo, este es uno de los motivos para no hacer nuevas producciones y seguir basándose en formatos internacionales para adaptarlos a la realidad, o crear en base a esos formatos, nuevas franquicias.
- Gracias a las encuestas se tuvo como conclusión que Fama o Drama siendo un programa con un rating moderable no es de gran aceptación como Haga Negocio Conmigo que es un programa que lo consideran un clásico dentro de la televisión ecuatoriana y es parte de la idiosincrasia de la sociedad guayaquileña.
- Detectamos a través de encuestas que a las personas les gusta ver programas de entretenimiento por 2 motivos fuertes que son: porque es entretenido (un 39%), y porque los hace reír (un 30,4%). A pesar de estos resultados, el 71% de los encuestados respondió que sí les gustaría que los programas de entretenimiento tengan cultura y eduquen.
- El 23,2% de los encuestados acertaron que les gusta ver programas de entretenimiento porque aprenden, ellos ven el aprendizaje como divertido y que de alguna u otra forma les enseñan algún dato.

## **BIBLIOGRAFIA**

30 años como eterno perdedor. (2006, Mayo1). *Diario El Universo*, p.1 sección D.

Barbero, J.M & Ray, G. (1999). *Los ejercicios del ver, hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.

Breve historia de la televisión. (2010, Marzo 19). Extraído el 5 Abril, 2010 de <http://www.supertel.gov.ec/index.php/articulos-tecnicos/529-breve-historia-de-la-television>

Caldeiro, G. (2005). Teoría de los efectos de las audiencias. Extraído el martes 15, 2010 de <http://comunicacin.idoneos.com/index.php/337570>

Cagliani, M. (2007, Febrero 28). La pirámide de las jerarquías de Maslow. Extraído el 21 Abril, 2010 de <http://depsicologia.com/la-piramide-de-jerarquias-de-maslow/>.

Cómo se clasifican las clases sociales, (2007, Noviembre 25). Extraído el 17 abril, 2010 de <http://rie.cl/?a=122858>

De generaciones y tipos. (2008, Junio 30). Extraído el 27 Abril, 2010 de <http://jlcea.blogspot.com/2008/06/de-generaciones-y-tipos.html>.

Gárbel, N. (2009, Diciembre 15). Formatos de TV: Programas de entretenimiento. Extraído el 16 de Febrero, 2010 de <http://eraselatelevision.blogspot.com/2009/12/formatos-de-tv-programas-de.html>

Generación X.(s.f.). Extraído el 19 Abril, 2010 de <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id8.html>.

Género de entretenimiento. (2005, Agosto 23). Extraído el 19 de Junio, 2010 de <http://generacionm.blogspot.com/2005/08/gnero-de-entretenimiento.html>

Géneros televisivos. (s.f.). Extraído el martes 15, 2010 de <http://www.slideshare.net/educomunicacion/gneros-televisivos>

Historia de la televisión. (2006, Junio 4). Extraído el 11 de Marzo, 2010 de <http://estructuraecuador.wordpress.com/category/historia-de-la-television/>

Huneus, P. (1982, 40ª edición, nueva versión actualizada, 2009). *La cultura Huachaca*. Santiago de Chile: Editorial Nueva generación.

INEC: <http://www.inec.gov.ec>. Extraído el 18 de Junio, 2010.

Las generaciones diversas. [Presentación Power Point]. (s.f.). Extraído el 9 Abril, 2010 de <http://www.scribd.com/doc/17076596/4-Tipos-de-generaciones>.

Las series y los programas de entretenimiento atraen a más telespectadores. (s.f.). Extraído el 7 Febrero, 2010 de <http://tvoecuador.org/seriesyprogramas.aspx>.

Licencia Creative Commons. (2010, Enero 7). Teoría de usos y gratificaciones. Extraído el miércoles 16, 2010 de [http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa\\_de\\_usos\\_y\\_gratificaciones](http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_usos_y_gratificaciones)

Macías, F. (2003). La Primera pantalla, crónica del nacimiento de la televisión en el Ecuador. Manabí: Editorial Mar Abierto.

Martínez, J.C. (2001). Las necesidades sociales y la pirámide de Maslow en la Economía de mercado, virtudes e inconvenientes. Extraído el 19 Abril, 2010 de [http://www.eumed.net/cursecon/2/necesidades\\_sociales.htm](http://www.eumed.net/cursecon/2/necesidades_sociales.htm)

Más producción nacional en la televisión este 2009. (2009, Diciembre 30). [Versión electrónica]. Extraída el 10 Mayo, 2010 de <http://www.eluniverso.com/2009/12/30/1/1421/mas-produccion-nacional-televisión.html>

Petit, C., Virdo, E., Yurman, J., Jure, R & Bellavia, T. (2001). *Televisión: la caja que socializa*. Córdoba: Editorial Brujas.

Quiroga, S.R. (1999). Consumo y cultura mediática. Extraído el 17 Junio, 2010 de <http://www.santafe-conicet.gov.ar/servicios/comunica/ponencias/mediatico.htm>

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas o como se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.

Teoría de usos y gratificación. (s.f.). Extraído el martes 15, 2010 de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/menendez\\_g\\_pi/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo3.pdf)

[Sihachinger](#), K. (s.f.). El rating, factor que altera el producto. Extraído el 31 Mayo, 2010 de <http://www.monografias.com/trabajos65/rating/rating.shtml>

Snauwaert, E., Vanoverberghe, F. (s.f.). Los programas de entretenimiento,

un instrumento para la comprensión. [PDF]. Extraído el 12 Marzo, 2010 de <http://www.vlrom.be/pdf/003ehsal2.pdf>.

# ANEXOS

## **ANEXO1:**

**Entrevista a Alfredo Adum, Director General de Programación de Tc  
Televisión.**

**Cuéntenos la historia de TC con respecto a Programas Concursos**

Aquí en TC salió en el 70 tío Johnny que ya falleció, Chispazos que se llamaba triqi traca. Chispazos continuó en los años 80,90; en el año 92 salió de tc y se fue a Gama, después de gama se fue a sucre, estuvo en caravana, canal uno; Estuvo brincando en canal uno y se fue desde el año 2001 o 2004 Haga negocio conmigo inicio en los años 70.

Cristian Johnson en los años 70 con Busque su marca, Carlos Piechestein y Johnson en el año 75/76 que hacían busquen su marca y era de preguntas y respuestas, después Carlos se fue a Argentina, Cuando Johnson se fue a vivir a Quito se fue hacer Sábado Sensacional, era un programa de un rating espectacular, los sábados de tarde.

De ahí en los años 80 “Tiko tiko” en entretenimiento infantil, concursos, estuvo como 4 o 5 años aquí. Haga negocio seguía, “Chispazos” seguía, se hizo chispitas en el año 82 que duro como 10 años aquí en el canal, inicialmente lo conducían Rachid Tanúz cuando era niño y Lusmila Nicolaide y a mediados de los 80 sale “Quien sabe sabe”, que lo produjo Alfredo Adum con Carlos Piechestein y lo conducía Pacho Cabañilla.

En los años siguientes salen súper pelados que era un Quien sabe sabe pero para niños, súper pelados estuvo al aire 5 años y Quien sabe sabe hasta el 93, ocho años al aire.

De ahí Cuando salió Chispazos del aire nosotros hicimos un programa que se llamaba Socios de la Fortuna, tuvo mucho éxito pero de muy corta vida. Haga negocio siguió, Quien sabe sabe dejo de existir y después el canal hizo A todo dar, a finales de los noventa se hizo a todo dar.

Primero hizo, Carlos Alberto hizo un programa “No te lo creo narizón” y después vino Marco Vinicio Bedoya e hicieron “A todo Dar”. Muere Marco Vinicio y contratan a Frank Palomeque, que era un total desconocido, Gabriela se retira, y se queda Frank, muere el programa. Y el canal decide hacer “Fama o Drama” como nuevo programa de la tarde, Haga negocio continua y este año (2010) hemos estrenado “Guerra de los Sexos” en lo que es concursos.

Otros canales que incursionaron en concursos: RTS en los 90 con la “Feria de la alegría” que empezó como un programa que se hacía en Miami, que ellos lo transmitían en vivo y empezaron a cortar ciertas partes y ponían cosas pequeñas producidas aquí. Hicieron Nubeluz, hubo una época que lo hicieron aquí, y de ahí hicieron la feria de la alegría que llego a tener como 8 animadores, eso manejaba Eduardo Holmes. Murió la “Feria de la Alegría” y se acabaron los programas concursos de RTS.

De ahí Ecuavisa en los años 80 tuvo un programa que se llamo “Así es la cosa”, tuvo mucho éxito, de ahí empezó ella realmente en los 80, y ya después Ecuavisa no hizo concursos, lo dejó hasta que lo retomó con “Quien quiere ser millonario” que es una franquicia.

Teleamazonas, Pancho Cabañilla hizo un programa en la tarde que no le fue muy bien, Tiko tiko tuvo un tiempo en la tarde que tampoco le fue muy bien, y realmente no han continuado hasta hace un par de años que hicieron ese programa que se llama El maletín de Angeleli que es lo mismo que está haciendo ahora Nestlé, antes no era Nestlé era “Trato Hecho”.

Canal UNO si, Gamavisión también, Gamavisión hizo algo con un productor argentino y trajo en la época de los años 90 un productor Argentino que se llamo Carlos Saco y un conductor llamado Aldo Mata con “Sábado Sensacional” en las tardes, tuvieron un tiempo, no les fue muy bien, no les fue muy mal tampoco. Gama en los últimos años le ha ido muy bien con los realities de los bailables por un sueño, que son concursos disfrazados de realities.

Canal uno en los años 90 que era en la época de Fernando Aspiazu, hubo un momento que por la situación económica producían todos ellos y ahora también por la situación económica tratan de producir todos ellos, no hay plata para comprar programación entonces ellos están apostando mucho a la producción nacional, están tratando de emular un poco el esquema de TC, tenían un programa concurso en la tarde, tenían un programa en la mañana en su momento, y ahí van a patada y puñete tratando de sobrevivir.

## **PRODUCCION EN PROGRAMAS CONCURSOS**

En programas concursos ahora hay dos esquemas, antiguamente lo que se hacía era que mirábamos las ideas de otros y las copiábamos, ahora ya no se puede tanto porque con internet, con los canales de cable, y con los temas de los cuidados de los derechos internacionales y propiedad intelectual, ya no podemos usar ideas de otros, tenemos que comprarlas, o en su objeto generar ideas nuevas, es lo que está haciendo el canal con guerra de los sexos. Guerra de los sexos es una franquicia de Venevisión y lo estamos produciendo con el mismo nombre, la misma marca, los animadores tienen el mismo perfil que los animadores de ellos, hacemos los mismos juegos, los mismos estilos de los decorados obviamente

adaptados a la realidad ecuatoriana dentro de un formato que ellos los establecen y nos está yendo divinamente bien.

Fama o Drama no es en cambio, es una franquicia nuestra pero es un programa basado en los realities internacionales de concursos de música, que son patrones que ya están estandarizados, como que tú quieras registrar un noticiero. Los noticieros son iguales cambian el manejo de información y ese tipo de cosas. Entonces esos son los que estamos manejando como programas concursos ahora.

**Digamos entonces que son dos tipos, los estandarizados y las franquicias?**

Digamos que los originales entre comillas, porque por ahí si se vendría original, pero si tu vez Quien quiere ser millonario, que es ¿quién quiere ser millonario? **(una franquicia)** Si, pero como contenido es un programa de preguntas y respuestas tradicional, que se vienen haciendo en los últimos 50 años. Pero alguien le dio la forma, le puso las luces, la música, el efecto, el suspenso, la llamada telefónica, le pusieron dos o tres aditamentos. Es como cuando tú te vas a una fiesta, siempre va la misma chica a la fiesta, pero a esta fiesta vas con un vestido, la próxima vas con otro, vas con un peinado, a la otra vas con otro, te pones un arete, te los cambias, me explico. Eres la misma persona pero vas presentada de diferentes maneras dependiendo de la ocasión.

**Es el mismo formato con diferente nombre...**

Sí, yo diría que, es el mismo fondo con diferente forma. Así sería la definición en la gran mayoría de los casos.

**El presupuesto: ¿cómo se vería factible o no? ¿cuáles son los puntos necesarios que se tienen que estudiar para saber si un programa concurso va a ser efectivo, va a ser llamativo? y ¿cuáles son los elementos que se ven para el público o target?**

Haber, tú empiezas definiendo el contenido o el concepto del programa; en función del concepto del programa, esquematizas el programa, haces una especie de libreto, yo voy a hacer este juego, este juego, etc. Uno con una intención, el otro con otra intención y en función de eso hago un presupuesto.

Teniendo un concepto, sabiendo que programa y a quien va dirigido y hecho un presupuesto yo puedo determinar que horario, y en función de lo que cuesta, cuanto voy a vender o cuanto puedo vender. Para ver si al

final del camino resulta atractivo o no atractivo, porque todo es un negocio. Quien determina es el público.

Tu puedes hacer un proyecto y testarlo en una investigación de mercado, entonces por ahí arrancas o te vienen a ofrecer una franquicia que ha sido probada en otras partes como guerra de los sexos y te lanzas, o te lanzas a hacer tu programa.

### **¿Qué tipos de horarios se prefieren para estos programas?**

Fines de semana y las tardes, los horarios triple A están muy competitivos con novelas y películas de mucho presupuesto como para entrar a pelear. Antiguamente si porque los canales tenían más series en las noches. Ahora ningún canal tiene series en las noches ahora tienen novelas, porque buscan mantener una audiencia cautiva, permanente en sus horarios estelares.

Ahora las novelas se producen con estándares de calidad altos, antes no veías muchas novelas más que las mexicanas, por ahí una venezolana en los años 70, de ahí por ahí una argentina. Finales de los 70 inicios de los 80 empezaron las venezolanas a coger fuerza, y ahora son las colombianas, pero los colombianos producen con un nivel de calidad extraordinario.

El horario triple A esta determinado entre 7 y 10:30 pm; el doble A en la tarde y el A en la mañana. Un programa concurso tiene que tener originalidad, de verdad ser muy entretenido, en lo posible que la gente se emocione o participe, buscar que la gente participe o interactúe y buscar una buena dosis de premios. Tú ves un programa por lo que tiene, no por quien está. Quien está te puede ayudar a que el programa se haga bien o se haga mal pero tú vas fundamentalmente por el contenido.

### **¿Antes se hacían más programas concursos originales y de producción nacional?**

Sí porque había mucho menos de donde copiar, no había cable.

### **¿Qué piensa sobre los programas enlatados y franquicias?**

La selección tiene que tener métodos de sobrevivencia, los productores también, entonces las franquicias es eso, es la posibilidad de que una idea buena que funciona en un país, se pueda hacer en otro y que también funcione. Es cómodo para un canal comprar algo que ya

funcionó, comprar un formato. En televisión no hay nada garantizado todo es una apuesta. La gente es muy impredecible. En el mercado internacional se pueden exportar formatos de programas, novelas, series dramáticas.

## **ANEXO 2:**

### **Entrevista a Betty Mata, Directora de Fama o Drama**

#### **¿Cómo arman el programa de fama o drama? ¿Cuál es el proceso?**

Bueno en el caso de fama o drama, el programa se lo arma bajo una reunión de producción.

Fama o Drama tiene un concepto clarísimo que es un grupo de chicos que ingresan a concursar para elegir un cantante. En esta última temporada de fama o drama se está buscando un grupo musical, ellos tienen participaciones diarias en las que el jurado o les dan fama o les dan drama y hay eliminación en más o menos en un mes la eliminación de la primera persona que tendría que salir.

Como es un poco el proceso, Fama o Drama llega a temporadas, esta última temporada ha tenido una variante que es reality porque a nivel de análisis de rating se dio cuenta pues que el conflicto que se creaba entre los mismos chicos al estar encerrados en una casa por tanto tiempo al público le generaba un interés, Entonces es lo que Gabriela llama como los famosos pitos, entonces lo que se hizo fue meter las cámaras para que el programa tuviera la variante del reality o sea a trabajar mejor todo

lo que pasan entre ellos, la relación, la convivencia los amoríos de estar encerrados, entonces yo diría que actualmente fama o drama tiene un 50 % de música y un 50% de reality.

Esta dividido a diferencia de otras temporadas.

El programa se lo arma primeramente se escoge la parte musical con un equipo de un director musical una profesora de canto, una profesora de baile, junto conmigo manejamos que temas van a cantar los chicos, armo un cronograma mensual, una persona trabaja en las pistas, las otras personas manejan la parte escénica de los muchachos. Luego tengo otro equipo con el que yo manejo realización, todo lo que es el reality como tal, tengo una persona sentada las 24 horas revisando todos los videos de la casa, tengo mi editor, mi realizador, que se encargan de traerme la información, por ejemplo: se peleó tal con tal persona, se enamoraron, entonces yo me siento y creo la historia y digo ahora lo vamos a hacer así, lo vamos a enfocar así, le vamos a poner esta música, tanto tiempo, esta historia va a durar tres días o va a durar una semana y los vamos a llevar a comer, armamos toda una producción en base a la historia del reality que se esta dando.

El programa dura dos horas, nos mantenemos con 8 bloques de programas con la conducción de Gabriela y con Daniel Arosemena como co-animador.

Gabriela empezó con Fama o Drama hace dos años conoce muy bien el ritmo del programa como lo maneja, lo hace muy bien; Se lo graba y al final de grabarse yo nuevamente lo reviso y de ahí en edición se le dan ciertos toque finales antes de salir al aire.

### **Cuando salió Fama a drama ¿era solo concurso?**

O sea fama o drama es un programa que busca talentos es un concurso musical, no es que tenía estipulado para ser tipo reality sino que iba saliendo en la competencia y fue un ingrediente que Gabriela le estaba poniendo.

Esta temporada si ha sido mas marcado el reality.

### **¿En base a que realizan cambios? Estudios, rating...**

En mi caso personal yo me manejo por la sensación, la sensibilidad de saber el ritmo del programa, que funciona y que no puede funcionar, no siempre es acertado pero uno tiene que probar, analizo rating diario, analizo audiencia, los picos, inclusive siempre me gusta estar en el estudio donde puedo ver el ritmo que Gabriela esta llevando y que sensación nos esta dando, me gusta hacer las clínicas del programa pero generalmente los cambios lo realiza uno como cabeza, pero ya es la mística del productor, la sensación que cada productor tiene, yo llevo en televisión 17 años. Uno siente que debe estar o no debe de estar,

Inclusive cuando no ha sido algo acertado y poder darse cuenta uno rápido de que eso fue lo acertado, pero los cambios se dan a nivel de audiencia, a nivel de rating, a nivel de auspiciantes, y a nivel de contenido, o sea los cambios no se pueden dar saliéndonos de la idea original que es el programa, o sea el programa es fama o drama, aquí se saca un grupo musical o tienen fama o tienen drama, no puedo hacer un a todo dar de fama o drama, no puedo hacer un polito de fama o drama, o sea el programa tiene su esencia y los cambios se hacen en base a su esencia.

### **¿Cuál es la contribución del programa para el público?**

Creo que fama o drama a diferencia de otros programas concursos que se daban a esa hora en donde hasta cierto punto lo que le regalaban, el público iba y muchas veces tenían que hacer concursos bastantes desagradables que eso podía atentar contra el pudor de la persona, o les ponían faldas a las chicas muy chiquitas para subir el rating, modelos muy destapadas para vender, concursos muy atrevidos para captar la audiencia. Fama o drama es un programa muy refrescante en donde realmente el talento de los chicos, la parte musical toma un primer lugar. Es un aporte de entretenimiento y diría yo entretenimiento sano para la gente que lo ve, o sea la gente se sienta a ver, se divierte con las historias de ellos, se involucra con ellos y escucha música. No creo que fama o drama sea un programa que maneja morbo, que maneje doble sentido, creo que es un programa bastante transparente.

### **¿Cómo ha evolucionado el formato de fama o drama de programa concurso a reality show?**

Eso te lo puede contestar Jean Paúl porque el ha manejado este tema

### **Hay alguna otra forma de hacer entretenimiento aunque usted haga este programa**

Hay diez mil formas de hacer entretenimiento, siempre he pensado que el televidente ecuatoriano siempre busca entretenimiento y entretenimiento diferente, tenemos audiencia siempre marcada como Polo Baquerizo que lleva como 40 años y es el mismo programa, o sea el tiene su target, tiene su teleaudiencia, pero la gente si busca entretenimiento. Y se ha dado el caso por ejemplo de Bailando por un sueño que es un entretenimiento chévere, lo que ha sido estos programas de la tarde musicales que ha venido a refrescar mucho, Ecuavisa ahorita esta con uno de mujeres creo que es "somos así", algo así que habla de mujeres, lo ideal es crear siempre entretenimiento diferente, no se si te acuerdes de la época en que salió la feria de la alegría y luego se hizo a todo dar, o sea el punto de encuentro era 6 chicas guapísimas con buenas piernas, mostrando las chichis y las piernas y bailando verdad, y hacían un concurso que era la

cuchara con el huevo que era irrelevante, la idea era vender la alegría entre comillas y funcionó en su época pero la gente como que se cansó del mismo formato, entonces es ahí cuando los gerentes de los canales tenemos que renovar, tenemos que hacer otra cosa porque ya ese formato le aburrió a la gente.

Yo creo que el rating es un referente tanto para audiencia como para comercialización, hace muchos años el rating no tenía nada que ver con comercialización, la gente pautaba sin saber si tenía audiencia o no pero les gustaba la conductora, ahora las empresas van por una agencia de publicidad, las agencias de publicidad pautan de acuerdo al rating del programa, entonces esto va presionado a que los canales de televisión tienen que hacer programas entretenidos pero que den rating, porque puede ser entretenido, puede ser un lindo programa pero si no da rating, no tienen auspiciantes, entonces el programa quiebra.

### **Otra forma de hacer entretenimiento?**

Siempre he pensado que el agua caliente ya se ha descubierto, si tu ves televisión internacional... de donde viene fama o drama, se puede desviar un poco de lo que es American Idol que nació en Europa, luego lo aplican en los EE.UU., luego llega American Idol Latinoamérica, y de ahí viene rojo en Chile, de rojo en Chile viene Fama o Drama en Guayaquil.

Bailando por un sueño... viene franquicia de España, la adopta México y así se va dando, yo creo que hay mucha adaptación actualmente aquí en la televisión, pero siempre el productor tiene que darle un toque diferente y ahí es donde se ve nuevas iniciativas a nivel de programas de entretenimiento.

### **¿Qué opina del programa “Quién quiere ser millonario”?**

A mí me gusta mucho, me parece un programa muy entretenido, un programa que maneja emoción, maneja un buen ritmo, el televidente está presente, el conductor maneja muy bien el vínculo que se crea con el participante, la propuesta es genial, volvemos a lo mismo, es una franquicia. Se que el dueño de “Quién quiere ser millonario”, vende la franquicia, viene acá y lo monta, no es que se vende la franquicia y tú lo haces como tú quieras, no hay programas que tienen ciertos márgenes que no puedes meter tu opinión, tiene que ser como el programa esta estipulado. Quién quiere ser millonario es una linda propuesta, digno programa de Ecuavisa, muy conservador, cultural y de entretenimiento.

### **¿A qué se refiere el ritmo del programa?**

Ejemplo: si te sientas a ver televisión sale la primera toma y estás emocionada pero tienes que terminar con esa emoción de un WOW, es eso tener ritmo en el programa, en los bloques, en las notas, en cada cosa que tú presentes en audiovisual, pero si el televidente empieza bien

y luego pone cara de que no esta entendiendo lo que está pasando y espera el final y en el final no hay nada, apagas el televisor y dices no vi nada de lo que me senté, yo creo que ahí es donde entra el talento que Dios le da a cada persona y en caso de los productores, de saber como manejar las emociones del televidente, hay programas que son muy planos que no tienen ritmo. Puede cumplir las expectativas al ver el programa pero no te va a generar al día siguiente verlo. Con el ritmo tu creas que al televidente lo cautivas, al día siguiente tienes que estar convencida de que tu has logrado que esa persona se vuelva a sentar a ver el programa o que lo comente, si no pasa nada, el programa está como los pacientes al morirse.

EL RITMO son características esenciales de todos los programas.

Que cualidades debe tener fama o drama?

Fama o drama tiene que tener alegría, música, imagen, los chicos tienen que ser cantantes y parecer cantantes, tiene que entretener, fiesta. Por ejemplo este programa vamos a hacerlo súper divertido, lunes va a haber fiesta; martes, acaba de haber un romance, este programa va a ser romántico; miércoles es polémico porque les van a calificar mal a todos entonces hay mucha tensión en el programa.

**¿Qué cosas propone para el futuro incluso para su mismo programa?**

Bueno para el futuro, seguir haciendo fama o drama y que de aquí sigan saliendo buenos cantantes, que sea como un semillero en donde puedan crearse cantantes y buenos talentos y creo que esa es la idea y en el futuro ver a estos cantantes siendo famosos, teniendo su carrera.

Tc tiene un departamento que es tc talentos que se encarga de producirles el disco, el video musicales, esta un grupo BREAK, tenemos a Denisse, etc...

**La perspectiva de la audiencia con respecto a los programas concursos**

Como recién he entrado no tengo todavía datos concretos de cómo se esta disparando la audiencia o el comportamiento de la audiencia con respecto a los programas concursos. Sabes lo que pasa es que en TC cualquier cosa que pongas tiene ya un televidente puesto, yo creo que al Guayaquileño le gustan mucho concurso, el ganarse premios.

**TC se maneja con alguna línea específico ¿el programa tiene que ir con la línea del canal?**

Tc es una costumbre, o sea Guayaquil ve Tc televisión, y es un target medio bajo el de Tc televisión, es como canal siempre llama la atención,

tiene buena imagen, Tc tiene una pantalla caliente, quiere decir que cualquier cosa que pongas lo ven.

### **ANEXO 3:**

#### **Entrevista a Johanna Drouet, Productora de Haga Negocio Conmigo.**

##### **¿Cómo arman un programa normalmente, cuál es el proceso?**

Bueno en este caso el programa ya el programa obviamente ya tiene 34 años pero, normalmente fijas qué es lo que quieres en base a que concepto vas a manejar un programa, en el caso de Polo es un programa concurso, que se mantiene con el mismo esquema, a lo largo de sus 34 años se ha tratado de cambiar a veces el programa pero nos damos cuenta que lo que más resulta son sus concursos clásicos como agarra lo que puedas , canta conmigo, etc., entonces haces un estudio primero para ver que es lo que le gusta y eso es lo que pones

##### **¿Entonces ustedes se basan en un estudio para realizar cambios?**

Claro por supuesto siempre tiene que haber un estudio previo para hacer cualquier tipo de cambio por pequeño que sea y si no funciona vuelves a lo mismo y si funciona continúas.

##### **¿Cuáles son los concursos clásicos de Polo Baquerizo?**

Agarra lo que puedas, canta conmigo, cachete con cachete, la bolita, milloneando.

##### **¿Cuál cree que es la contribución del programa para el público?**

La diversión, obviamente la diversión que Polo le ofrece cada sábado a la gente que va, de hecho si tu pasas por acá vez la cantidad de gente esperando en la puerta, y no solamente la diversión sino premios porque

se llevan dinero en efectivo, hay un sorteo al final del programa para quienes no pueden participar hay, para quienes participan se llevan \$100, \$70, \$500, o sea es un programa que te da mucho dinero y ¿qué es lo que la gente necesita ahora? Dinero y diversión, eso es lo que te ofrece Polo.

**En promedio ¿cuánto es lo que le ofrecen al público que viene a Polo Baquerizo?**

No tiene un valor estándar porque si tu no te llevas nada en agarra lo que puedas, no cuenta, pero hay un participante que se lleva la nevera, la cocina, suman.

Hay un concurso que es con el sorbete que es cachete con cachete, ahí hay una cantidad fija que se llevan, no te puedo decir cuanto es el valor, depende del concursante.

**¿Cómo ha evolucionado el formato de haga negocio conmigo?**

Primero se ha mantenido casi siempre igual pero hubo una reestructuración hace unos 2 años puede ser, que traían familia, normalmente eran familias luego se vieron amigos pero realmente... no es que no funcionó, pero preferimos volver como te digo después de un estudio y un análisis a lo que ha sido siempre Polo que es lo que a la gente le gusta, el Polo que jode, el Polo que molesta, que baila y que trae a la gente y le corta el pelo a uno al otro, o sea eso es lo que mas le gusta a la gente y no tanto como que con la familia se hizo un poco mas serio, familiar; entonces quisimos probar peor no funcionó como se quiso y se volvió al formato anterior.

**¿No cree que a veces Polo es un tanto machista y racista?**

El es tradicionalista si quieres que te diga algo, el es un hombre muy tradicional o sea se mantiene en su esquema no le gusta mucho romper lo que ya tiene, el ya sabe que 34 años lo ha mantenido en la pantalla con lo que tiene y vaya que si tiene razón de hecho porque con el cambio que se hizo se demostró un poco que no que la gente quiere lo que la da Polo ahora entonces si quieres que te diga algo es un poco tradicionalista pero machista no pasa jodiendo a todo el mundo y fregando a todo el mundo por ahí, pero machista no para nada.

**Aunque usted haga estos tipos de programas, ¿usted cree que hay alguna otra manera de hacer entretenimiento?**

Siempre hay maneras de hacer entretenimiento, hay muchas maneras de entretener a la gente, lo que pasa es que Polo mantiene un esquema, pero en general puedes hacer un programa tecnológico, o para entretener a los demás, que sea con música, con premios, con show, una especie de reality.

**¿Que opina del programa “Quien quiere ser millonario”?**

Me gusta, no me gusta el conductor, no me gusta para nada el Espinoza, me parece un señor para dar noticias pero allí, pero el programa me gusta porque te enseña y la persona que sabe algo se da cuenta si tiene un conocimiento básico o es un ignorante con lo que esta viendo, pero me parece un programa que enseña mucho y que da dinero, un programa cultural y te entretiene porque tu te cagas de la risa de ... no se que cosa pasaban el otro día del mote pillo como se llamaba como no se que cosa y yo que es eso ... pero sí te entretiene, tiene su toque vago, porque más es un programa que te enseña, es un programa en donde aprendes, no hay entretenimiento en cuanto a que no tienes un show, no tienes videos que te den música, diversión del publico, el publico esta estático solo esta escuchando, aprende. Este es un programa más para mí de enseñanza que de entretenimiento o de diversión.

**Para usted ¿qué tiene que tener un programa de entretenimiento o diversión?**

A lo mejor y para ti lo que no entretiene a mí si me entretiene, entonces es muy abierta esta pregunta.

**Como productora ¿cuál es su pensamiento acerca de los programas de entretenimiento?**

Música, baile, dinero, actualidad, esos son los componentes para mi y ver aunque soy mujer pero que se vea carne, buena pierna, buen escote, pero sin ser vulgar.

**¿Como así?, ¿Por qué?**

Porque eso te da, eso es rating, guste o no guste a la gente escucharlo, eso es rating. Que se vea un buen cuerpo, una buena figura, que veas un buen baile sensual sin llegar a la vulgaridad.

**¿No cree que eso a veces atenta o influye en la forma de pensar de la gente?**

A la gente le encanta eso, eso es lo que mas le gusta ver a la gente, le encanta! Eso esta demostrado que le encanta a la gente; sin ser vulgar que te hagan planos genitales ni nada de eso que poco mas te meten la cámara no, esas cosas no. Pero si buen puestesitas las niñas, bien vestiditas, un buen show, un buen baile SI.

**Eso no influye en la forma de actuar de la personas en la vida cotidiana? Porque a veces las chicas ven esos programas y dicen ah yo me quiero parece a tal o voy a vestirme así.**

No. Por que? Si tiene clase y si baila bien y es profesional y te quieres parecer chévere pues esta bien, eso no pero otro tipo de cosas, escenas sexuales explicitas eso puede ser, pero esto no, no lo creo.

**¿Qué cosas propone para el futuro así sea para su mismo programa?**

A mi me encantaría cambiarle la mentalidad a Polo (risas) pero con el ahí que ir de poquito a poquito para que vaya aceptando cosas y me encantaría en un futuro poder tener algo que aun no se que es, porque aun no lo sé pero darle algo distinto a Polo.

**Cambiarle la mentalidad ¿en qué sentido?**

En que no haga la presentación de la misma manera en que la hace, que la haga de otra forma, es un ejemplo. El se mantiene siempre, si tu ves el programa es igual, por eso cambiarle por lo menos que la presentación por decirte no entren las modelos de la misma forma, que entre mejor en una especie de show, que entre bailando Tatiana pero en una especie de coreografía, algo distinto, pero eso le tomará muchos años.

**¿O sea que la opinión de él pesa bastante?**

En este caso el es director, aparte de ser conductor el se ha ganado un puesto como te he repetido varias veces en 34 años, que fácilmente nadie lo tiene en una pantalla. El es con su participante, el ve que su publico este, que los músicos estén afinados, él es muy detallista y metódico en lo que hace y lo hace muy bien, yo lo que hago es ser su apoyo que todo este listo.

**¿Como nació haga negocio conmigo?**

No te lo puedo decir porque yo no estaba cuando nació haga negocio conmigo hace 34 años, yo te puedo hablar de unos años para acá.

## **Anexo 4:**

### **Entrevista a Gabriel Buenaño, Editor de Haga Negocio Conmigo**

**Como se manejan para hacer la edición del programa, que parámetros deben seguir y cual es la alineación que maneja el canal con respecto al programa?**

La edición del programa es sencilla, si es que hay algún error de parte de los concursantes o del modo de las personas que operan detrás de cámara lo que se hace es corregir eso de ahí.

Los parámetros son que no pueden salir malas palabras, por ejemplo hay veces que Polo como quien dice, mas es por tiempo, si Polo se explaya demasiado en algún tema hay que cortarlo, hay situaciones que no se pueden cortar porque Polo siempre tiende a estar en la joda y molestar a los participante, ser chistosos.

**Como se comporta Polo Baquerizo con el público sobre la joda?**

Polo ya tiene 34 años haciendo el programa, el siempre desde el principio se ha demostrado como una persona que le gusta molestar a los participantes, siempre si tiene algún defecto físico o de personalidad el se centra en eso entonces el siempre a mi criterio hace quedar mal a las personas y las personas se prestan para eso porque sino no ganan dinero, todos los últimos años las personas por dinero hacen lo que sea, inclusive ya saben, el famoso y típico beso que les da Polo a las participantes eso es así ya... las mujeres que van a participar ya saben a lo que se atienen inclusive ya cogen y lo besan a Polo ya no les importa, entonces me parece que por un lado esta bien pero no para tener 30 años haciendo lo mismo, es una cosa que ya debería su curso natural y evolucionar, así como los concursos de juegos de los EE.UU. que ya tienen otras cosas y no tan lejos por ejemplo Sábado Gigante que ya ellos encuentran una forma de reinventarse.

Por el lado negativo me parece que Polo es demasiado machista y muy racista, el siempre si hay alguna persona negra participando el le dice familia o el le hace algún tipo de alusión a su raza y machista porque el

siempre el es el macho alfa dominante beta dos punto cero, el es una cosa como que quiere impresionar a todas las mujeres.

**Que crees tu que tiene el programa de contribución a la sociedad?**

Yo creo que lo único bueno que se puede rescatar del programa es que ayudan a las personas que tienen bajos recursos y que por ejemplo están sin trabajo, vana Haga Negocio y salen con un dinero, a veces en un concurso por ejemplo en “Canta conmigo” se pueden ganar hasta \$4.000 dólares en un solo día. Y también en épocas como el Día de la madre o Navidad, Polo va a regalar electrodomésticos a las famosas abuelitas para hacerlas llorar, les va a regalar electrodomésticos, dinero.

**No crees que juega con el sensacionalismo?**

Es que eso es parte del medio, ya no se puede hacer nada en ese aspecto seria como cambiar la mentalidad de toda la producción de los canales ecuatorianos porque ya es así.

**Me llama la atención un programa como Haga Negocio conmigo porque ha tenido 34 anos pero no veo la parte de el favorecimiento a la gente que no trabaja porque esta fomentando a que no trabaje y tener dinero fácil**

Es que las personas que van al programa no son las mismas personas todas las grabaciones, son personas diferentes y no es como un trabajo que siempre van las mismas personas sino que se eligen personas diferentes y si hay una persona que ya vino y ya gano le dice producción tu ya ganaste no puedes concursar hasta después.

**A tu criterio te gusta Polo Baquerizo?**

O sea me tiene que gustar porque soy el editor sino seria miserable mi vida pero la verdad es que al principio no me gustaba, como supongo yo que la mayoría de las personas veían Haga Negocio cuando eran mas joven, pero ahora sinceramente como programa yo no lo vería en la televisión yo no lo veo cuando sale en vivo, solo lo veo cuando lo edito y si me saca un par de risas y carcajadas pero hasta ahí, o sea yo no soy fan para verlo todos los sábados y la mayoría de las personas que tienen TV cable o algún tipo de otro medio como Internet prefieren hacer otra cosa que ver este programa.

**Por que crees que pega tanto este programa?**

Por el nivel socioeconómico al que esta dirigido que es un nivel bajo, entonces las personas por la falta de llegada de otros medios, o sea no todo el mundo tiene acceso a direc tv o tvcable.

**No crees que eso fomenta la televisión no productiva, para que las personas que ven este programa no busquen educarse de otra forma sino a la joda como me dices?**

Es un programa que en realidad no te aporta nada en términos culturales y supongo que científicos porque es una cosa que no busca la manera de enseñar algo a las personas, de mostrarles algo nuevo, esto ha sido lo mismo de siempre los mismos concursos y no creo que tampoco vaya a cambiar eso, es un programa concurso no un programa cultural.

**Tu crees que se puede cambiar el estereotipo de que un programa concurso no puede ser educativo o informativo.**

Claro que se puede cambiar, mira la guerra de los sexos, es un programa concurso y ellos tienen un segmento que se llama “adivina la frase” o “el striper intelectual” donde hacen una pregunta de cultura general y si sabes la otra persona se quita una prenda y sino la sabes te toca quitarte una prenda.

Y hacen preguntas que de alguna forma puede aportar al conocimiento general del público.

**El rating ha disminuido o cual es la percepción de las personas con respecto al programa?**

Yo creo que el rating es una cosa que mide si el televisor esta prendido o esta apagado, es una cosa que no tiene como medir la apreciación que las personas tienen hacia el programa, yo siempre he dicho que el rating es como conocer a una persona, no es lo mismo la apreciación que tienes al ver a una persona si estas o no estas o al conocer a una persona, conocer que es lo que piensa, que es lo que siente acerca del programa, si le gusta tal personaje.

**Pero se dejan llevar mucho por el rating?**

Es que el rating domina la publicidad, sino tienes rating nadie te va a pautar en tu programa por lo tanto no vas a tener dinero y no puedes hacer nada.

**Porque crees que ha durado 34 nos en la televisión ecuatoriana?**

Yo creo que mas por tradición porque es una tradición tanto como para las personas que va a ganar dinero, inclusive la productora me contaba que ya son generaciones de generaciones, que los hijos de los que iban hace 30 años estaban yendo ahora, ya es una tradición para el pueblo ecuatoriano.

**ANEXO 5:**

## **Entrevista a Jean Paúl Prellwitz, Ex Productor de Fama o Drama y Actual Gerente Nacional de Producción de Canal UNO.**

### **Como inicio ‘Fama o Drama’?**

Bueno Fama o Drama inicia porque estábamos buscando un remplazo de “A todo dar” y bueno yo era productor de a todo dar 6 años, y ya era hora que nosotros creíamos conveniente en el canal de terminar con la etapa de A todo dar porque queríamos que se vaya en el mejor momento y que no caiga y la gente diga “uy a lo que llegó el programa”. Inclusive yo también estaba, no cansado pero de hacer 6 años lo mismo, es como que complicado, sonaba toda la vida de hacer un programa reality de canto y de baile, es a parte de mis estudios de periodismo y televisión, yo también bueno estudio algo de arte entonces era como hacer todo junto en un programa lo que me gustaba. Y bueno se reunió la gente en el canal, tomamos la decisión, contratamos a dos personas creativas de una agencia para que nos haga un plan piloto, un plan maestro y salió ese nombre “Fama o Drama”.

Estefania y yo estábamos armando el proyecto en tv televisión y bueno les gusto la idea, les encanto; comenzamos la búsqueda de quien iba a animar el programa, tratamos a Gabriela Pazmiño y Cinthia Coppiano nos pareció una dupla bastante original, comenzó la preparación del casting, la estenografía, me acuerdo que el casting lo hicimos primero en Quito y luego en Guayaquil, fue mucha gente, habían estado de moda los realities de baile pero no en ese aspecto, nosotros mas o menos teníamos la idea de hacer un programa tipo “Rojo fama contra fama” de Chile, entonces ese era el concepto básico y creo que comenzamos a trabajarlo y cuando ya hicimos los castings nos dimos cuenta que teníamos un potencial grandísimo con la primera temporada, muchachos divinos. Contrate a los mejores profesores de canto, lo mejores coreógrafos de este país y el trabajo tenía que ser de primera por cuando salió al aire creo que dimos un vuelco a la televisión porque fuimos los primeros en mostrar shows diarios que el Público merecía ver, le dimos al público una muestra y una educación de lo que significaba un show, tanto en baile como en canto, nos preocupábamos en telas, en vestuarios, las coreografías que eran de primera (te hablo de cuando yo estaba ahí) Yo nunca permití que la calidad del programa baje, eso era básico, y cuando yo estaba lo principal era el show y no tanto el reality.

### **Entonces inicio como reality?**

No, no, no, inicio un concurso con reality, había partes de reality pero ocupaban que te digo, 20 minutos del programa, la parte de convivencia, la base era el show, se basaba el programa en el show, los shows de canto, de baile, las coreografías, todo el performance de la gente, en eso se basaba el programa.

Yo creo que la cuestión del verdadero reality que ahora lo dicen es a partir de estos dos o tres meses de la última temporada, yo no estoy hace un año en fama o drama, yo desde que me fui mantuve el mismo estándar de producción que era básicamente el show y reality también ocupaba una parte importante pero no era lo básico del programa.

**Cual es el comportamiento de la audiencia con respecto al programa hasta donde tu estuviste?**

Bueno siempre fui muy bueno, nosotros cuando cambiábamos de temporada como que el rating bajaba un poco hasta que el público se vuelva a emocionar con los nuevos participantes, pero había formas de enganchar a público que eran súper interesantes y ya uno manejaba más o menos los sentimientos para poder hacer que el público se enamore de los muchachos.

**Y esa forma de captar básicamente era?**

Es que la forma de captar es más allá del ser profesional o no, es más allá de cómo tu sientes y como percibes a la gente, yo creo que si te puedo hablar de mí que no me gusta nunca pero una de mis facultades es percibir a la gente, yo conozco muy bien al público, agradezco a "A todo dar" que me enseñó el comportamiento del público en este país, porque yo no soy de acá soy peruano.

Pero es eso yo creo que una de mis facultades como productor, como director es percibir lo que le gusta a la gente y darme cuenta si eso va a pegar o no, yo creo que la base de este programa fue el casting, mira si tu tienes buenos elementos para jugar, juegas bien, si tu no tienes buenos elementos así tu armes la mejor táctica de juego, no vas a jugar bien.

**Cuales son esas características y elementos que deben tener un programa concurso?**

Entretenimiento, concurso, tiene que jugarse mucho con los sentimientos y tienes que dar calidad, yo no soporto un programa sin calidad, gracias a Dios la televisión tenía la posibilidad económica de poder brindar al público un show de primera y así fue durante mucho tiempo.

Yo creo que sin llegar a extremos vulgares o algo por el estilo podemos divertir a la gente y no se si enseñar y educar porque ahí si discrepo de muchos amigos míos comunicadores que si la televisión es para educar o no es para educar. Yo creo que la televisión básicamente es para entretener y eso dábamos con Fama o Drama.

**O sea no es un programa educativo Fama o Drama?**

... Te puede educar porque bueno de tal forma nosotros mostrábamos cosas de Broadway, hicimos Chicago, Air Spray, a un público que la

mayoría no lo conocía, pero si tu te lo vendes por ejemplo: Te doy un cordon blue... que es eso? Pero si te sirvo el plato con una carne bien rica te lo vas a comer ah no importa el nombre que tengas.

Mi jefe me decía “No pero eso no lo conoce la gente” bueno no importa pero vamos a darle la forma, con tanto show que la gente se va a quedar viendo.

Ya mucha gente aprendió lo que es jazz, muchos muchachos aprendieron lo que es bailar, ya se dieron cuenta que bailar no es solamente mover las caderas y la nalga, bailar es la preocupación por bailar, de poner bien la mano, poner bien el pie; es un deporte entonces comenzaron las escuelas de baile a crecer, entonces mi programa a hecho de que los muchachos se den cuenta de que bailar no es “bailar por bailar” si no que hay que tener una técnica, un estilo, igual cantar, no cualquiera puede cantar hay que estudiar, nosotros enseñamos a la gente que para hacer cualquier cosa hay que estudiar y sobre todo pasión.

Yo me acuerdo que hablaba con los muchachos, nosotros le insistíamos que tengan pasión por lo que hace en cualquier rama, sino no tienes la pasión sino te mueve eso para hacer tus cosas no lo vas a poder hacer bien.

También la perspectiva que pueden difundir porque puede entretener pero tiene una educación subliminal?

Por supuesto Yo no estoy en desacuerdo ni de acuerdo, hay gente que usa la televisión para educar, por eso te digo para mi hacer televisión es entretener, para Jean Paúl hacer televisión es que el publico vea, prenda el televisor y que sienta que sus sueños se están haciendo realidad en la pantalla, que lo que el ha sonado con ese show maravillo... Yo soy un productor de shows, no soy un productor de farándula, yo puedo manejar cualquier tipo de programas pero mi fuerte es el show. Si tengo que hablar de mi en este país por algo yo creo que yo fui el que introdujo el show en este país. Allá la farándula, novelas, dramáticos, no tengo nada que ver.

**Que crees que destaca ahora en el país, hay mucha farándula, shows de entretenimiento, novelas, pero que es lo que mas se acentúa?**

Ahorita? Bueno hay un mix, hubo sus épocas en que estaban las cosas bien marcadas pero yo creo que la farándula sigue tendiendo a acapara bastante la atención del publico, detesto la farándula no me gustaría producirla pero es lo que mas acapara la atención y no me gustaría caer en ese juego fácil de poder hablar mal de ti para tener rating y audiencia, nosotros con Fama o Drama conseguir competir de tu a tu con un programa de farándula dando un entretenimiento sano y lindo. (En mi época te hablo no se ahora)

No te puedo hablar de ahora, yo respeto mucho el programa, la directora es gran amiga mía que es Betty Mata, somos amigos de muchos anos, yo respeto sus criterios, para es una de las mejores productores de este

país, ella esta haciendo un trabajo recién ingresada, creo que el programase va a ver los frutos con el tiempo del gran trabajo que ella hace y me da mucho gusto a mi, es como cuando tu dejas tu hijo encargado con alguien yo creo que si hubiera tenido que dejarle encargado mi hijo a alguien seria a Betty Mata porque ella es tan preocupada y estresante con las cosas como yo lo soy

### **No crees que el programa induce al público a ser polémico?**

Por supuesto, esa es la idea, hay que ser polémicos, pero hay que ser polémicos sin llegar a un faltamiento de respeto, puede ser polémico porque la vida es polémica me entiendes, tu con tu novio eres polémica o sea a veces dices porque fuiste porque no fuiste, siempre hay esa pimienta que tiene la vida no, con los amigos... oye porque no me llamaste fuiste con el al cine y no te fuiste conmigo, o sea la polémica esta en el mundo, ahora llevarla a extremos nocivos para la gente ya es una cosa que a mi no me gusta pero polémica porque no? Quien ha dicho que no.

### **En que crees que aporta o como aporta fama o drama en la sociedad?**

Total! Como vuelvo y te repito el apoyo fue enseñar a los muchachos que hay un camino para llegar a conseguir algo que es esforzándose, que es estudiando, que hay que sacarse la madre para conseguir un sueño y con eso le dábamos día a día dábamos fama o drama.

### **Eso es para la gente que esta adentro y para el público que esta viendo?**

O sea el publico, nosotros mostrábamos ese esfuerzo, nosotros decíamos que no hay forma de llegar a conseguir algo si no tienes un esfuerzo, enseñábamos al publico que si quieres participar en un reality tienes que estudiar baile, cuanta gente estudio baile y canto a partir de fama o drama, cuantos muchachos se metieron, la gente pensaba que solo estudiaba baile la gente gay y nos dimos cuenta después que gente que no era gay estudiaba baile y la familia confiaba sus hijos a nosotros porque sabia que era una escuela, cuando yo estaba se formaba los mejores bailarines, los mejores cantantes y eso dábamos al público, decir que si quieres algo tienes que conseguirlo pero hay que esforzarse con una educación y hay que sacarse la madre estudiando.

### **Puedes definir entretenimiento con tus palabras?**

Entretenimiento... para mí el entretenimiento va ligado al sueño, entretenimiento para mi es un sueño, entretenerme para mí es volar, para mí entretenerme es salir de mi cuerpo un momento y decir sabes que en este momento quiero entretenerme, en este momento quiero olvidarme de

todo, en una hora o dos horas quiero sentirme libre y poder gozar como esta gozando el concursante o el animador en ese instante.

**De todos los formatos de entretenimiento cual crees que capta mas?**

El mix concurso-reality... es que a mi me encanta, es mi sueño.

**Como juegas con las emociones del publico?**

Primero que me lo permitan, yo siento que al prender el televisor me están permitiendo jugar con sus emociones, como que me están autorizando... Tienes que vivirlo yo respiro televisión todos los días, yo vivo viendo realities de todo el mundo, me los veo todos tengo dancing with the stars, All you can dance, todos los realities que tengan que ver con baile y canto yo me los veo, y los he visto y los he seguido hace 5 años pero me he preparado, me preparé para hacer fama o drama, cuando ya estaba preparado dije puedo hacerlo. Como yo con el productor musical le decía, bájale un tono, no le subas, esta canción no va para su voz, este baile no va para él, los profesores se comunicaban conmigo de una forma que decían “el sabe”. Yo creo que para hacer un programa y para permitirte hacer un programa hay que prepárate, yo estaba súper preparado para esto y como juegas? Vas viendo cuales son las falencias y las virtudes de cada participante y vas a aprovechándote de eso, por ejemplo: Juana no ve a su mama hace 6 anos, bueno le traemos a la mama en uno de los programas y le armo todo con la animadora un speech anterior, una foto de la mama, ya todo es cuestión de aprendizaje y de producción que uno viene haciendo para armar las cosas y vas agarrando por semana dos o tres muchachos y te das cuenta quien esta bajo en la aceptación del publico y le das a el refuerzo, y vas rotándolos... es una cosa que no te puedo decir como se hace, eso nace.

**Y no es sensacionalismo?**

No, porque no miento, pueden decir de repente es una exageración pero sensacionalismo no.

Normalmente la televisión hace programas para un nivel medio o bajo porque?

Porque son los que mas consumen televisión, es la verdad. La gente de clase media – alta ve cable y consume muy poca televisión y no son el publico masivo a donde quieres dirigir las marcas.

Tu haces programas de acuerdo a las marcas que te compran el espacio, si tu haces un programa para clase AB te van a auspiciar Lan, whisky no se cuanto, pero no es lo masivo, no es lo que se busca.

**No crees que el rating disminuye las facultades de un programa de ser más informativo o educativo?**

El rating disminuye las facultades de un programa de ser mas educativo total, eso es cierto. Pero hay esta la controversia que se quiere hacer un programa educativo o queremos hacer rating. Cuando yo salí de la universidad tenia muchos valores, tengo valores. Como te digo hay una controversia grande entre comunicadores, yo me acuerdo que mis profesores me decían a mi, algunos decían que la televisión educaba, otros decían que la televisión entretenía, para mi si se puede hacer un mix genial pero no creo que la televisión se ha hecho estrictamente para educar, yo no lo creo. Puede haber un profesor estudioso o tu mismo puedes estar en contra pero ese es tu punto de vista, mi punto de vista es que la televisión se ha hecho para entretener básicamente.

Es verdad que cuando tu quieres educar a cien por ciento el rating no te favorece, pero que bonito es venderle una educación vestida de entretenimiento, eso es lo que quisimos hacer de repente con Fama o Drama un poco, no estábamos dedicados a educar pero si en el transcurso de... educábamos que bien, bienvenido sea.

La verdad que la televisión se mueve por el rating y eso es una cuestión enfermante y terrible, yo crecí y nací viviendo rating y lo sigo haciendo hasta ahora, ya no me enferma tanto como antes, pero antes era una cuestión muy fuerte para un productor el que te baje o te suba el rating y la lucha y tratar de ganar y hay que saber diferenciar en que cosas no puedes hacer, porque a veces las ganas de buscar rating te hace llegar a pensar en cosas que a veces no son éticas, hay que saber diferenciar y poner un freno por tus valores y decir no hay cosas que yo no a hacer para conseguir rating, yo hago rating entreteniendo , yo hago rating jugando pero no maldiciendo a nadie ni afectando la vida de nadie.

### **Tu también estuviste en a todo dar?**

Fui productor de a todo dar 6 años

### **Y cual es la diferencia entre a todo dar y fama o drama?**

A todo dar era un programa concurso, bueno habían realities que yo los hacia de vez en cuando. Era otro tipo de programa, un programa popular inclusive, Fama o Drama tiene otro status.

### **Que estatus tiene Fama o Drama?**

Popular pero inclusive la estética del programa es un diferente. Tu ves un programa de noche en la tarde, se cuidaba mucho la estética, los trajes, era inclusive mucho más presupuesto que a todo dar.

En a todo dar si se promociono un poco el hecho de la mujeres con las falditas...

Si, incluso cuando yo llegue les alargue las faldas a todas, no me gusta como te digo, yo elimine las tomas terribles hacia las chicas, no quise

vender a las mujeres del programa como prostitutas, inclusive todas las chicas que trabajaban conmigo estudiaban y yo quería vender eso, que cuenten al publico que están en la universidad, que hacían en sus trabajos para que la gente se de cuenta, nunca me aproveche de ellas sexualmente de ellas con el televidente, yo al menos como productor, a todo dar duro seis anos yo estuve 6 y fui el productor que mas duro con el programa.

Yo me encargaba de los trajes, me traía las Vogue, soy fanático de leer Vogue, vanidades, todas esas revistas y me encargaba con la vestuarista y obviamente transformábamos trajes que eran súper alta costura los transformábamos para las modelos y poníamos los pantalones de moda con la basta súper ancha y siempre tratábamos de innovar, porque tu puedes dar las cosas sensuales pero con muy buen gusto y el programa se volvió de buen gusto dentro de lo que se podía.

### **Y el famoso pito?**

El pito lo creamos Gabriela y yo, “Pito, señores” Gabriela es maravillosa y es una muy buena amiga mía. Extraño esa época en que yo gozaba y vivía por ese programa, eran mis sueños hechos realidad, el baile y el canto son dos cosas que yo amo, yo estudio baile estudio jazz.

### **Anexo 6:**

#### **Entrevista a:**

**Marco Arteaga –Sociólogo**

**¿Por qué a las personas les gustan los programas de entretenimiento como Fama o Drama y Haga Negocio conmigo?**

**¿Ser daría un cambio en la población de Guayaquil si los canales difundieran mas cultura en información en sus programas de entretenimiento?**

En general los programas de esta naturaleza, los programas que tienen que ver con un poco del divertimento, un poco del entretenimiento, se dan normalmente en especial en nuestra sociedad, en nuestro tipo de sociedades debido a que de alguna manera no hay la posibilidad real de hacer una diversión que se podría llamar de sustento para la salud intelectual y la salud física. Una clase es la que tiene esa posibilidad, que es la clase alta, y la clase media que más o menos sigue un tanto sus huella, pero los extractos populares, que son los más afines con este tipo de programaciones no tienen esas posibilidades, no pertenecen a clubes, no pertenecen a comunidades especiales, no están vinculados en otra forma de relación que haga un poco mas coherente su relación en cuanto

a estratificación social, entonces estos programas generan esa atracción, generan el llamar de alguna forma a aceptar a este tipo de actividades y de esta manera las personas que se acercan a estos programas, que los ven, que participan en ellos, son personas que de esta manera solucionan entre comillas sus aspiraciones reales de un ejercicio de relación social coherente

El hecho que estos programas permanezcan como el programa de HAGA NEGOCIO CONMIGO, y así como este hay una cantidad de programas en latinoamericana incluso, que insisten en seguir, se están haciendo ya viejos en lo mismo, eso quiere decir que pese a que toda sociedad es dinámica nuestra sociedad que es dinámica o vive esa dinamia pero de una forma lenta, muy lenta. Como un programa de estos tenga 30 años en el rating si cambiar lo mas mínimo porque si hay alguna cambio son cambios netamente de forma, pero el contenido el fondo en si es el mismo. De alguna manera este programa de haga negocio conmigo es un programa que llama no solo la necesidad de ocupar coherentemente el tiempo en diversión, sino también esto esta enlazado con un problema económico, el problema económico lo tienen los extractos popular y los extractos medios bajos, los demás no. Y si los otros extractos están de acuerdo en que sigan estos programas es a nivel de verlos y prácticamente tomarlos como una forma de diversión en cuanto a reírse irónicamente de lo que sucede en el programa, pero los otros quieren participar, quieren estar hay un premio económico de por medio cualquiera que sea. Pero esta es una tentación en un sistema y en un medios en donde la desocupación es la que prima en los extractos populares y extractos medios y una desocupación estructural que bajo ningún criterio de pretender con unos cuantos empleos aquí hoy otros cuantos empleos mañana se soluciona, porque el problema no es simplemente un asunto funcional es una asunto estructural y esto tiene que definir cambios estructurales para que pueda ver realmente una ocupación que permita negar o no existir ya este tipo de situaciones de ausencia de ingresos fijos y estables.

Otro tipo de programas q se plantean como parte de la realidad no son tantos, aparentemente como las telenovelas se generan desde una realidad

### **¿Cuáles son los cambios que se deben dar...?**

Los estructurales sociales, políticos o sociopolíticos, sin en esos cambios difícilmente va a ver un ingreso estable, a través de un trabajo estable.

### **¿Usted cree q sería factible que los canales entretuvieran a base de cultura y educación?**

Es factible, desde el momento en que se cree la posibilidad, que se cree la oportunidad de hacerlo porque no va hacer factible. Se cree que es el

pueblo, es el efecto popular, el efecto medio dicen así quieren ellos, así piensan, así viven y por lo tanto hay que darles eso. Eso es como la crónica roja mal hecha como la que vivimos todos los días, incluso los canales ahora están haciendo crónica roja a las 7, 6 de la mañana ósea eso es tener una idea malsana realmente, tener una idea un poco tradicional, un poco para no tener el aliciente, no tener el ímpetu de generar nuevas cosa; además todo lo creativo cuesta y los canales y todos los medios de comunicación de alguna manera quieren sacar el producto de cualquier forma, la información, el comentario, el análisis de cualquier forma a un costo irrisorio, ojala que no les cueste esa es más o menos la idea.

**Como usted cree que funcionaria un programa de entretenimiento cultural y educativo. Porque yo estoy analizando que estos programas de entretenimiento no solamente debería vender morbo sino deberían ser n buen programa de entretenimiento que eduquen a la vez que difundan cultura que tengan información.**

Así es, el momento que realmente recojamos el criterio, conocimiento, las cosas que suceden como de alguna forman pasan a nivel de la cultura nuestra, entonces podemos ser creativos en eso, pero ser repetitivos con lo que pasa en situaciones de vivir sin posibilidad de ser creativos, es una forma un poco torpe de actuar, porque no es verdad que la gente quiere la crónica roja y la sangre en cada noticia, no es verdad.

**Me refiero a los programas de entretenimiento que se da dinero, como Haga negocio conmigo que cachete con cachete, que se dan piquitos o el de Fama o drama**

Es el morbo social todo eso, es el morbo social que de alguna manera les da chance a vender un producto, es como una propaganda que usted ve en la tv, es una propaganda que no le vende el producto en si, sino que le vende la persona que presenta el producto, si es un perfumen entonces tiene que salir todo un encuentro de falso romanticismo y de falso criterio amoroso, para que pueda plantearse la venta del perfumen, es lo mismo .

**¿Por que las personas son empáticas con el morbo social?**

El morbo social es lo que de alguna forma también le da solución al trauma, al trauma social de las personas en la vida real, o sea muy pocas son las familias o personas que viven al margen de traumas sociales permanentes. Estamos hablando en una sociedad en donde un porcentaje cada vez mas alto de madres solteras, estamos hablando que una forma mas alta existe la separación de familias. Estamos hablando de una situación traumática que se ha vuelto un valor y eso de alguna forma hay que sacarlo, entonces el trauma de alguna manera también sale por el morbo social porque le da chance a respirar, es como la ironía, que le

da chance a reírse de los otros para evitase reír de uno mismo. Ese es el morbo social que hay y de eso se abusa en los medios y esa es una manera anti-salud social que existe en nuestro medio.

Estos valores que se están perdiendo, considera usted que son producto de programas como Haga Negocio conmigo o Fama o Drama o es producto de la misma sociedad?

Un solo medio, un solo componente no es un determinante en el cambio de un comportamiento, bajo ningún aspecto. La unilateralidad en esta forma no puede dar una respuesta de un cambio negativo en el comportamiento ni un cambio en los valores para esos comportamientos. Es el mismo desarrollo de la estructura social que va generando una cantidad de situaciones y que de ahí compromete los valores.

### **¿Que piensa de la cultura mediática? ¿Qué es?**

Bueno la cultura mediática es un referente, un incentivo, un promotor de situaciones estructurales que se dan pero en si no cambia como único elemento la situación. Nunca un solo componente va a cambiar comportamientos a través de sus valores.

### **ANEXO 7:**

#### ENCUESTA PARA PERSONAS QUE VEN PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO

1.- Le gustan los programas concursos:

SI NO

2.- Califique del 1 al 5 los programas enlistados Siendo 1 muy bueno 2 bueno 3 regular 4 malo 5 pésimo.

Subraye que programa le gusta más.

|                             | Mb     | B      | R      | M      | P      |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Haga Negocio Conmigo        | 1..... | 2..... | 3..... | 4..... | 5..... |
| Fama o Drama                | 1..... | 2..... | 3..... | 4..... | 5..... |
| Chispazos                   | 1..... | 2..... | 3..... | 4..... | 5..... |
| Quien quiere ser millonario | 1..... | 2..... | 3..... | 4..... | 5..... |
| Guerra de los Sexos         | 1..... | 2..... | 3..... | 4..... | 5..... |

3.- Que es lo que mas les llama la atención de un programa concurso. Escoja una opción.

- a) Sus animadores
- b) Los concursos
- c) Los premios
- d) Los participantes
- e) Los segmentos
- f) La música

4.- Porque le gusta ver los programas concursos. Escoja una opción

- a) porque es entretenido
- b) porque lo hace reír
- c) porque aprende
- d) porque no tiene nada mas que ver

5.- Le gustaría que los programas de entretenimiento tengan también cultura y eduquen?

SI

NO

### **ANEXO 8:**

#### **Preguntas formuladas en el focus group**

1.- ¿Qué les gusto del programa?

2.- ¿Qué no les gusto del programa?

3.- ¿Qué emoción le genero el programa?

4.- ¿Por qué les gusta?

5.- Para haga negocio conmigo ¿Creen que es un poco machista este programa?

6.- Para H. N. C ¿Creen que Polo Baquerizo es racista y clasista en sus bromas?

7.- Para Fama o Drama ¿Cree que el programa genera algo educativo?

8.- ¿Cree que este programa incentiva a fomentar historias dramáticas en la vida diaria?

**Anexo 9: Datos proporcionados por IBOPE TIME del año 2008**