

Identificación de los tipos  
de programas en televisión

Nombre: \_\_\_\_\_ Curso: \_\_\_\_\_



## Introducción

*“La televisión es el espejo donde se refleja la derrota de todo nuestro sistema cultural.”*

Federico Fellini (1920-1993). Director de cine y guionista italiano.

¿Has escuchado alguna vez un bip cuando alguien dice una grosería en radio o televisión? Esto se debe a que en muchas ocasiones, en los diferentes medios de comunicación por razones ideológicas, morales o políticas se ven afectadas por intervenciones, éstas son llamadas censura. Existen muchas formas de llevarla a cabo: ocultar, distorsionar o falsear la información. Sin embargo, la más usada es la omisión de contenidos y posterior reemplazo por otros que distraigan al público. En este objeto de aprendizaje conocerás un tipo muy peculiar de programa de televisión, que deberás analizar teniendo en cuenta el manejo que dan las cadenas a su contenido.

## Actividad introductoria: Entre tiempos

-  1. Reúnete con tus compañeros y adivina los nombres de tus novelas favoritas. Sigue los pasos para realizar la actividad y ¡diviértete!

1

- Divídete en parejas.
- Cada pareja escribe el nombre de cinco telenovelas en cinco pedazos de papel.

2

- Ahora, las parejas se unen. Forma grupos de cuatro estudiantes y a jugar.
- La pareja 1 se enfrenta a la 2 para jugar a adivinar telenovelas.

3

- La pareja 1 adivinará las telenovelas que la pareja 2 haya escrito y viceversa.
- Un integrante de la pareja 1 empieza a describir una telenovela hasta que su compañero adivine. Luego la pareja 2 continúa de la misma forma.

4

- Finalmente, la pareja que adivine más telenovelas será la ganadora.

## Reglas de juego

- Se vale hacer mímica
- No se puede mencionar ninguna de las palabras del nombre de la telenovela.
- Hay un tiempo límite para adivinar cada telenovela (Acuerda con el docente el tiempo).
- Cada telenovela da un punto para la pareja que adivine. Al final gana la pareja que más telenovelas haya adivinado.
- Tu compañero puede ceder el turno, si no conoce el nombre de la telenovela.



2. Amplía tu experiencia del juego. Reflexiona y resuelve las siguientes preguntas:

a. ¿Cómo son sus personajes principales física y psicológicamente?

Blank writing area for question a, featuring a vertical red margin line on the left and horizontal blue lines for writing.

b. ¿Cuál es la intención de los personajes principales de las novelas?

Blank writing area for question b, featuring a vertical red margin line on the left and horizontal blue lines for writing.

c. ¿Tienen algún parecido aquellos personajes?

d. ¿Qué opinas de las similitudes entre estas novelas?

e. ¿Qué opinas de las narconovelas y las biopic?



f. ¿Qué aspectos positivos resaltas de estas telenovelas?



g. ¿Qué aspectos negativos notas en estas telenovelas?

Handwriting practice area for question g, featuring a vertical red margin line on the left and ten horizontal blue lines for writing.

h. ¿Estas temáticas se repiten en más programas de televisión?, ¿en cuáles?

Handwriting practice area for question h, featuring a vertical red margin line on the left and ten horizontal blue lines for writing.

 **Objetivos**

- » Reconocer los contenidos que presenta la televisión.
- » Analizar el mensaje de los diferentes programas de televisión.

## Actividad 1: ¿Qué son los realities show?

-  1. Únete a tres compañeros más y realiza una lluvia de ideas junto a tus compañeros sobre los conocimientos que posees acerca de los realities show. Para esto, bázate en las siguientes preguntas:

a. ¿Cómo nace la idea de realitie show?



b. ¿Qué es un realitie show?





2. Ahora, lee el siguiente texto sobre la historia de los realities show:

## Los Reality Show: así nacieron los programas que revolucionaron la TV en el mundo

Querámoslo o no, hacemos parte de un mundo donde los realities ocupan un lugar preponderante en las conversaciones, las iras, las angustias y las preocupaciones de la gente. ¿Cómo llegamos a este punto? ¿A quién se le ocurrió que sería interesante ver cómo conviven unos completos desconocidos encerrados en una casa? ¿Por qué alguien gastaría su tiempo libre viendo cómo Kim Kardashian pelea con sus frívolas hermanas o planea una fiesta de cupcakes?

Analia Michelengeli, una autoridad en realities por su experiencia en la producción de 20 programas de este tipo, explica en diálogo con El País que esta es la generación del reality y nos hace un poco de historia. Es que este estilo no es tan nuevo. En 1948 una cámara escondida fue la protagonista del programa *Candid Camera* en Estados Unidos. Y los concursos de TV de los años 50 fueron como los abuelos de los realities de hoy.

El pionero del género como tal fue *An American Family*, un programa de 1971 en el que una cámara seguía semana a semana la vida de una familia, cuyos integrantes saltaron al estrellato. Canales de Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido (1974) copiaron el concepto, pero no fue un fenómeno global.

En 1989, la cadena FOX se anotó un hit con *Cops*, un seriado en el que aún hoy, 23 años después, graban a agentes de policía enfrentando a los criminales. *Cops* se ha grabado en más de 144 ciudades, desde Alaska hasta Singapur y América Latina.

Esta mina de oro fue adaptada en los años 90 para otras profesiones. Metal al que le sacó brillo el holandés Erik Latour en 1991 en *Nummer 28*, con el ingrediente del encierro: 28 desconocidos compartiendo una casa durante tres meses.

El éxito le mereció que el canal musical MTV hiciera su versión un año después: *The Real World*. Pero el género lo perfeccionó en 1999 el

holandés John de Mol con *Big Brother* o *Gran Hermano*, un espacio con versiones en 70 países.

*Big Brother* fue realmente el gran padre de los realities, “el primero que hizo rentable esa fascinación que el ser humano siente por la vida privada de sus pares. Mostró que no solo los famosos son interesantes, que los anónimos son ratoncillos de laboratorio cuyos comportamientos queremos juzgar, amar, copiar, odiar”, dice la psicóloga Ana de la Vega.

Hoy, la variedad es insólita: vemos a intocables ídolos del heavy metal con fama de satánicos lavándose los dientes y regañando a sus hijos en bata y pantuflas. A mujeres hermosas y solitarias luchando a muerte por un soltero que al final juega con todas. A obesos sudando por un kilo menos y a centenares de seres con un sueño: ser cantantes, chefs, modelos, lo que sea que los acerque al ‘dios fama’.

Laboratorios humanos. El tema obligado es por qué Elianis mechoneó a Óscar, o si Edwin estaba realmente enamorado de Manuela. Si eran verdaderas o fingidas las peleas entre Amparo Grisales y Jairo Martínez, los jurados del reciente *Yo me llamo*. O si los costeños de *El Desafío* se creen superiores a los de otras regiones.

Lisandro Penagos, profesor de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente, sostiene que el éxito de los realities se debe a que así somos: intrigantes, chismosos, tramposos y competitivos. Buscamos el camino más corto, y como nos venden la idea de que es un juego, lo tratan de minimizar allí, pero eso es lo que sucede en la vida cotidiana. “Colombia tiene las condiciones para aceptar lo que un reality propone: es decir, nos dan lo que nos gusta”.

Con estos laboratorios del comportamiento humano, paradójicamente el debate siempre versa sobre qué tan reales son. Que son libretados y manipulados lo sospechan los televidentes. Y lo confirman críticos de televisión como Germán Yances. “Los productores fabrican

y controlan la realidad que se desarrolla en los realities desde el momento mismo en que seleccionan a los concursantes con criterios que les garanticen choque de personalidades”, dice.

Lo que prima, según Ricardo Bermúdez, productor ejecutivo de *Protagonistas de Nuestra Tele*, es buscar participantes con personalidad, carisma, actitud, talento y manejo escénico: “Un actor necesita tener arrojo, ganas de comerse al mundo”.

En palabras de la realizadora de realities Analia Michelengeli, “los participantes son chicos que quieren sobresalir y vienen decididos a hacer de todo; es una generación más brava, con un carácter más fuerte que la de los 80 y 90”, dice con la experiencia de haber dirigido 20 realities en diversos países y géneros.

Penagos insiste en que el éxito no solo es comercial por el índice de sintonía y el valor de la pauta publicitaria que ese rating supone, sino por la exacerbación del morbo de las audiencias que tienen que sentirse identificadas para que el producto les guste.

Bermúdez niega enfáticamente cualquier tinte de manipulación de contenido. “Todos los medios estuvieron como invitados en la Casa Estudio de *Protagonistas de Nuestra Tele* y vieron cómo se hace un producto limpio, claro, transparente desde la producción y el contenido y que no hay nada libreteado ni manipulado como se piensa”.

Sin embargo, Penagos dice que así como analistas concluyeron que no se podía atribuir toda la culpa del Holocausto judío a Hitler, puesto que todo el pueblo alemán aceptaba las ideas que él imponía, igual pasa con los realities: toman el chisme, la intriga y los pormenores del día a día y los trasladan a un set, una casa estudio, a la pantalla. “Y su éxito (de audiencia) está en que representa bien lo que somos”.

Decir que el reality tiene un libreto son “especulaciones más por desconocimiento y

ruido que por un análisis concienzudo”, dice Bermúdez. Y atribuye el éxito de *Protagonistas* a que es el único reality en Colombia con convivencia casi que en directo o con una diferencia muy corta entre los hechos y su emisión: 48 horas.

Esos dos días les dan el margen para incluir elementos o provocar situaciones que desencadenen más emociones o reacciones primarias. De ahí que otros formatos criollos no son considerados realities propiamente dichos: unos son pregrabados con mucha antelación, como el *Desafío 2012, el fin del mundo*, del Canal Caracol, otros no tienen convivencia y otros se emiten en directo, y si no pasa nada entre los participantes, se cae en la monotonía.

En esos casos, la estrategia de la productora es “sacarles los trapos sucios” a los participantes en los otros medios como prensa y radio. Por ejemplo, publican pormenores como un intento de suicidio o el pasado delictivo. Lo que en concepto de Yances es una mala práctica periodística y una abierta manipulación con la intención de fabricar un escándalo que incentive el rating.

¿Cuánto durará el auge de los realities? El formato se cura rotándose automáticamente para no cansar a las audiencias: así pasa de sobrevivientes (*Survivor*), al de competencias, cambia al de convivencia en situaciones de encierro o dificultad al de talentos como canto, baile, actuación, culinaria, diseño de modas, granja, deportista extremo, etc.

La única opción que tienen sus detractores es cambiar primero la sociedad para que no consuma el formato. Pero ese cambio no se da por decreto ni reglamentaciones, ni por críticas ni consejos. “La solución no viene de la pantalla, sino desde quien está al frente de la pantalla”, concluye Penagos.

Por lo pronto, su éxito financiero está asegurado porque es un formato de bajo costo que no se agota.



3. Ten en cuenta las respuestas anteriores y el texto que acabas de leer y en tu mismo grupo responde:

a. En tus palabras, define qué es un reality show.

Handwriting practice area for question a, featuring a vertical red margin line on the left and ten horizontal blue lines for writing.

b. ¿Cuál es tu opinión sobre los reality shows que se presentan en Colombia?

Handwriting practice area for question b, featuring a vertical red margin line on the left and ten horizontal blue lines for writing.



#### 4. Lee el siguiente ensayo.

### Los “realities” y su influencia en la juventud colombiana.

Colegio Calasanz. Bogotá  
Juan Carlos Chacón Olier 11ºA

Los canales de televisión del mundo están siendo invadidos por una nueva corriente de programas, los reality shows; *Gran Hermano*, *Pop Stars*, *Protagonistas de Novela*, *Expedición Robinson*, son algunos de éstos que están acabando con los ratings de la televisión. Programas de la vida, telenovelas sin libretos, entre otras, son las formas como son llamados estos realities.

Su producción, aunque es costosa, no es muy complicada; lo realmente complejo es el montaje del escenario; una casa, una isla, un barco, lleno de cámaras, que graban segundo a segundo el desarrollo de cada día de los protagonistas de estos shows. Finalmente, las escenas más sensacionalistas y llamativas son editadas y llevadas al público. Este, que cada vez exige más escándalo en los programas que ve, tiene voz y voto en muchos de éstos, así pudiendo armar un cuadrilátero de hipocresías en la televisión.

Como afirmo anteriormente, lo importante de estos shows es el sensacionalismo, la carrera de los ratings, que antes era colocar la mejor telenovela mexicana que motivara las emociones del espectador, ahora se ha vuelto en la carrera de cuál canal arme la mejor batalla en la televisión, así atrayendo a los espectadores que, por cada segundo que pasa esperan ver una nueva pelea.

El deseo del espectador de no perderse ni un segundo del programa, el buscar la forma de armar controversia, el sentirse identificado con uno de los personajes, el reír y el llorar con ellos, sólo demuestra que estos realities son el reemplazo de las novelas mexicanas y venezolanas, que ahora las tienen para rellenar horarios, que su finalidad era simplemente atraer al público, pero estos realities son más llamativos, porque aparentemente no son sucesos planeados ni repetitivos como los de las novelas, éstos están llenos de sorpresas, cosas nuevas, y tiene algo que le gusta mucho al público, “EL DESEO DE TODO COLOMBIANO”,

la capacidad de intervenir en un programa de televisión, aunque ésta no sea tan real.

Estos realities no sólo se han vuelto un escenario sensacionalista para satisfacer los deseos sádicos de los televidentes, sino también están entrando en dos ámbitos importantes en nuestra sociedad, el del mercado y el político. Por el primer punto, podemos observar que los promotores de estos shows son siempre productos del mercado, cada metro del escenario está adornado de alguna forma que muestre al público que tus personajes “favoritos” utilizan esta marca de desodorante, de arroz, de crema dental, etc. el mensaje subliminal que nadie aparenta ver está siempre presente y obviamente va resultar en una sociedad tan consumista como la nuestra.

Una muestra del segundo punto es el Presidente de la Republica Colombiana, el 23 de octubre del presente año, dijo ante el Consejo que en el mejor lugar donde se había explicado el referendo era en un reality show, *Gran Hermano*. Es decir, retornando todo lo anterior, los realities no sólo buscan aumentar los ratings del canal y obviamente aumentar el consumismo de los productos de sus promotores, sino también el hacer promoción política a través de ellos.

Pero todos los realities son diferentes, cada uno tiene características personales según su finalidad. Por ejemplo, *Pop Stars* tenía una finalidad definida, montar un grupo de música pop; la finalidad de *Protagonistas de Novela* era crear dos buenos actores, que al final terminó saliendo el que menos actuaba simplemente porque era el que más le gustaba al público es otra cosa; *Expedición Robinson*, realmente no tenía una finalidad tan “profunda” como la tenían las dos anteriores, simplemente era enviar a gente de diferentes lugares de Colombia para que compitieran entre ellos, no tanto para ver cuál era el que más sobrevivía en la mitad de la nada, que era su verdadero reto, sino para quien era el más perspicaz y armaba la mejor discordia. Y finalmente *Gran Hermano*, personas

sin ningún intento en especial encerradas en una casa sin poder salir (al igual que en todas las anteriores) para ver quién puede más con el público sin importar cómo se lo ganen.

El resultado del éxito de los realities anteriores, son sus segundas partes; tanto *Expedición Robinson* como *Protagonistas*, sacaron sus segundas versiones que tuvieron tanto éxito como las primeras, pero el porqué de éste es sencillo, éstas ofrecían un mayor sensacionalismo que las primeras, donde al igual que la emoción del espectador, la discordia entre los personajes de esta nueva novela real aumenta.

Pero el problema no sólo radica en el espectador, sino también en el participante. Éste sólo busca el salir en televisión, otro sueño del colombiano, volverse famoso sin importar el precio. No importa sobre quién pasemos encima mientras que lleguemos a la cima, los valores humanos son desechados simplemente por lograr ese deseo, llegar al final del concurso

aunque sean dobles con los que llaman sus amigos. Lo peor de todo esto, insisto, es que el televidente lo permite y lo disfruta, además, la ley que consentía que los horarios en la televisión estuvieran vetados, es decir, que hubiera horario infantil, fue cancelada; eso quiere decir que estos programas, los realities, que no están censurados para un público de menores, se pueden ubicar a cualquier hora del día sin importar qué televidentes tenga. Esto aún no sucede, pero el problema es que los adultos permiten que sus hijos vean estos programas en los cuales los valores están en decadencia.

En conclusión, los realities aunque han aumentado los ratings, están ayudando a que nuestra sociedad disminuyan sus valores, permitiendo que en la televisión, a la cual todo el mundo tiene acceso, se muestren programas en donde lo importante es mantener al público ocupado aunque éste se vuelva cada vez más decadente.



5. Con base en el anterior ensayo, responde las siguientes preguntas:

a. ¿Cuál es la influencia que los realities dejan en los televidentes?

Handwriting practice area with 12 horizontal lines and a vertical red margin line on the left.

b. ¿Algún realitie los ha influencia en algún momento?, Explica.

Blank writing area with horizontal lines and a vertical margin line on the left.

 6. Ahora, escoge un líder en tu grupo y socializa las respuestas.

**Actividad 2: Expone y argumenta tus conclusiones.**

 1. Observa el video que tu docente presenta en pantalla. Presta mucha atención y discute con tus compañeros sobres los realities que han visto. Escríbelos diferenciando aquellos que opinas son entretenidos o aburridos, compártelos con el resto de tus compañeros:

**Entretenidos**

Blank writing area with horizontal lines and a vertical margin line on the left.

**Aburridos**

Blank writing area with horizontal lines and a vertical margin line on the left.

 2. De estos realities escojan uno en su grupo para realizar su análisis. Para este análisis tengan en cuenta los siguientes interrogantes:

a. ¿En qué horario se transmitía o transmite el reality?

Empty rounded rectangular box with a vertical red margin line on the left and horizontal blue lines for writing.

b. ¿Cuál es la dinámica del reality?

Large empty rounded rectangular box with a vertical red margin line on the left and horizontal blue lines for writing.

c. ¿Cuál es el lenguaje que se usa? Ten en cuenta al presentador y a los participantes.

d. ¿Se realiza censura al lenguaje?

e. ¿Qué temas se desarrollan en el reality?

f. ¿Por qué se decide trabajar sobre estos temas?

g. ¿Cuál es la intención al desarrollar estos temas?

h. ¿Cuál es la trama que maneja el realitie para mantener el suspenso?

**Nota:** Tengan en cuenta la relación del realitie con la realidad vivida en Colombia.

-  3. Expone tu análisis ante el resto de tus compañeros. Pueden presentar fragmentos del reality. En el momento en que tus compañeros exponen, aporta mayor información si la posees o realiza preguntas.

### Actividad 3: Los realities y su influencia.

-  1. Es tiempo de que escribas tu opinión.

Para esto, de manera individual, realiza un ensayo argumentativo en el cual expongas tu punto de vista sobre cómo estos realities influyen en la vida de los televidentes en Colombia.

No olvides usar correctamente la estructura del ensayo, la coherencia y la ortografía.

Puedes basarte en el ensayo de Juan Carlos Chacón.

Blank writing area with horizontal lines for the student to write their opinion.

Lined writing area with a red margin line on the left and 20 horizontal blue lines.

 2. Cuando tengas listo tu ensayo, únete a un compañero y usa la rejilla de verificación para retroalimentar su trabajo.

Aspectos a evaluar	Si	No	¿Porqué?	Recomendaciones para la re-escritura
<p>1. Con relación a la consigna del ensayo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El texto presupone el trabajo de investigación requerido.</li> <li>• Se propone claramente una problemática sobre el tema.</li> </ul>				
<p>2. ¿El texto es coherente? Es decir, el texto conserva una continuidad temática a lo largo de sus diferentes secciones, sirviéndose para ello de conectores adecuados y pertinentes.</p>				
<p>3. ¿El texto es cohesivo? Es decir, en el nivel específico de las oraciones se respetan las correspondencias de género, número y formas verbales.</p>				
<p>4. ¿El texto es adecuado? Es decir, no se utilizan muletillas o expresiones propias del lenguaje oral.</p>				
<p>5. El texto respeta las reglas básicas de ortografía y puntuación.</p>				



## Resumen

 Se organizan cuatro sillas que den la espalda al tablero. Un grupo será el encargado de sentarse por turnos en las sillas. En pantalla, el docente escribe nombres de realities, aspectos sobre el análisis de los realities, o frases de los realities y los demás estudiantes, en sus mismos grupos tendrán la oportunidad de proveer pistas para que el grupo sentado adivine lo que está escrito en pantalla.

Los puntos si el grupo adivina, serán tanto para ellos como para el grupo que daba las pistas.



## Tarea

 A partir de la co-evaluación de tus compañeros re-escribe tu ensayo

## Lista de referencias

Chacón, J. (2003) *Los realities y su influencia en la juventud*. Recuperado de:  
[http://www.usergioarboleda.edu.co/comunicacion/realities\\_ensayos\\_influencia.htm](http://www.usergioarboleda.edu.co/comunicacion/realities_ensayos_influencia.htm)

Colprensa (2012) *Así nacieron los programas de revolucionaron la tv*. El colombiano. Recuperado de:  
[http://www.elcolombiano.com/reality\\_show\\_asi\\_nacieron\\_los\\_programas\\_que\\_revolucionaron\\_la\\_tv\\_en\\_el\\_mundo-KFEC\\_207278](http://www.elcolombiano.com/reality_show_asi_nacieron_los_programas_que_revolucionaron_la_tv_en_el_mundo-KFEC_207278)