

TESIS
2567

Universidad del Salvador

**Facultad de Ciencias de la Educación
y de la Comunicación Social**

Carrera: Publicidad

Materia: Seminario de Investigación

Titular: Profesor Juan Bautista GONZALEZ SABORIDO

Alumna: María Elena Papaleo

Tesina Tema: La Televerdad

Julio 1998



A mis seres queridos.

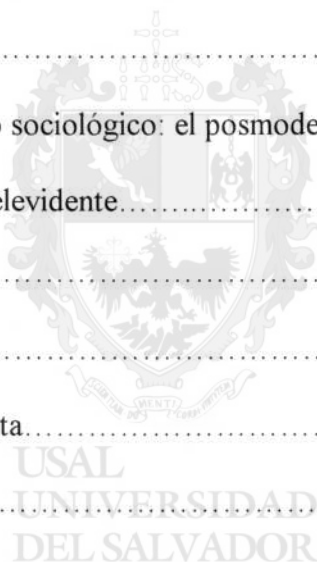


USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Indice

¿Por qué este tema?.....	1
Introducción.....	4
1. Tema - Problema.....	6
2. Hipótesis.....	8
3. Paradigma.....	9
4. La programación actual de la TV.....	14
5. Antecedentes históricos.....	16
5.1. El género en el mundo.....	17
5.1.1. La era norteamericana.....	17
5.1.2. La Telerealidad en el Reino Unido.....	20
5.1.3. El caso español.....	22
5.1.4. La Televerdad en Italia.....	24
5.1.5. Características del género en Francia.....	26
5.1.6. Evolución en Alemania.....	29
6. El género en nuestro país.....	33
6.1. Los noticieros.....	34
7. La Televerdad: un cambio en la comunicación.....	35
7.1. Características de la Televerdad o “Reality Show”.....	35
7.2. El narrador.....	36
7.3. La intimidad perdida.....	37
7.4. Historias de gente común.....	37

7.5. La ficción y la realidad.....	38
7.6. Comparación con la tragedia.....	41
7.7. La Neo TV.....	42
7.8. Un caso en particular: Los programas de Mauro Viale.....	44
8. Todo por el rating.....	48
8.1. Algunas mediciones.....	49
9. Los defensores del género.....	51
10. El problema moral.....	52
10.1. El Consejo de Europa.....	53
10.2. La opinión de la Iglesia.....	55
11. La Televerdad como fenómeno sociológico: el posmodernismo.....	57
12. Actitudes contradictorias del televidente.....	61
13. Investigación de campo.....	64
13.1. Modelo de encuesta.....	66
13.2. Datos obtenidos en la encuesta.....	69
13.3. Gráficos y cuadros.....	74
14. Conclusiones.....	81
15. Bibliografía.....	87



¿Por qué este tema?

Criterios de elección del tema

Elegimos este tema porque existe actualmente en nuestro país un fuerte debate sobre este género televisivo.

La Televerdad ha cobrado un mayor auge en los últimos años y produce todo tipo de opiniones en muchos casos opuestos.

Creemos que el análisis de este fenómeno puede ayudarnos a un mayor conocimiento de los medios de comunicación social, de las necesidades e intereses de los televidentes y de nosotros mismos como miembros de una comunidad con características propias.

Este tema nos permite el estudio desde diversas perspectivas como son: los intereses de los propietarios de los medios, el debate sobre el papel que los medios cumplen en la sociedad, los intereses y necesidades de los televidentes, sus opiniones y actitudes; el análisis de los profesionales de la comunicación sobre la televisión y los argumentos de detractores y defensores del género.

Pensamos que el auge de este tipo de programas y el rechazo que a su vez provoca nos está indicando actitudes contradictorias en nuestra sociedad que vale la pena analizar.

- ◆ Necesidad social: creemos que el auge de la Televerdad es un fenómeno que refleja la necesidad de la sociedad de consumir este tipo de programación por lo cual está reflejando algún tipo de carencia o de

necesidad insatisfecha en los televidentes. Por ello pensamos que es de necesidad social abordar este tema para indagar en los motivos que llevan al consumo de este género televisivo y acercarnos a una conclusión que realice algún aporte al conocimiento de nuestra comunidad.

- ◆ Pertinencia: creemos que el trabajo es de utilidad para acercarnos a una interpretación de la realidad lo más acertada posible.
- ◆ Viabilidad: opinamos que el tema de estudio es viable y puede obtenerse del mismo una respuesta clara y precisa que contribuya a profundizar el conocimiento de la problemática planteada.
- ◆ Interés social: el trabajo tiene por fin ser de interés científico y contribuir a un mayor conocimiento del hombre y de la sociedad actual.
- ◆ Interés institucional: esta investigación es de interés para la institución ya que pretende analizar una problemática que le incumbe en forma directa. La Televerdad es un fenómeno que nos lleva a analizar diferentes aspectos de la comunicación social como el uso que se hace de los medios de comunicación, los intereses y la política practicada por sus propietarios, la actitud de los comunicadores sociales, las conductas y opiniones de los televidentes; así como el papel que les atañe a los

medios de comunicación social como instrumento para el logro del bien común.

- ◆ Interés individual: nosotros pensamos que el análisis del tema elegido puede llegar a conclusiones útiles para un mayor conocimiento de nosotros mismos. La Televerdad es un fenómeno en pleno auge en nuestro país y que provoca mucha polémica en la sociedad ya que no queda claro cuáles son los límites a los que se puede llegar en nombre del derecho a la información y cuál es el lugar que le cabe al derecho a la intimidad.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

En este trabajo describiremos las características del género televisivo conocido como Televerdad, sus antecedentes en otros países del mundo y las características que presenta dicho género en nuestro país.

El trabajo se inscribe en el marco del paradigma del constructivismo social.

Se analizará la función que cumplen y/o deberían cumplir los medios de comunicación social en la sociedad así como los intereses que mueven a los dueños de los mismos y la responsabilidad que les atañe como instrumento al servicio de la comunidad.

Por otro lado estudiaremos las actitudes, opiniones y conductas de los televidentes frente a los programas de este género. Intentaremos encontrar los motivos que llevan a los espectadores a consumir este tipo de espectáculo.

El trabajo de investigación se presentará en 2 etapas:

- ◆ **investigación documental:** -mediante compulsas bibliográficas-
- ◆ **investigación de campo:** -a través de encuestas personales a televidentes-

Diseño de la investigación: exploratorio.

Tiene por fin recabar información preliminar y ser de utilidad como primer acercamiento al tema.

La investigación busca lograr los siguientes objetivos:

- ◆ Describir las características del género conocido como Televerdad o "Reality Show".
- ◆ Describir sus antecedentes en la televisión y su situación actual.
- ◆ Analizar las particularidades del género en nuestro país.
- ◆ Determinar el papel que cumplen los medios de comunicación social en la sociedad y su responsabilidad en la selección de la programación.
- ◆ Investigar las opiniones, actitudes y conductas de los televidentes.

La investigación de campo se limitó a una muestra no probabilística de Capital Federal y Gran Buenos Aires durante los meses de Mayo y Junio de 1998.

Los resultados de la misma no son extensivos al universo sino que son válidos sólo para los casos estudiados en el tiempo y lugar antes mencionados.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

1. Tema - Problema

Tema

Como anticipamos en la introducción, **el tema elegido para esta investigación es la Televerdad mejor conocida como “Reality Show”.**

Este género televisivo surgió en el mundo en la década del ochenta y su presencia en los medios fue aumentando con el paso del tiempo.

La Televerdad es un género que refleja una tendencia muy marcada a mostrar a la gente común relatando sus dramas personales frente a las cámaras. Asistimos a un producto en el que se pierden los límites entre lo privado y lo público y se mezclan la realidad y la fantasía.

Resulta paradójico que en pleno auge de la aldea global la televisión tenga éxito a través de la “proximidad” y la “intimidad”.

Problema

Los programas de televisión del estilo de “Mediodía con Mauro” de Mauro Viale -en el aire hasta hace poco tiempo- y “Memoria” conducido por Samuel Gelblung son muy criticados por los televidentes y por el periodismo. Al mismo tiempo están o han estado entre los programas de mayor rating. ¿A qué se debe este fenómeno?

Los medios de comunicación tienen un grado de responsabilidad en la selección de la programación; pero ¿Qué sucede con el televidente? ¿Por qué no cambia de canal? Si lo hiciera estos programas no saldrían al aire.

La audiencia tiene el poder de utilizar el control remoto para no verlos y sin embargo no lo hace.