



Facultad de Ciencias de la Comunicación

Trabajo de investigación:

Percepción de televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en Lima durante el 2018

Autores:

Brenda Yessenia Auccasi Suárez

Rodrigo Martín Pastor Huarca

Asesores:

Carlos Prado Morales

Rafael Mugruza Villafane

**para obtener el Grado Académico de Bachiller en
Ciencias de la Comunicación**

Lima, 27 de julio de 2019

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo conocer la percepción de los televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show “Tengo algo que decirte” transmitida en el canal 2 en Lima durante el 2018, cuyos objetivos específicos son: Describir el impacto del lenguaje narrativo del programa en los televidentes y usuarios de YouTube, el impacto de la musicalización del programa en los televidentes, y la opinión de expertos respecto a la estructura del programa. Se presenta como un proyecto factible que propone, como producto comunicacional, un prototipo de programa que ofrece cambios y/o mejoras en la propuesta actual. Esto permitirá mitigar posibles fallos y ofrecerá beneficios en el número de audiencia.

El trabajo de investigación es de diseño cualitativo y se abordó una investigación de campo para describir los efectos positivos y negativos. Es de tipo sustantivo, y su alcance o nivel de investigación es correlacional. Se aplicó la técnica Delphi a especialistas en producción audiovisual, uno de ellos fue la misma productora del programa “Tengo algo que decirte” y el otro fue el productor general de la FACO de la UTP Luis Cabrera. También se utilizó la escala de Likert a una muestra significativa del público televidente, que permitió obtener información descriptiva, exploratoria y contextualizada.

Gracias a los análisis de los resultados, se pudo observar cuál fue el punto de vista del público espectador y especialistas en cada una de las preguntas, se realizaron gráficas que posibilitaron observar a simple vista los resultados, recalando las respuestas más significativas. De esta manera se permitió realizar las conclusiones que daban respuesta a las hipótesis establecidas.

Palabras clave: Talk Show, violencia de género, televisión basura, lenguaje narrativo, musicalización, percepción, sensacionalismo, estructura, morbo.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedicamos Hiromi Toguchi, bibliotecaria del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán, por el apoyo brindado durante la búsqueda de fuentes, ya sea libros, documentos o archivos de casos de violencia contra la mujer. Por el buen trato, por los consejos y por las enseñanzas que obtuvimos de su persona en el poco tiempo que la conocimos. Una excelente mujer y gran amiga.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia, agradecemos el apoyo de nuestros asesores, que día a día fueron el soporte para la elaboración de este trabajo de investigación. A ellos, que además de orientarnos y transmitirnos sus conocimientos como buenos formadores, dedicaron tiempo y esfuerzo para que finalmente este trabajo resulte exitoso. Además, agradecemos a nuestros padres, quienes desde el primer día en la institución han sido un gran apoyo y motivación para nosotros. Gracias por su confianza y su afecto en los momentos difíciles.

Declaración de Autenticidad y No Plagio
(Grado Académico de Bachiller)

Por el presente documento, yo Brenda Yessenia Auccasi Suárez, identificado/a con DNI N° 76261457, egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación, informo que he elaborado el Trabajo de Investigación denominado “El efecto del programa talk show “Tengo algo que decirte” y su relación con la violencia contra la mujer en Lima durante el 2018”, para optar por el Grado Académico de Bachiller en la carrera de Ciencias de la Comunicación, declaro que este trabajo ha sido desarrollado íntegramente por el/la autor/a que lo suscribe y afirmo que no existe plagio de ninguna naturaleza. Así mismo, dejo constancia de que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no se ha asumido como propias las ideas vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos como en Internet.

Así mismo, afirmo que soy responsable de todo su contenido y asumo, como autor, las consecuencias ante cualquier falta, error u omisión de referencias en el documento. Sé que este compromiso de autenticidad y no plagio puede tener connotaciones éticas y legales. Por ello, en caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a lo dispuesto en las normas académicas que dictamine la Universidad Tecnológica del Perú.

Lima, 20 de Abril de 2019



Brenda Yessenia Auccasi Suárez

DNI: 76261457

Declaración de Autenticidad y No Plagio
(Grado Académico de Bachiller)

Por el presente documento, yo Rodrigo Martín Pastor Huarca, identificado/a con DNI N° 73247717, egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación, informo que he elaborado el Trabajo de Investigación denominado “El efecto del programa talk show “Tengo algo que decirte” y su relación con la violencia contra la mujer en Lima durante el 2018”, para optar por el Grado Académico de Bachiller en la carrera de Ciencias de la Comunicación, declaro que este trabajo ha sido desarrollado íntegramente por el/la autor/a que lo suscribe y afirmo que no existe plagio de ninguna naturaleza. Así mismo, dejo constancia de que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no se ha asumido como propias las ideas vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos como en Internet.

Así mismo, afirmo que soy responsable de todo su contenido y asumo, como autor, las consecuencias ante cualquier falta, error u omisión de referencias en el documento. Sé que este compromiso de autenticidad y no plagio puede tener connotaciones éticas y legales. Por ello, en caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a lo dispuesto en las normas académicas que dictamine la Universidad Tecnológica del Perú.

Lima, 20 de Abril de 2019



Rodrigo Martín Pastor Huarca

DNI: 73247717

ÍNDICE DE TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	5
INTRODUCCIÓN.....	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
ANTECEDENTES.....	14
I. EL CUERPO	
1. Talk Show en la televisión nacional	
1.1 Definición de talk show.....	18
1.2. Talk show en el Perú.....	18
1.2.1 Perú y los primeros programas talk show.....	19
1.3 Géneros del talk show.....	19
1.3.1 En base a la entrevista.....	19
1.3.2 En base a géneros coloquiales y de debate.....	20
1.4 Características del talk show.....	20
1.5 Proceso de producción televisiva.....	23
1.6 Críticas a los talk shows.....	24
1.7 La mujer y los talk shows.....	24
1.7.1 Participación de la mujer en programas talk shows.....	25
2. Violencia de género en el Perú	
2.1 Definición de violencia de género.....	27
2.2 Estadísticas de violencia de género a nivel mundial.....	28
2.3 Violencia contra la mujer.....	29
2.3.1 Definición.....	29
2.3.2 Origen.....	30
2.3.3 Actualidad.....	31

2.3.4 Tipos de violencia.....	32
2.3.5 Protagonistas.....	33
2.3.5.1 Características de la víctima.....	33
2.3.5.2 Características del agresor.....	34
2.3.6 Causas.....	34
2.3.7 Consecuencias.....	35
3. Violencia contra la mujer y el programa nacional talk show.....	36
3.1 Análisis de programa nacional “Tengo algo que decirte”.....	36
3.1.1 Realización y contenido.....	37
4. YouTube y la televisión nacional.....	38
II. METODOLOGÍA.....	39
2.1 Población y muestra.....	41
2.1.1 Población.....	41
2.1.2 Muestra.....	41
2.1.3 Muestreo.....	41
III. RESULTADOS ENCONTRADOS.....	42
3.1 Resultados de la encuesta.....	42
3.2 Entrevista a la productora del canal, Jessica Maza Garcés.....	53
3.3 Entrevista al productor, Luis Cabrera.....	54
3.4 Metodología de observación: Contenido del programa.....	55
IV. PROPUESTA COMUNICACIONAL.....	57
4.1 Propuesta.....	57
4.2 Diagnóstico.....	57
4.3 Objetivos.....	58
4.4 Público.....	58
4.5 Desarrollo.....	58
4.5.1 Bloques del programa	59
4.5.2 Pauta básica del programa.....	61
4.5.3 Cronograma.....	62

4.5.4	Guion televisivo.....	63
4.5.5	Rubros a considerar en el presupuesto de producción.....	66
V.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	67
5.1	Impacto en el público de YouTube.....	68
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
6.1	Percepción del lenguaje narrativo.....	70
6.2	Percepción de la musicalización.....	70
6.3	Percepción en YouTube.....	70
6.4	Recomendaciones.....	71
	BIBLIOGRAFÍA.....	73
	ANEXO 1: GLOSARIO.....	77
	ANEXO 2: FICHA DE TAREA DE INVESTIGACIÓN.....	78

INTRODUCCIÓN

En los inicios de la televisión peruana y con las primeras transmisiones comerciales por parte de América Televisión (1958) y Panamericana (1959), los programas priorizaban principalmente contenido cultural y patriótico, tales como espectáculos teatrales de hechos históricos o héroes nacionales, bloques de música clásica, cultura peruana, entre otros. Sin embargo, con el transcurso de los años y finalizando la década de los sesenta, empezó a notarse un cierto cambio en la televisora, añadiendo así, contenidos un tanto vulgar y poco cultural, dentro del cual se encuentran formatos como los conocidos “talk shows”.

Dichos formatos comienzan a surgir años antes de los 80, cuando la televisión estadounidense era muy formal y tenía sus géneros bien definidos. Guardaban una clasificación muy marcada los espectáculos, las noticias, los programas de ficción y los informativos. Sin embargo, tiempo después surgieron algunos cambios, debido básicamente a dos factores importantes: el surgimiento de una gran cantidad de canales por cable y las innovaciones en tecnología que toman origen a partir de esta década. Nuestro país, que no fue ajeno a este proceso, en 1998 se encontró con el aumento de programas en la televisión nacional, lo que ocasionó que directores y productores buscaran mayor nivel de sintonía. Para ellos, el producir programas se convertía en algo más que una competencia, una lucha de supervivencia por el añorado “rating”, razón por la cual, hasta hoy en día a pesar de las críticas y los escándalos aún se reproducen programas de este tipo.

En el país, los ya conocidos talk shows ocupaban horarios donde solían darse programas de concursos, noticias, dibujos animados o series familiares. Esto significó, de alguna forma, una ruptura al concepto de televisión clásica de horario familiar o infantil. Además, representó una serie de cambios en los gustos del público espectador que reemplaza el horario familiar por el morbo o programas donde se ventilan temas privados e íntimos de personas ajenas. Los temas que se abordan en ellos siempre fueron considerados “duros”, una característica que los diferencia; además de ser inescrupulosos y sin ningún tipo de vergüenza.

Los talk shows junto a otros programas basados en chismes dominaban la agenda temática de la población, al punto de sospechar ser este formato una intención del gobierno para distraer a la opinión pública, puesto que, tanto antes como en la actualidad no es raro

darse cuenta que mientras se vive una situación política complicada, la gente parece saber más de las riñas entre artistas del momento.

Sin embargo, la problemática no está necesariamente en los temas que se tratan, pues, si bien es innegable la dureza con la que se presentan, podrían ser abordados de una mejor manera si estos contribuyeran a entretener de manera adecuada, informar y generar una opinión en el espectador. El error está entonces en la manera cómo son tratados; en otras palabras, en esos programas además de dar a conocer abiertamente la intimidad ajena, los invitados junto al conductor del programa y el público, morbosamente hacen culto al moralismo barato, la crítica hipócrita y la indiferencia.

Otro de los factores por los que se aceptó este tipo de formato en la televisión nacional, es el nuevo espacio que les generó a las mujeres para expresarse, considerando que la voz femenina en nuestra sociedad ha estado histórica y culturalmente silenciada. Por tal motivo, la aparición de estas nuevas figuras en los sectores C y D, motivó a que la población considere a los programas talk shows como lugares de expresión para personas de escasos recursos económicos.

Por otro lado, el tema de violencia contra la mujer es un problema presente en nuestra sociedad, más aún durante los últimos años, en los que hemos podido ser testigos, vía medios de comunicación, de casos que muchas veces han quedado sólo en situaciones de impunidad. Según lo afirmó la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2013), este flagelo se considera todo un problema social a nivel mundial, que afecta tanto a la salud pública como a los derechos humanos de víctimas mujeres que no encuentran justicia por parte de las autoridades.

En el Perú, los casos más indignantes son aquellos en los que mujeres son violentadas físicamente por sus propios familiares, ya que este acto implica la vulnerabilidad de su integridad como persona y sus derechos fundamentales que el Estado no consigue solucionar. A pesar de los programas o diversos proyectos incentivados por el mismo, no se logra rehabilitar a las víctimas, quienes terminan pasando por un evento traumático de por vida que afecta tanto su salud física y psicológica. Además, es la agresión física y de identidad, la que mayormente termina por perjudicar su comunicación y vínculo con su entorno social y familiar.

Como mencionó Fernández (2009), a las mujeres se les conciben ciertas características, tales como la dependencia, la sumisión, la pasividad, el tabú sexual, el ser para otros y la prohibición de disfrutar del placer. De esta manera, es afirmado el hecho que las mujeres están más expuestas a sufrir este tipo de violencia que no sólo es físico sino también psicológico, el cual es ocasionado por hombres que se sienten con autoridad de ejecutar dichos actos, pues consideran ser ellas más débiles (p.19). Por ello, el tema está enfocado en la mujer y la agresión hacia su persona. Al ser una situación tan delicada para la víctima, nos encontramos en la interrogante si realmente estos formatos televisivos conocidos como “talk show” la favorezcan o perjudiquen aún más.

Es importante encontrar la utilidad que tienen estos programas talk shows y en especial “Tengo algo que decirte”, en temas vinculados a la violencia contra la mujer pues se desconoce el impacto que este genera en la sociedad. Por ello, se espera diagnosticar y analizar esta situación para en lo posible, implementar mejoras en cuanto a producción y contenido de este formato.

Se pretende, conocer la percepción de los televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show “Tengo algo que decirte” transmitido en el canal 2, considerando que es un punto necesario para analizar el impacto que genera en la sociedad a través de este medio televisivo.

Problema principal:

¿Cuál es la percepción de televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en Lima durante el 2018?

Problemas específicos:

¿Cuál es el impacto del lenguaje narrativo del programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en los televidentes y usuarios de YouTube de Lima?

¿Cuál es el impacto de la musicalización del programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en los televidentes de Lima?

¿Cuál es la opinión de expertos respecto a la estructura del programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en Lima?

Objetivo general:

Conocer la percepción de los televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en Lima durante el 2018.

Objetivos específicos:

Describir el impacto del lenguaje narrativo del programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en los televidentes y usuarios de YouTube de Lima.

Describir el impacto de la musicalización del programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en los televidentes de Lima.

Describir la opinión de un sociólogo y dos productores respecto a la estructura del programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 de Lima.

ANTECEDENTES

Internacional

Jiménez Iglesias, Estefanía (2010) realizó una investigación de posgrado con el objetivo de: Descubrir de qué manera se ven los talk shows y si existen relaciones entre esta cuestión y las significaciones que los espectadores atribuyen a los contenidos. Dicho trabajo fue explicativo con un enfoque cualitativo. Tuvo como población nueve grupos de discusión conformados por personas de diferentes características, que expresan sus opiniones en base a su experiencia como espectadores de programas de testimonios. Y como técnica e instrumento de recolección de datos utilizó la observación, el grupo de discusión, la grabación y el cuestionario. Por tanto, se destaca las siguientes conclusiones:

Los espectadores actuales viven una experiencia que les permite comprender de forma rápida los contenidos y relacionarlos con géneros, situaciones y temas dramáticos con los que ya están familiarizados. Sin embargo, resulta imprescindible que tengan en todo momento atención hacia la televisión. Por otro lado, los alumnos de Comunicación Audiovisual son los espectadores más familiarizados con el conocimiento de cómo funciona esta industria televisiva, ellos identifican con facilidad la estructura de este formato y lo describen como un espacio que permite mantener una atención discontinua en función del interés de cada uno de los testimonios presentados. Las amas de casa y las personas jubiladas son altos consumidores ya que sienten haber incorporado el formato a sus hábitos televisivos. Para ellos, ver programas donde hay testimonios requiere una actividad rutinaria que es motivada por una oferta que de alguna manera les resulta familiar por el horario en el que también se transmite.

Nacional

Vargas Gutiérrez, José Luis (2016) realizó una investigación de posgrado con el objetivo de: Analizar si los programas talk shows se están convirtiendo o ya son la plataforma de discusión representativa de nuestra sociedad, y por tanto creadoras de opinión pública. Dicho trabajo fue exploratorio, con un enfoque cualitativo. Tuvo como población a mujeres con un perfil diseñado. Y como técnica e instrumento de recolección de datos utilizó la

observación, dos focus group y análisis de contenido. Por tanto, se destaca las siguientes conclusiones:

El éxito de los talk shows y su aparición a nivel nacional tienen una razón de ser y es que al ser programas baratos y de gran aceptación en la audiencia, trasladan los chismes de callejón a la televisión creando de la miseria humana un verdadero espectáculo. La mayoría de los temas que son tratados en este tipo de formatos pertenecen a la vida sentimental e íntima, familiar y sexual de mujeres mayoritariamente que llegan de sectores sociales C y D. Por otro lado, los talk shows nacionales, al alejarse de temas del ámbito público o político y acercarse a los de la vida privada de una persona, de su cotidianidad, sexualidad y creencias, omiten de sus agendas cosas importantes que afectan a todos como sociedad, como en el marco institucional y político del cual vivimos inmersos. El entretenimiento es su objetivo principal, pero lamentablemente deja de lado y ubica en segundo plano, la información y la formación de opinión.

García Toledo, María Magdalena (2011) realizó una investigación de posgrado con el objetivo de detallar y estudiar la imagen de la mujer peruana que presenta la televisión de señal abierta en Lima Metropolitana; así también, analizó el trato de las distintas noticias sobre la violencia contra la mujer en este medio de comunicación. Dicho trabajo fue de nivel descriptivo y transversal. Y como técnica e instrumento de recolección de datos utilizó la observación de una muestra de programas de televisión que contienen mayor audiencia. Por lo tanto, se destacan las siguientes conclusiones:

La violencia hacia la mujer no es un fenómeno apartado o delincuencia, sino evidenciado en nuestra sociedad a través de las relaciones de poder a favor del hombre, donde éste aprende a ser el dominador y la mujer la dominada. Sin embargo, se hacen grandes esfuerzos por superar la inequidad social en este terreno, pero los resultados son deficientes, y es que a la mujer todavía se le niega oportunidades y responsabilidades que si tiene el hombre. Concluyó que, el medio televisivo refleja profundamente esta situación, pero también añade un trato informativo que sigue reforzando el rol devaluado de la mujer omitiendo los hechos de violencia en su real dimensión. Además, el tratamiento informativo de la violencia hacia la mujer tiende a ser sensacionalista impidiendo el análisis y contextualización del problema para concientizar al público de la gravedad de la situación (García, 2011, p.187).

Cerna Sosa, Daniela Cristina (2017), realizó una investigación de grado de licenciatura con el objetivo de: Conocer la influencia del programa nunca más para la promoción de una cultura de paz en las amas de casa del AA – HH San Luis, La molina de Nuevo Chimbote; además como objetivos específicos tuvo: Identificar y analizar la influencia y la predisposición de las amas de casa. Dicho trabajo tuvo un enfoque cualitativo, y el diseño que se utilizó fue de la teoría fundamentada. Tuvo como población una muestra de 13 amas de casa del Asentamiento Humano San Luis, La Molina de nuevo Chimbote. Y como técnica e instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario virtual. Los resultados fueron presentados en cuadros e interpretaciones, donde se destaca las siguientes conclusiones:

Hay un alto grado de predisposición por parte del público objetivo, ellas consideran que el programa les brindó un sentimiento de esperanza. Por ello, y con el fin de tener una sociedad sin más violencia, desean participar en charlas, foros y distintos tipos de manifestaciones que fomenten una cultura de paz. También, aprendieron a discernir los contenidos del programa y tomar lo bueno de él. A partir de esto, aquellas que fueron víctimas de maltrato físico denunciaron y las que no aseguraron que jamás permitirían este tipo de violencia, y que en algunas ocasiones aconsejan denunciar estos actos de violencia a sus amistades y familiares. Además, la investigación confirma que hay influencia positiva en la promoción de una cultura de paz; por esto, algunas amas de casa vienen participando de diferentes foros, charlas y marchas en contra de la violencia hacia la mujer. Sin embargo, estas acciones no fueron motivadas plenamente por el programa, sino por sus propias experiencias y su vida cotidiana, además porque buscan el bien común dentro de una sociedad donde la mujer aún no es completamente valorada y respetada (Cerna, 2017, p.56).

SÍNTESIS

El 50% de las investigaciones previas llegaron a la siguiente conclusión: El fenómeno de la violencia contra la mujer no es un tema ajeno al conocimiento de nuestra sociedad. A través de marchas y la participación activa de distintas organizaciones se intenta mejorar este panorama. Sin embargo, no existirán mayores resultados si todavía se les sigue negando oportunidades.

El 75% de las investigaciones previas llegaron a la conclusión de que, a través de los medios de comunicación, se transmite la problemática. Sin embargo, existe un trato sensacionalista, principalmente dentro de los talk shows, que genera la victimización y una imagen estereotipada de la mujer impidiendo la concientización del público.

El 50% de las investigaciones previas llegaron a la conclusión de que los talk show, son un formato televisivo que tiene como principal público a mujeres, amas de casa y desempleados de sectores C y D principalmente. Además, consideran que el éxito de estos programas reside en la aceptación de la audiencia, puesto que se tratan temas privados de personas desconocidas.

Cabe recalcar que, dentro de las investigaciones previas, el diseño de la teoría fundamentada ya ha sido utilizado con alto índice de confidencialidad.

I. EL CUERPO

TALK SHOW EN LA TELEVISIÓN NACIONAL

1.1 Definición de talk show

Los talk show son relatos de vivencias personales a manera de debate dentro de una temática prefijada que constantemente varía en cada emisión de programa. El presentador es quien entrevista y conduce los casos presentados con el fin de resolver dicho conflicto y llegar a una solución, en algunos casos se llega a los extremos de agresión entre los presentes en el plato de grabación.

Infidelidades, odio violencia, alcoholismo, mentiras y traiciones [...], han pasado a formar parte de los programas de televisión en América latina en la década de los 90 a través de los programas talk show. Las intimidades y confesiones de personas, generalmente provenientes de sectores socioeconómicos bajos, exhibidas públicamente a través de la televisión, captan la atención de millones de televidentes en diversos países de la región y en la población latina de los estados unidos (Revista Latinoamérica de Comunicación CHASQUI, 2001, párr. 1).

1.2 Talk show en el Perú

El talk show aparece por primera vez en las pantallas de Estados Unidos por la década de los años 50 a manera de entrevistas a famosos, y a finales de los 80 se fue popularizando más a fondo algunos temas personales y controversiales que llamaban la atención del público extranjero y nacional. El primer programa Talk Show en el Perú fue “Tal Cual”, dirigido en un principio por Jorge Henderson, en el cual se ventilaba problemas de personas ajenas al ámbito público.

Jaramillo, etal. (2003), dijeron que no se estaba tratando de personajes famosos o reconocidos, más bien eran personas alejadas completamente del medio, gente común y corriente que poco a poco se iba introduciendo dentro de la agenda televisiva. Así es como empezaron a romperse los límites privados para convertirlos en entretenimiento público y de

alguna manera, hacer de ese espacio un lugar de conversación donde el protagonista es el invitado que cuenta algún problema o situación abiertamente. Además, dentro de dicho programa se encuentran los espectadores que dan una opinión respecto al problema a tratar y el conductor o conductora, que maneja los casos y finalmente brinda la posible solución (pp. 205-206).

El término Talk Show se popularizó con más fuerza a finales de los años 90 con la aparición de Laura Bozzo, Mónica Zevallos, entre otras figuras públicas. Además, fue llamativo para los jóvenes de aquel entonces por las imitaciones que realizaba el cómico Jorge Benavides, entre otras parodias de Arturo Álvarez en “Risas y salsas” del conductor de “Tal cual”.

1.2.1 Perú y los primeros programas talk show

Como ya se había mencionado anteriormente, “Tal Cual” fue el primer programa talk show peruano reconocido como tal, pero ya habían surgido anteriormente otros dos programas que cumplían los requisitos que identifica este formato. El primero de ellos, el cual marcó el inicio de este espectáculo de la conversación fue “1990”, conducido por el famoso y reconocido periodista Jaime Bayly. Luego surgió el programa conducido por Mariela Balbi y Eduardo Guzmán, "Fuego Cruzado", que promovió una participación más abierta con el público de la calle, el cual añadió poco a poco esa esencia sensacionalista que caracteriza a los talk shows. Estos son técnicamente los primeros programas que mostraban la esencia del talk show en las pantallas, pero el género hizo posteriormente popular en nuestra televisión cuando se empezó a transmitir "enlatados" de los famosos talk shows americanos, empezando por "lights" y "El show de Cristina".

1.3 GÉNEROS DEL TALK SHOW

1.3.1 En base a la entrevista

Es un modo de combinar otros contenidos de entretenimiento vinculados o no con la entrevista en sí, esta le da mayor variedad al programa y mantiene la atención de los espectadores en lo que se dice durante toda la transmisión; incluso, mantiene a la espera de lo que continua durante el descanso o cortes comerciales. El número de entrevistas o entrevistados varía, dependiendo la configuración del programa y el tiempo que se le otorgue

a la transmisión. Como programa de espectáculo y de información, se encarga de darle atractivo al presentador y popularizar al entrevistado, abordando temas originales y llamativos. Mayormente son entrevistas de profundidad, donde se explota el morbo y la polémica. Algo que se ha vuelto típico en la televisión peruana. Según mencionaron Bor, García y Martín (2011):

El presentador es la figura central de este tipo de programas, por su relevante papel a la hora de dirigir las conversaciones, definir el tono y el estilo del programa, y ejercer incluso como juez que simula ser autoridad moral con la sabiduría necesaria para decidir qué es lo bueno y lo malo, quiénes son los supuestos culpables y las víctimas (p.321).

1.3.2 En base a géneros coloquiales y de debate

Esta modalidad a diferencia de la anterior, reúne a varios personajes (público o personas comunes). El presentador tratará de obtener información relevante sobre su vida o de alguien ajeno mediante el debate, que consta de un enfrentamiento de opiniones, ideas y actuaciones que mantienen los entrevistados durante toda la disputa.

Lo que finalmente busca el entrevistador no es precisamente controlar los temas que se debatan, el tiempo de duración o las preguntas. Lo que busca en realidad es la confrontación entre los personajes, incitando a algunos a dar su punto de vista y a otros a reducir sus intervenciones mientras mantienen el enfrentamiento. Así, mediante la discusión o confrontación nace el espectáculo, y la variedad que ésta tenga va a depender del género que se emplee: Coloquio, debate cara a cara, tertulia, etc.

Como lo mencionaron Bor et al. (2011), “los talk shows se presentan como verdaderos exponentes en la conformación de opiniones por parte de las audiencias y se convierten así en verdaderos vehículos para la transmisión masiva de estereotipos y la consecuente conformación de identidades” (p.327).

1.4 Características del talk show:

Este formato muestra a personas comunes y corrientes como protagonistas que acuden al set de televisión a contar sus problemas matrimoniales, laborales, sexuales, entre otros;

teniendo a un conductor como juez y a un público que interviene y forma parte del show. Los casos presentados en su mayoría son de gente humilde que no recibió apoyo por parte de otros familiares o de delegaciones como las comisarías.

Para Jaramillo, et al. (2003), dentro de las clases altas existe el prejuicio de que los problemas familiares, matrimoniales o de otra índole no se deben desvelar ante la sociedad, puesto que, la imagen que reflejan por su alta posición económica es de suma importancia para ellos. Mientras tanto, las personas que constituyen las clases bajas y populares viven en casas pegadas, una al lado de otra. Para ellos, es difícil mantener sus conflictos personales en privado, puesto que lo que te ocurre, tarde o temprano es conocido por el vecino y luego por todo el barrio (p.207).

En todo momento se espera mantener al público a la expectativa, y en un par de ocasiones se les sorprende con giros inesperados o videos de pruebas de infidelidad, abuso, entre otras cosas que el equipo de investigación logró adquirir “curiosamente” en alguna de las calles de algún distrito a plena luz del día.

Si bien este fenómeno apareció en los Estados Unidos, fue por inicios de los 90 que se empezó a popularizar y transmitir en el Perú con “El show de Cristina” y posteriormente “Geraldo”, programa donde se presentaban invitados bizarros y escándalos sensacionalistas que no se había visto hasta ese entonces. Estos programas estadounidenses eran doblados al español para la señal abierta, lo cual fue un plus para la aceptación del público internacional.

Según La Revista Latinoamérica de Comunicación CHASQUI (2001), afirmó que un aspecto relevante dentro de estos cambios que experimentó la televisión en las dos últimas décadas, fue la incorporación de personas comunes ajenas al mundo televisivo en los programas de las distintas cadenas de televisión en el mundo entero. Esto generó una relación más cercana con el público, representada por los conductores y los televidentes, se ha ido logrando importantes beneficios económicos, esto gracias a la publicidad, para las cadenas y estaciones de TV, además de utilidades simbólicas y materiales relevantes para el público. Las pantallas de televisión han sabido sacar provecho de la vida privada de las personas y adaptarlas a través de estos programas denominados talk shows. En estos hay un contacto inmediato entre representantes del público y el conductor, además estos temas se

contextualizan y se hacen ver reales lo más que se pueda mediante procesos de investigación y testimonios de otras personas que aporten al caso presentado. (párr. 1)

Una de las razones por la que los televidentes sintonizan estos programas y los aceptan es porque de alguna forma se sienten identificados con las historias, con el contenido, con el morbo y el sensacionalismo.

Cuando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo común de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen. Les interesará su status socioeconómico general, su concepto de sí mismo, la actitud que tiene hacia ellos, su competencia, su integridad, etc. (Goffman, 2010, p.3).

Es evidente como la televisión influye mucho en las personas, especialmente a jóvenes y niños. En efecto, la violencia que se presenta en este medio, en especial en los que tienen altos niveles de teleaudiencia va generar un cambio inconsciente en la mente de quien lo ve, y es que el cerebro asimila estos contenidos y los aplica en la realidad.

La televisión basura es una forma de conseguir poder político, puesto que da a los espectadores lo que esperan recibir, además de ser fácil de digerir. Sean contenidos sexuales, violentos, morbosos o programas en donde no se tenga que realizar un esfuerzo absoluto en comprender como en un programa de cultura. En esto se basa este medio masivo, captar la atención de las grandes audiencias utilizando técnicas de manipulación y explotando esa naturaleza predispuesta del ser humano por lo simple y sensacional. Muchos de los temas tratados solo buscan lucrar con el espectáculo, generar estereotipos y actitudes en una sociedad que tiene a la televisión como una fuente creíble de información y educación (Arboccó y O'Brien, 2012, p. 45).

Con el tiempo, estos malos contenidos de televisión pueden estimular sentimientos agresivos en el espectador y los niños que estén expuestos a ver estos programas son vulnerables a imitar las mismas actitudes, dificultándoles poder diferenciar entre la realidad y la fantasía.

La televisión está cambiando los valores y modelos de conducta; la violencia, la discriminación, el sexismo y el sentimiento de culpa, están muy presentes en la televisión peruana actual. De alguna forma, los medios van a tratar de controlar a los televidentes, pero dependerá de la misma persona creer si se ajusta a lo que quiere consumir y lo que los hijos deben consumir. Así mismo, se debe tener en cuenta que hay otras opciones tales como: programas culturales, música, obras teatrales, etc.

1.5 Proceso de producción televisiva

1.5.1 Fases de producción

Junta del equipo de producción e investigadores

En primer lugar, para realizar un programa talk show es necesario que tanto el productor, guionistas, equipo de producción junto con los investigadores, tengan una reunión días previos a la grabación, lo cual servirá para poder definir el trabajo a ejecutar.

Contenido y tema

En este paso se analiza el contenido del programa, es decir, los temas que se van a tratar. El jefe de investigación y el productor son los encargados de determinarlo a partir de una lluvia de ideas que recomienden temas que se quisieran tratar en el programa, estos usualmente son sensacionalistas. Así también, se acuerdan quienes serán los personajes de los que se hablarán, los invitados, los especialistas y todo lo que sea necesario para su producción.

Investigación de campo

A partir del tema escogido para el programa, el grupo de investigación y el equipo de producción se encargarán de realizar la búsqueda de los personajes. Usualmente quienes participan son personas incentivadas económicamente, puesto que, por su condición muchos de ellos van a lo que creen puede ser el espacio más adecuado para hacer una denuncia sin mayor peligro.

Depende del programa si decide hacer firmar algún documento o acta para asegurarse que el testimonio del denunciante sea totalmente sincero, para que, en caso haya algún problema no se tomen acciones legales contra el programa o el canal.

Junta de productor con personajes

El productor del programa se reúne con los personajes escogidos, pero es el Jefe de Investigación quien comprueba primero si los datos son auténticos. El filtro fundamental sería finalmente el productor, quien realiza una entrevista para constatar si los personajes están diciendo la verdad, puesto que el programa no debería utilizar actores.

Por otro lado, la estrategia del programa implica que uno de los personajes no sepa a lo que está yendo, de lo contrario sería difícil convencer su participación.

1.6 Críticas a los talk shows

Hay otras variedades de formatos mediáticos, tales como los talleres, programas de radio con llamadas de oyentes, series de televisión y películas, libros de autoayuda, etc. Las cuales son plataformas que difunden intimidades de personas, la relación que guardan se ve en la forma de narración.

La mercantilización de la intimidad que transmite el talk show solo sirve como alimento al morbo de las personas y esto evoca a su vez una visión de la sociedad exagerada, extravagante, aberrante e insólita. Así como aseguraron Brito y Capito (2016), este formato se creó con una finalidad narrativa melodramática que busca la promoción y la auto-venta de los mismos participantes, junto a un público listo para escuchar, opinar y sobre todo deleitarse con los dramas. Los talk shows han servido como gancho para el mercado televisivo con la que ganan audiencia asegurada, ofreciendo emociones, tensiones, alegrías, tristezas, entre otro mar de sentimientos. Estos programas tienen como fin entretener mas no educar; sin embargo, también tocan temas políticos, económicos y sociales, como estrategia de generar autor reconocimiento (p. 52).

1.7 La mujer y los talk shows

De acuerdo a una encuesta realizada para conocer los motivos por los que las mujeres ven los llamados “talk shows”, Gamboa (2001), concluyó que siendo ellas las principales consumidoras de este formato televisivo, sienten gusto por estos programas debido principalmente a dos razones: Primero, por la magnitud del caso que se presenta en el programa, puesto que la mujer da cuenta que sus problemas personales o de familia no son

realmente relevantes a diferencia de los que está sintonizando. Segundo, y uno de los motivos por el que tiene tanto éxito este tipo de programas, es la intervención de especialistas para cada caso, pues de alguna manera previene que el televidente viva alguna situación similar; además, aprende a “resolverlos” por su propia cuenta (párr. 62-67).

Otras personas, ven estos programas para simplemente desahogarse de los problemas o la tensión del día a día, es decir, para algunos es una especie de catarsis. Así mismo, hay quienes prefieren los talk shows a las telenovelas, porque son conscientes que los casos en ese espacio son reales (Gamboa, 2001, párr. 69-70).

1.7.1 Participación de la mujer en programas talk shows

La presencia masculina dentro de la producción resulta ser menos llamativa que la de la mujer, quien se ve proyectada como una persona llena de malestares y problemas sociales. A ellas las identifican con los temas presentados o un caso determinado (Chaneton, 2000, p.151).

Las mujeres participan en los talk shows de distintas maneras, ya sea como conductoras, panelistas, público, televidentes o como el mismo tema u objeto del programa en sí (Gamboa, 2001, párr. 50-56):

1.7.1.1 Mujeres como público

La audiencia dentro del set no sólo cumplirá el rol de asistente, sino que a través de sus reprimendas podrá ser parte del juez implacable, dando sus juicios de valor y acusando a quien crean ser el culpable. La mayor parte del auditorio en el staff está constituida por mujeres. La audiencia se convierte en el barómetro, en el causante de las reprimendas y acusaciones, en un lenguaje que todos pueden entender.

1.7.1.2 Mujeres como televidentes

Como ya se mencionó anteriormente, son principalmente las mujeres quienes sintonizan estos programas. Gamboa (2001), indicó que, mediante los resultados de unos estudios hechos por empresas televisivas, las mujeres representan más del 70% del público. Además, son también ellas las que realizan llamadas telefónicas al programa para asumir el rol de jueces (párr. 55).

1.7.1.3 Mujeres como conductoras

Si bien, no siempre han sido mujeres quienes conducen estos programas, en la actualidad se puede afirmar que son la mayoría.

En toda la historia del talk show en el Perú el presentador usualmente ha sido siempre una mujer. Entre las más famosas están, “Laura en América” con la conducción de Laura Bozzo (1998-2000); “Hablemos claro”, con Mónica Chang (1998); “Entre Nos”, con Mónica Zevallos (1998); “Fuego Cruzado”, con Eduardo Guzmán y Mariella Balbi (1990-1993); “Pecado original”, con Maritza Espinoza (1998); “Maritere”, con María Teresa Braschi (1996-2000); “Qué tal mañana”, con Laura Borlini (2006) y “Lima Limón”, con Laura Huarcayo (2007). Con esto es fácil darse cuenta de la participación de la mujer en estos formatos. En la actualidad tenemos al programa “Tengo algo que decirte”, el cual es tema de esta investigación y que también es conducido por una mujer, Lady Guillén, una ex bailarina y víctima de violencia por su pareja.

El rol de la mujer como conductora, demuestra que también es juez, porque dan juicios de valor y se sienten con autoridad de poder decidir entre lo que se debe y no debe hacer, lo que es prohibido y lo que no; quienes son las víctimas y quienes los verdugos (Gamboa, 2001, párr. 50).

Usualmente, las conductoras intentan proyectar la imagen de ser personas con un interés auténtico por ayudar, como solidarias y empáticas. Incluso, algunas actúan como si de terapeutas se trataran.

Las conductoras son una especie de editoras cuando se encuentran en escena, puesto que cuentan a la mano con un micrófono que les sirve de herramienta de gran poder y control. Ellas deciden a quién le quitan o le dan la palabra.

1.7.1.4 Mujeres como tema u objeto del programa

El tema preferido por este tipo de programas es la mujer y/o sus problemas dentro del ámbito sentimental, sexual y familiar.

1.7.1.5 Mujeres como panelistas

Generalmente las invitadas o participantes son mujeres a quienes les hacen creer que serán las “buenas” de la historia. Sin embargo, una vez en el programa, no se sabe realmente

cuál será su desenlace. Esto se puede interpretar porque pueden ser hábilmente manipuladas por la presentadora, que por momentos las muestran como personas débiles, víctimas o victimarias. Esto se ha visto, por ejemplo, en programas como «Hasta en las mejores familias», donde se les incitan a las participantes a la violencia física y verbal sin que exista algún intermediario que las separe, y por el contrario las exponen frente a las cámaras que se desplazan para tomar diferentes ángulos de la riña y, además, para captar las reacciones del público presente (Gamboa, 2001, párr.53).

VIOLENCIA DE GÉNERO EN EL PERÚ

2.1 Definición de la violencia de género:

Casi siempre ha existido la idea de que hay un sexo dominante, en este caso el sexo masculino que es considerado superior, y por lo tanto mejor que el femenino. La mujer era vista sólo como un complemento que debía al lado de su pareja para obedecer y servir en todo lo que él quisiera, sin tener opinión ni voto. Esto fue cambiando con el paso de los años; sin embargo, aún en esta generación es común ver que todavía se siguen dando estos acontecimientos de violencia.

Según el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2016), afirmó que dentro del país como lo muestran las cifras y lo recalca el Plan Nacional contra violencia hacia la mujer 2009-2015, los actos que más daños causan a las mujeres física y psicológicamente son la violencia familiar y social, los feminicidios, la trata y abusos sexuales, el hostigamiento en el trabajo, entre muchas otras. Estas cifras, si las comparamos con la de otros países, resultan gravemente superiores. Además, si se toma en cuenta como violencia de género a cualquier acto dirigido a una persona que pretende confrontar un sistema opresor de féminas con el propósito de desenmascarar y dar a conocer la verdad, sometiendo al sistema, técnicamente este problema se ampliaría (p. 9).

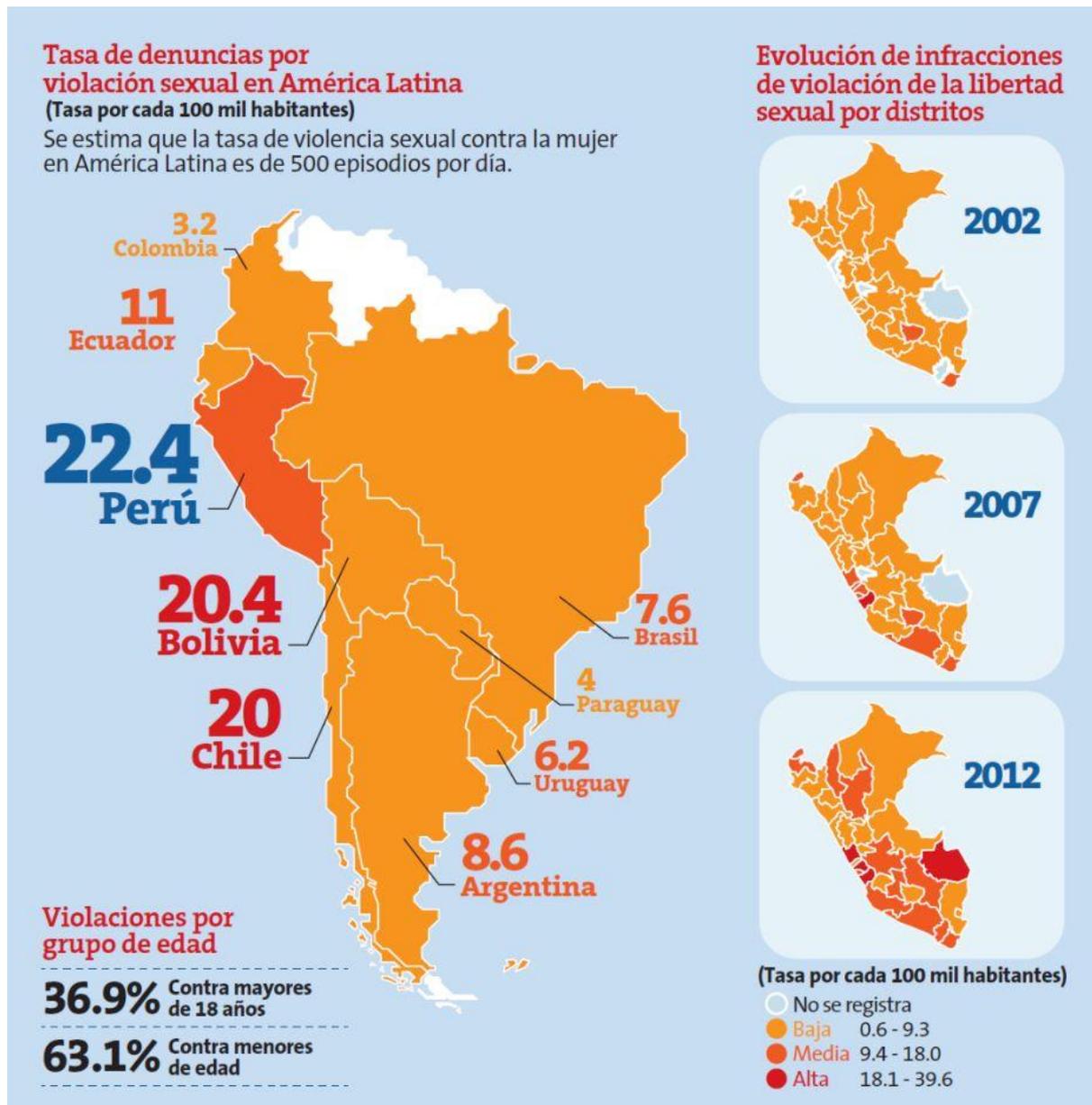
La problemática es evidente y los casos que se conocen actualmente están yendo en aumento. Esto nos perjudica como una sociedad que todavía no puede avanzar hasta que se rompan ciertos prejuicios y se tome en cuenta la igualdad de género.

2.2 ESTADÍSTICAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO A NIVEL MUNDIAL

Las estadísticas en el Perú son alarmantes, nuestro país es el tercero en el mundo con mayor índice de violencia sexual a mujeres entre los 15 y 49 años, y el primero en toda Latinoamérica, como se muestra en la siguiente ilustración (Perú 21, 2014, párr.3-4).

Ilustración 1

Fuente Perú 21



En la imagen se reafirma lo anterior, que en menos de diez años hay un notable incremento de violencia tipo sexual en los distintos departamentos del Perú, y que las infracciones van mayormente contra menores de edad.

Sin embargo, en un artículo reciente del mismo diario se menciona que para el año 2017, las cifras seguían en aumento.

Según un pronunciamiento del Gobierno, luego de Bangladesh y Etiopía, Perú sigue ocupando el tercer puesto en violaciones sexuales a nivel mundial, siendo también la violencia física y psicológica muy alta en nuestro país, puesto que, entre el 2009 y 2016 sólo ha disminuido de un 76.9% a 68,2% (Perú 21, 2017, párr.1-3).

Mujica (2011), mencionó que la violencia sexual en el Perú es un fenómeno que se ha extendido por los sectores económicos, grupos de edad, tanto en los espacios urbanos como rurales. Sin embargo, las investigaciones respecto a estos casos han resultado escasos. Si bien, a inicios del siglo XXI creció la atención en los problemas de seguridad ciudadana por parte de las instituciones del estado, estos mismos parecen no darle mayor importancia a la problemática de violencia sexual en general y las violaciones sexuales en particular. Esto incluye a gran parte de la sociedad civil y también los medios de comunicación masivos (p.11).

2.3 VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

2.3.1 Definición

Es cualquier acto ofensivo, degradante, que hiera física o mentalmente a una mujer. Día a día somos testigos de los diversos casos de maltrato que se muestran en los medios de comunicación para con la mujer. Este hecho es de los más problemáticos que aqueja a nuestra sociedad.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017), definió a la violencia contra la mujer como cualquier conducta que, basada en su condición de género, ocasiona la muerte, daño o el sufrimiento físico, sexual o psicológico a una mujer, ya sea en el ámbito privado como público. Precisaron en el 2016, que el 68,2% de mujeres de entre 15 a 49 años, que tienen o han tenido relación con una pareja, han sufrido algún tipo de violencia psicológica, física y/o sexual por parte de su actual o último esposo o compañero en algún momento de su relación (p.7).

Aunque existan casos de violencia contra el hombre, no son comunes o denunciados a comparación de la mujer, pues según mencionó Fernández (2009), se les conciben ciertas características a las mujeres, tales como la dependencia, la sumisión, la pasividad, el tabú sexual, el ser para otros y la prohibición de disfrutar del placer (p.19). De esta manera, es afirmado el hecho que las mujeres están más expuestas a sufrir este tipo de violencia y que no solo se trata del abuso físico sino también psicológico los ocasionados por hombres que se sienten con autoridad de ejecutar dichos actos, pues consideran que son ellas las más débiles.

2.3.2 Origen

Los actos de violencia contra la mujer no son un tema actual sino de siglos anteriores. Y si bien, hubo cambios durante todos estos años, aún existe agresión y desigualdad (Diario Correo, 2016, párr. 2).

En un artículo del Diario Correo (2016), se afirma que existen diversos casos en donde la mujer ha sido víctima de violencia, ocurridos desde el siglo XVIII al siglo XX:

Por ejemplo, durante siglos pasados, las mujeres han sido sometidas a las tareas del hogar y a la industria; es decir, tenían doble trabajo. Además de estar en el campo, en las manufactureras, los talleres y la ganadería, tenían que estar regidas por las leyes “morales” de la época, aceptando ser clasificada por su estado civil. Así mismo, eran los padres quienes decidían con quien debían casarse de acuerdo a su conveniencia. Por ello, la mujer que estuviese soltera era mal vista y, por el contrario, el hecho de ser viuda la convertía en un símbolo de respeto ante la sociedad.

La mujer también estuvo prohibida de tener educación, no poseía otra responsabilidad más que la de cuidar el hogar y atender al esposo e hijos. Para el siglo XVIII se brindaba educación a las mujeres, pero sólo sobre tareas domésticas porque no podían ser beneficiadas con una educación primaria o profesional, puesto que se negaban a admitirlas como estudiantes. Pero a finales del siglo XIX ocurre un cambio, y en 1870, por lo menos la quinta parte de estudiantes en universidades y colegios universitarios eran mujeres.

Por otro lado, la fuerza física de la mujer representaba ser un limitante para el siglo XVIII y XIX, pues era percibida por el resto como una persona frágil y delicada, incapaz de

elaborar trabajos físicos e intelectuales. Eran creencias que nutrían el machismo más que la caballerosidad, porque la sociedad en ese entonces esperaba que los hombres fueran galanes; sin embargo, la actitud de este era diferenciada entre una mujer rica a una pobre, que era tratada con menosprecio y mofa, según el escritor del siglo XIX Charles Lamb y su ensayo “Modern Gallantry”.

Otro tipo de violencia se refleja durante el siglo XIX, cuando la mujer era impedida de recurrir a la anestesia al momento del parto. La religión y los clérigos afirmaban recibir órdenes de Dios, y justificaban el dolor en ellas a través de una cita bíblica donde sentencian a las mujeres a padecer al dar luz a los hijos. Recién en 1848, Estados Unidos administró por primera vez la anestesia de forma oficial.

Hasta hace ocho décadas, la mujer no tenía derecho al voto político y mucho menos a asumir cargos legislativos. Su opinión era irrelevante al no contar con educación y solo accedían a este derecho los hombres. Pero en 1948 y después de una larga lucha, la legislación internacional pudo reconocer el sufragio femenino a través de la Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas.

Varios de estos casos presentados no varían en su totalidad hasta la fecha, por ello en la actualidad aún se organizan marchas para fomentar conciencia dentro de la sociedad y tanto mujeres como niñas no callen ante actos de violencia.

2.3.3 Actualidad

Se puede pensar que una mujer puede resultar agredida o violada en la calle por algún extraño o loco en un encuentro desafortunado, pero la triste verdad es que estos casos de violencia son más comunes dentro del ámbito social y familiar, personas cercanas que forman parte de nuestra vida diaria.

El 24% de las denuncias realizadas por mujeres durante el 2000 hasta el 2009, se hizo evidente la relación que las víctimas guardaban con los agresores según algunas investigaciones de la Policía Nacional. En otras palabras, más de 33 mil de las denuncias tenían como denunciado a una persona que formaba parte del círculo social de la víctima, ya sea dentro de la familia, el ámbito laboral o social (Mujica, 2011, p.90).

Con esto, es difícil imaginar un lugar seguro para la mujer, quien se encuentra completamente vulnerable hasta a en su propio hogar.

2.3.4 Tipos de violencia

Existen diversas formas de agresión donde la más dañina no siempre suele ser la física sino la psicológica, pues es esta la que deja secuelas y sentimientos negativos en la autoestima de una mujer, produciéndose menosprecio y la idea equívoca de que, sin un hombre ella no podrá desenvolverse como persona ante la sociedad.

De igual forma hay otros tipos de violencia que no son muy conocidos por las personas, puesto que la revista *Mente y Cerebro* (2011), aseguró que cada una de las formas de violencia existente contribuye a marcar una configuración entre el poder y el dominio que mantiene el hombre sobre la mujer. Entre los distintos tipos de maltrato están, la violencia física, la cual es la más explícita que existe; las intimidaciones, que se dan por miradas acosadoras, gestos amenazadores, y acciones toscas hacia su persona; abuso emocional e involucramiento de los hijos para manipularla. También está el aislamiento o prohibir las salidas del hogar (p. 25).

Las formas de violentar a una mujer son variadas y por cada punto los índices son elevados. Lo podemos confirmar con los casos que aparecen todos los días en los medios de comunicación.

Hay diversas formas de violencia contra la mujer, no solo consiste en el maltrato físico o verbal hacia ellas, sino también incluye otras formas de violencia que suelen estar más camufladas y son efectuadas en espacios específicos como lo es el hogar, el lugar de trabajo, entre otros.

Teniendo en cuenta la violencia física, que es toda acción empleada sobre el cuerpo de la mujer que le produce un daño o sufrimiento físico, tales como heridas, lesiones, hematomas, quemaduras, etc. Y la violencia psicológica, que son toda conducta que busca degradar o controlar las acciones y decisiones de la mujer mediante la amenaza, el acoso, hostigamiento, restricción o humillación, produciendo en ellas un daño emocional, la disminución de su autoestima, perjudican y perturban el pleno desarrollo personal e incluso la

pueden llevar al suicidio. Estas son 2 de las formas de violencia de violencia usualmente más tocados en los talk shows.

En una publicación de la Universidad Ricardo Palma (2017), señalaron que los agresores, en su mayoría, tienen una infancia irregular y llena de conflictos, es decir, sufren algún tipo de violencia en un momento determinado de su vida, ya sea maltrato físico o psicológico que repercute en su personalidad y comportamiento a futuro, tomando en cuenta que la solución de sus problemas se resuelven de la misma manera con las que se les educó, obteniendo rezagos agresivos de trastornos psicológicos (p.21).

Uno de los pasos fundamentales que realizan los medios de comunicación para acabar con la violencia de género es el reconocimiento público de las diferentes formas en las que esta se manifiesta. Sin embargo, a pesar de los diversos casos que se muestran al público, esto no parece disminuir ni causar un efecto diferenciador a favor de la lucha contra esta problemática.

2.3.5 Protagonistas

2.3.5.1 Características de la víctima

Debido a los estereotipos existentes en nuestra sociedad y principalmente en el país, la mujer estará atribuida como un ser frágil, pasiva y abnegada, encargada del servicio de las necesidades de los hombres. Sin embargo, el problema está cuando ella deja de ser una persona “estereotipada” y comienza a reclamar sus derechos o no tiene las características que le atribuye el agresor, así como lo refirió el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2016), estas se ven castigadas por pretender salirse de esa posición subordinada. Cuando se enfrenta a un hombre y este la ultraja y finalmente, como demostración de su fuerza y virilidad ante su comunidad de pares. Esta visión muestra dos rasgos referentes a la violencia por prejuicios, pues como se observa, se ejerce como castigo a quienes no guardan su rol de género y como afirmación de superioridad varonil (p.19).

Esta forma de interpretación de los roles de hombres y mujeres ha creado erróneamente la distribución de poderes que, aprovechado por un maltratador, piensa que su

víctima debe actuar de acuerdo a ellos. Por ejemplo, el poder que se le otorga en los espacios públicos, religiosos, económicos y políticos.

2.3.5.2 Características del agresor

Si bien no existen determinadas características para reconocer a un agresor, hay ciertos patrones que se repiten en cada uno de ellos ya sea en la infancia o durante toda su vida.

El hombre que es agresivo en exceso, no pertenece a una clase social determinada porque puede estar presente en cualquier parte, y dentro de cualquier círculo social; ya sea de clase alta, media o baja. Sin embargo, no se podría generalizar las características de estos sujetos como propias de todos los que agreden a una mujer. Ciertos estudios realizados a este tipo de personas muestran que existen peculiaridades en ellas, tales como las vivencias y situaciones específicas que son comunes en sus vidas cotidianas. Un alto porcentaje de estos agresores son personas que en su infancia han sufrido de algún tipo de violencia física o sexual, o han sido testigos de alguno de estos eventos, lo cual les ha hecho adoptar este comportamiento como una forma normal de relacionarse con los demás (López, 2004, p. 32).

En una sociedad que aún se deja regir por el machismo, el agresor de alguna manera se sentirá en derecho de imponer su poder y control ante la mujer, pues para ellos es la única forma de demostrar quién puede lograr lo que quiere y quien le pertenece a quién.

2.3.6 Causas

Hay muchos factores influyentes, en muchas ocasiones es la crianza que se les da a personas desde niños, tanto hombres como mujeres, los programas de televisión que inconscientemente nos plasman realidades y estereotipos que adoptamos como verdad, entre otras cosas. Según Crisóstomo (2016), expuso algunos factores para el ejercicio de la violencia, las cuales serían la falta de dinero en el hogar, el consumo del alcohol, el machismo, pocos años de educación estudiantil por parte de las mujeres agredidas, infidelidades y experiencia de violencia en la etapa infantil. Todo esto indica que las consecuencias de la violencia existente es resultado de la desestructuración de las familias, los traumas, la deserción escolar de los hijos y la poca autoestima de las mujeres agredidas. [...] (pp. 11, 12).

Actualmente hay un constante bombardeo de noticias de casos de violencia contra la mujer, de maltratos, abusos y discriminación. Esto ha llegado a tal punto de volver a la gente indiferente, que toma estos casos como un problema común, que va a seguir sucediendo y es normal.

Si el mandato legal es en general ya relativo, para el caso de las mujeres y la violencia que se ejerce contra ellas, el desacato frente a la ley se convierte en una práctica generalizada [...] y reiterada por la persistencia de una cultura patriarcal que tiende a minimizar la gravedad de los hechos en la medida que no reconoce la existencia de derechos; de allí la importancia de la inoperancia de la ley y su vínculo con la indiferencia y la inacción tanto a nivel individual como social frente al tema (Vásquez, 2015, p. 10).

Todos estos factores se podrían evitar y corregir con una educación de calidad partida desde el hogar, siendo este el lugar donde los niños empiezan a asimilar la mayor parte de las cosas.

2.3.7 Consecuencias

Todo esto repercute no solo en la misma mujer violentada, a futuro esto nos destruye como sociedad ya que las mujeres son las que están en primer lugar con los hijos y les transmiten a ellos la personalidad que sus vivencias le dejaron, deformando así una correcta educación para ese niño y arruinando el avance de nuestra nación.

Las consecuencias de la violencia basada en género son variadas y de larga duración y tienen serias repercusiones en el proceso de desarrollo de los países. Este tipo de violencia es causa importante de morbilidad cuando no de muerte, y además se debe tener en cuenta su carácter acumulativo, que no se ciñe a la persona afectada, sino que tiene consecuencias intergeneracionales y genera costos institucionales, [...] pérdida de productividad y el ausentismo laboral (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2016, p. 10).

Es hora de tomar conciencia y atenernos a la realidad, los hechos son claros y las repercusiones de la violencia de género son evidentes, se pueden ver en nuestra sociedad, pero muchos no la queremos aceptar o darle siquiera importancia.

Existe una gran desigualdad en el ámbito laboral, social y en algunos casos familiares entre mujeres y hombres. Desde niños se va educándose con diferentes patrones supuestamente según lo que es correcto para su sexo. Esto a la larga va forjando el pensamiento de estos futuros adultos. Ya en la sociedad, se ve el trato distinto que recibe un hombre y una mujer y la clara imagen superior que se tiene que cumplir para con el hombre.

[...] las expresiones más evidentes de la violencia estructural en las mujeres son: La desigualdad para el acceso a la propiedad. La diferente determinación de los salarios para hombres y mujeres a igual capacidad y experiencia. Las diferencias en el acceso a las posiciones de poder y tomar de decisiones. La feminización de la pobreza. La división sexual del trabajo (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2016, p. 13).

Si la sociedad no entiende que tanto hombres como mujeres son avanzaremos, mucho menos con la idea errónea de que existe un sexo dominante. Cada ser humano, sea varón o mujer nace con la capacidad de poder desenvolverse en cualquier aspecto de la vida. Se recalca la correcta instrucción en los niños y hacerles entender que todos tenemos los mismos derechos y capacidades.

3. Violencia contra la mujer y el programa nacional talk show

3.1 Análisis de programa nacional “Tengo algo que decirte”

El programa nacional emitido por canal 2 llamado “Tengo algo que decirte” es producido actualmente por Jessica Maza Garcés, que tuvo como finalidad, dar a conocer los casos los casos de conflictos y violencias hacia la población más vulnerable, en especial las mujeres, maltratadas física, sexual o psicológicamente. Esto debido a la poca acción por parte de los efectivos policiales respecto a estos casos que en su mayoría resultan ser ignorados o archivados.

El programa es un híbrido, que mezcla la entrevista, los debates, a la dramatización, el reportaje, reality show y parte del tradicional formato talk show. El programa se maneja en

tres partes. En el primero, se invita a una persona la cual recibirá un mensaje sorpresa de una persona externa en el set de televisión, en otro van dos o más personas a discutir un conflicto y buscar solución. Y en la última, una persona va a denunciar públicamente algún caso determinado.

3.1.1 Realización y contenido:

La producción cuenta con un equipo de investigación que va hasta los lugares más alejados para buscar casos de personas que son ignoradas o marginadas. También reciben constantemente mensajes de personas presentando su caso para que el programa lo lleve a cabo, este lo analiza y determina si será realizado.

En la realización del programa el canal utiliza una cámara con un plano general para la conductora y los invitados, que muestra más partes del set; dos cámaras que toman en plano medio o busto a cada personaje respectivamente (conductora e invitados). Luego se tiene una cuarta cámara que va dirigida al público o cada vez que aparezca un especialista a dar testimonio del caso que se esté realizando, además de ser utilizada para un invitado sorpresa que no aparece en el set, sino detrás de la gran pantalla que muestra el logo de “Tengo algo que decirte”.

Tanto los colores purpura, rosado y azul, como la musicalización, que va variando según determinados momentos, y los juegos de cámara que son utilizados en el programa, tienen como finalidad transmitir emociones al público espectador, sean estos de tristeza, nostalgia, ira, repudio, alegría, etc.

Respecto a la conducción de Lady Guillen, cumple un papel fundamental para la realización del programa, pues ella interactúa y debate con los participantes y lleva el caso hasta el final. La conductora mantiene un tono y un lenguaje firme y característico, se empatiza con las personas que cuentan sus penas o se intensifica cuando trata con algún denunciado o perpetrador de algún delito.

En cada emisión de programa se suele llevar a cabo dos casos, en donde se tocan temas de denuncias por violencia física y psicológica principalmente, como también violencia sexual, conflictos vecinales, reencuentros, problemas en el hogar, etc.

4. YOUTUBE Y LA TELEVISIÓN NACIONAL

YouTube fue creada por tres antiguos trabajadores de Pay Pal en febrero del 2005 y comprada por Google en octubre del 2006, siendo el sitio web de su tipo más utilizado en internet. Aquí los usuarios pueden compartir videos tanto externos como propios. Presenta una gran variedad de clips de películas, programas de televisión y video clips, así como video blogs y YouTube Gaming. Aquí es fácil encontrar una gran diversidad de contenidos y que constantemente están en la lucha de recibir más visualizaciones por las personas que usan esta plataforma interactiva.

En la revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (2008), Laura Siri afirmó según las palabras de Yochai Benkler en *The Wealth of Networks* (2006), que en YouTube se puede encontrar contenidos comerciales, amateurs, empresariales con fines lucrativos o sin fines de lucro, contenidos educativos, activistas o sensacionalistas.

A diferencia de un canal de televisión tradicional que cuenta con una determinada línea editorial, al cual sigue, YouTube es una arena de conflicto y renegociación entre la visualización de diferentes formas de contenidos, no solo lo que la empresa propietaria, Google, considera sea apropiado mantener publicado para los usuarios, sino también lo que impulsan los usuarios con diversas aficiones e intereses.

Con respecto a los canales de televisión, estos aprovechan este medio para difundir sus programas de televisión y llegar a más personas, puesto que la generación actual tiende más a consumir contenidos de YouTube y redes sociales que de televisión; esto por el inmediatez, la variedad de contenido y la facilidad de encontrar lo que se quiere a la hora que navegue.

II. METODOLOGÍA

En el presente proyecto, se describe la percepción de televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en Lima durante el 2018. El estudio es de clase cualitativa, puesto que utiliza un enfoque dirigido de lo particular a lo general, y a partir del análisis de datos de la problemática se propone una descripción de este fenómeno llamado “violencia contra la mujer” discutido dentro de un programa de televisión nacional. En este caso, es importante citar a Hernández, Fernández y Batista (2014) en lo que respecta a su concepción de las investigaciones cualitativas: “[...] consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista del público (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos). [...]”. (p.8)

Los instrumentos de recolección de datos utilizados fueron: la técnica Delphi, que como mencionaron Cabero e Infante (2014.), es de los más utilizados y preferidos en los últimos tiempos por los investigadores para las distintas problemáticas o situaciones, que parten desde la identificación de temas a investigar, especificación de las preguntas de investigación, identificación de una perspectiva teórica para la fundamentación de la investigación, la selección de las variables de interés, la identificación de factores, definir y elaborar los instrumentos de análisis o recogida de información. Además, de crear un lenguaje común para la discusión del conocimiento en un área científica. Por ello, estos instrumentos son de mucha utilidad para los investigadores de ciencias sociales en general, los de educación y comunicación en particular (p. 2).

Además, se realizó la escala de Likert a una muestra de 108 televidentes entre 35 años a 60 años. Sobre esta herramienta Cañadas y Sánchez (1998), mencionaron que consta en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones para determinar o calcular la reacción del sujeto en varias categorías y de acuerdo a ello, se pide a los participantes que muestren su grado de acuerdo o desacuerdo (p. 623-631). Y la observación, lo cual nos ha permitido obtener información profundizada, exploratoria y contextualizada para determinar los efectos que ha repercutido en el público televidente, al hacerse uso de un tema como la violencia contra la mujer en un programa televisivo.

Respecto a esta técnica Hernández et al. (2003), señalaron algunas ventajas:

Es una técnica natural porque no interviene sobre el objeto de investigación, que puede ser estudiado en su ambiente natural y en sus formas de comportamiento independiente de cualquier participación externa. Además, son útiles para manejar con materiales poco estructurados, puesto que la información fluye de manera directa con el objetivo de la investigación. Así mismo, los grandes grupos y la información abundante resulta ser sencilla de trabajar para esta técnica (315).

La investigación es de tipo sustantivo, porque como indicó Piscoya (1987) este tipo de trabajo responde objetivamente a una interrogante reflejada en nuestra realidad, de la que se precisa saber: ¿Cuál es la percepción de televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en Lima durante el 2018?. Respecto al alcance o nivel de investigación, el estudio es correlacional, dado que mide si dos más variables están o no relacionadas con el mismo sujeto. Además, no pretende dar una explicación completa al fenómeno investigado, sólo indaga en grados de correlación. Por tal motivo, Hernández, et al. (2003), señalaron: “Tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”. (p. 121)

El diseño del proceso de investigación cualitativa es el de la Teoría Fundamentada, puesto que pretende proponer dentro de lo posible, mejoras o cambios en la producción y contenido de un programa de formato “talk show” que incide en la violencia contra la mujer. Además, se trata de encuestar directamente o vía web al público televidente del programa nacional, lo cual permite que estos puedan compartir sus perspectivas y puntos de vista. Por tal razón, es relevante citar a Hernández (2006), que, respecto al modelo de diseño de Teoría Fundamentada señaló: “Utiliza un procedimiento sistemático cualitativo para generar una teoría que explique en un nivel conceptual una acción, una interacción o un área específica. Esta teoría es nominada sustantiva o de rango medio y se aplica a un contexto más concreto”. (p. 687)

2.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.1 Población

La población del trabajo son televidentes de 35 a 60 años de nivel socioeconómico B y C de Lima Metropolitana, que pasan la mayor parte de su tiempo en casa. Así mismo, usuarios de YouTube de 20 a 35 años., amantes de las redes sociales, con tiempo libre.

2.2 Muestra

108 personas (amas de casa y desempleados) televidentes del programa Talk Show “Tengo algo que decirte” de Lima Metropolitana.

Con respecto a los usuarios de YouTube, al usarse la técnica de observación se llegó a un aproximado de 100 personas.

2.3 Muestreo

Se realizó una entrevista a 2 especialistas en producción audiovisual. La misma productora del programa “Tengo algo que decirte” Jessica Maza Garcés, para conocer todo el proceso de producción del programa, así como su realización, puesta en escena, y los objetivos que buscan conseguir. También entrevistamos al Productor general de la Facultad de Ciencias de las Comunicaciones Luis Cabrera Merida. Esto con el fin de conocer, como es el proceso de llevar a cabo un programa de televisión y como se maneja el rating, a la producción en sí (lenguaje narrativo, musicalización, puesta en escena, etc.)

Nuestro interés en estos especialistas se centró en recolectar información relevante que explique como el programa está estructurado y qué es lo que busca conseguir de su público. Esta información luego fue comparada con las respuestas de las encuestas de nuestra muestra y así poder analizar cómo estos televidentes y usuarios de YouTube perciben el contenido del programa y qué es lo que el programa busca transmitir.

El Productor general, Luis Cabrera, nos brindó información con datos históricos de la televisión peruana y el trabajo que hay detrás. También, explicó por qué estos contenidos son tan populares y tienen alta demanda a pesar críticas que se le realizan; además de considerarlos morbosos o sensacionalistas. Así mismo, aportó algunas recomendaciones para reducir este inadecuado consumo de medios de televisión por parte de los televidentes.

Para esta entrevista a profesionales se utilizó la técnica del método de Delphi.

Para las encuestas a nuestra muestra se usó la técnica Escala de Likert.

Y para recolectar información de los usuarios de YouTube se utilizó la técnica de la observación.

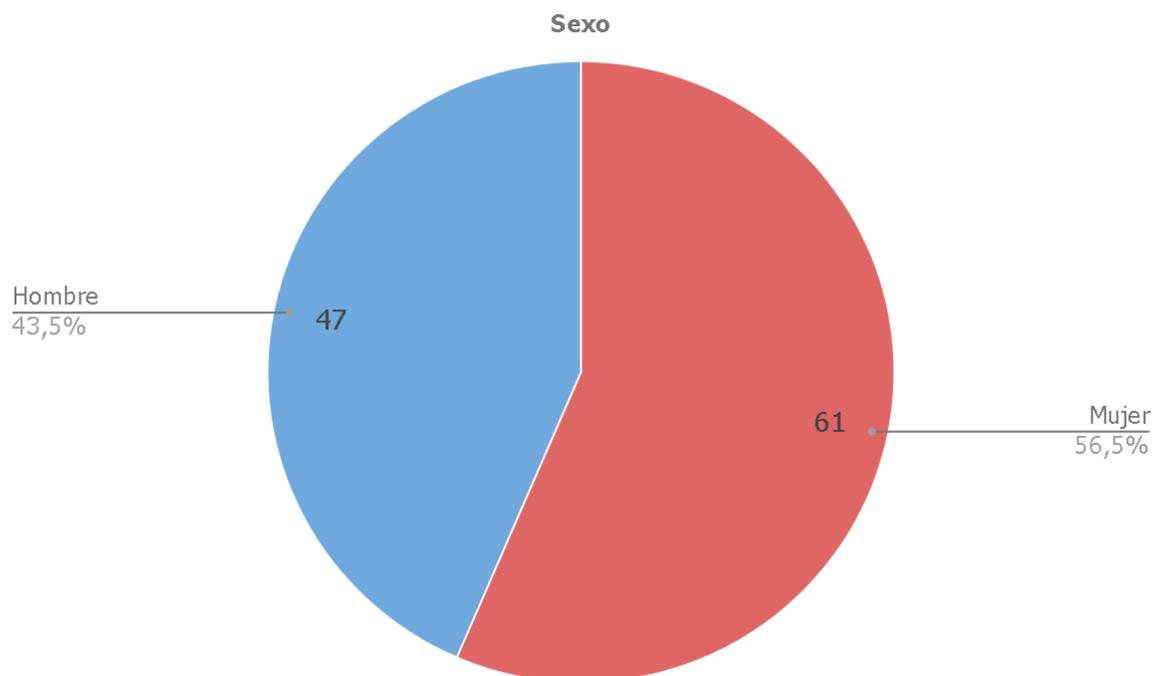
III. RESULTADOS ENCONTRADOS

3.1 Resultados de la encuesta:

Los siguientes cuadros muestran los resultados de una encuesta (escala de Likert), realizada a personas de 35 a 60 años, que consideramos ser el público objetivo del híbrido “Tengo algo que decirte”.

Gráfico 1

Fuente propia

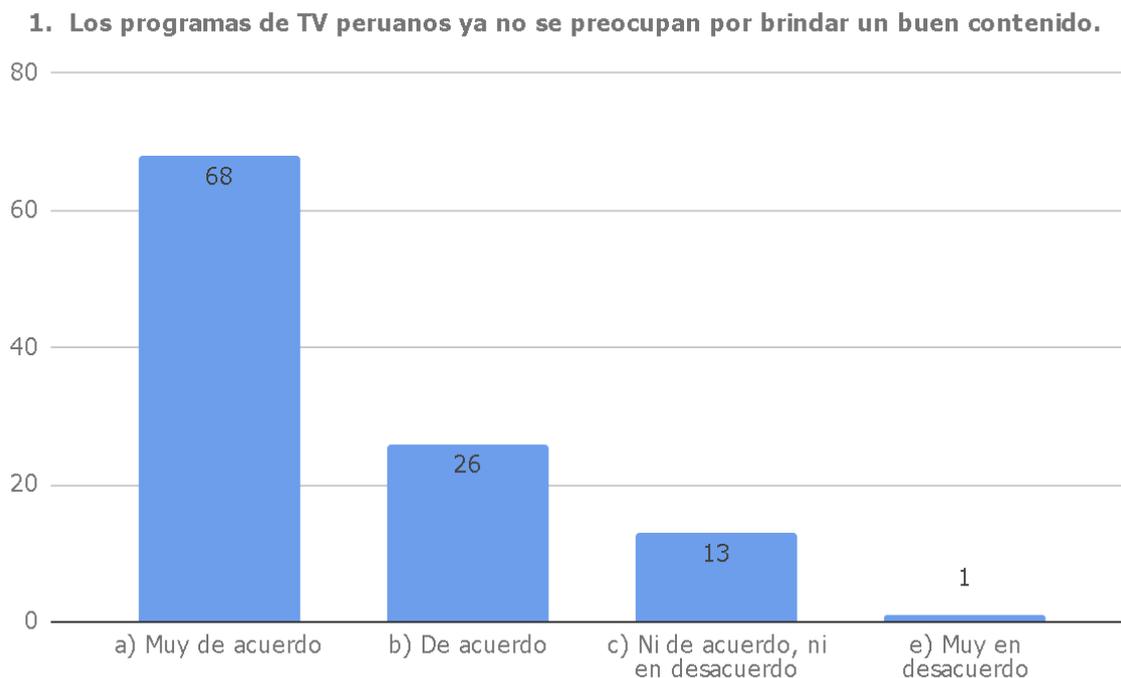


Interpretación y análisis:

Del gráfico 1, se puede concluir que con un total de 108 personas encuestadas el 56,5% (61) son mujeres, mientras el 43,5% (47) son varones. Entonces, se puede observar que la mayor parte de los encuestados fue del sexo femenino, lo cual demuestra ser principalmente éste el público que más sintoniza el programa.

Gráfico 2

Fuente propia

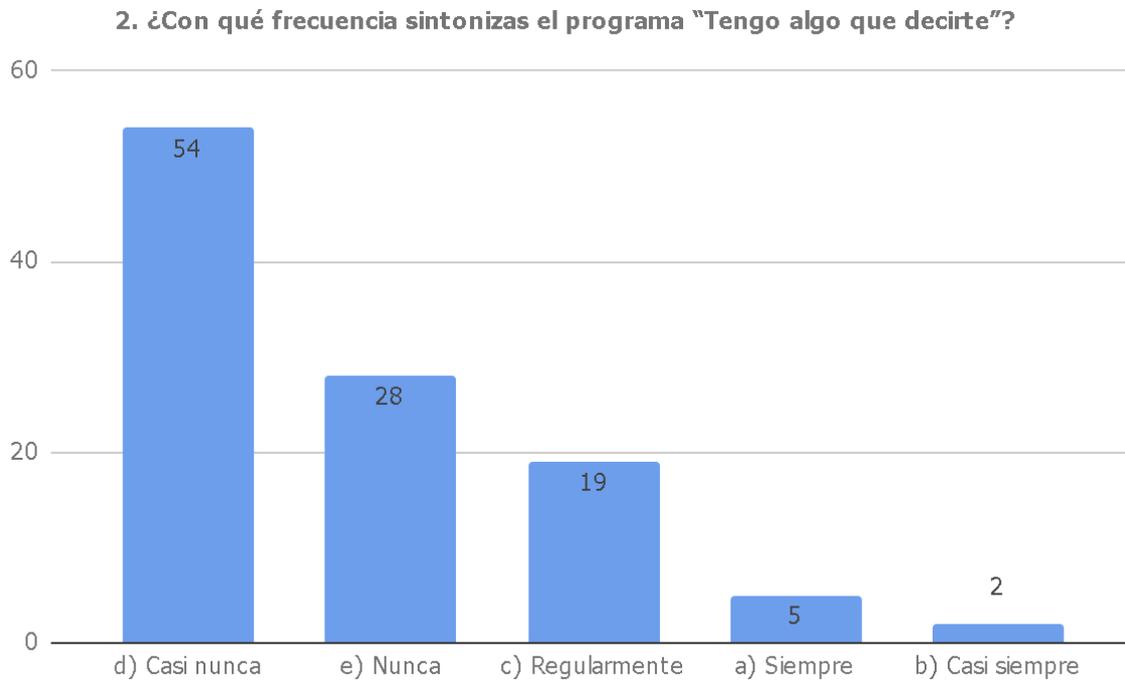


Interpretación y análisis:

Del gráfico 2, se concluye que con un total de 108 personas el 63% (68) está muy de acuerdo con la afirmación de que los programas de tv peruanos ya no se preocupan por brindar buen contenido y el 24,1% (26) está sólo de acuerdo. Un 12% (13) no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con esta afirmación y sólo el 0,9%(1) se encuentra muy en desacuerdo. Por ende, se observa que la mayor parte de los encuestados percibe que los programas de televisión en el Perú ya no se preocupan por brindar buen contenido, esto, al ser una cifra tan elevada, demuestra a un público consciente de lo que consume, por ello o lo evita o lo ve por puro entretenimiento.

Gráfico 3

Fuente propia

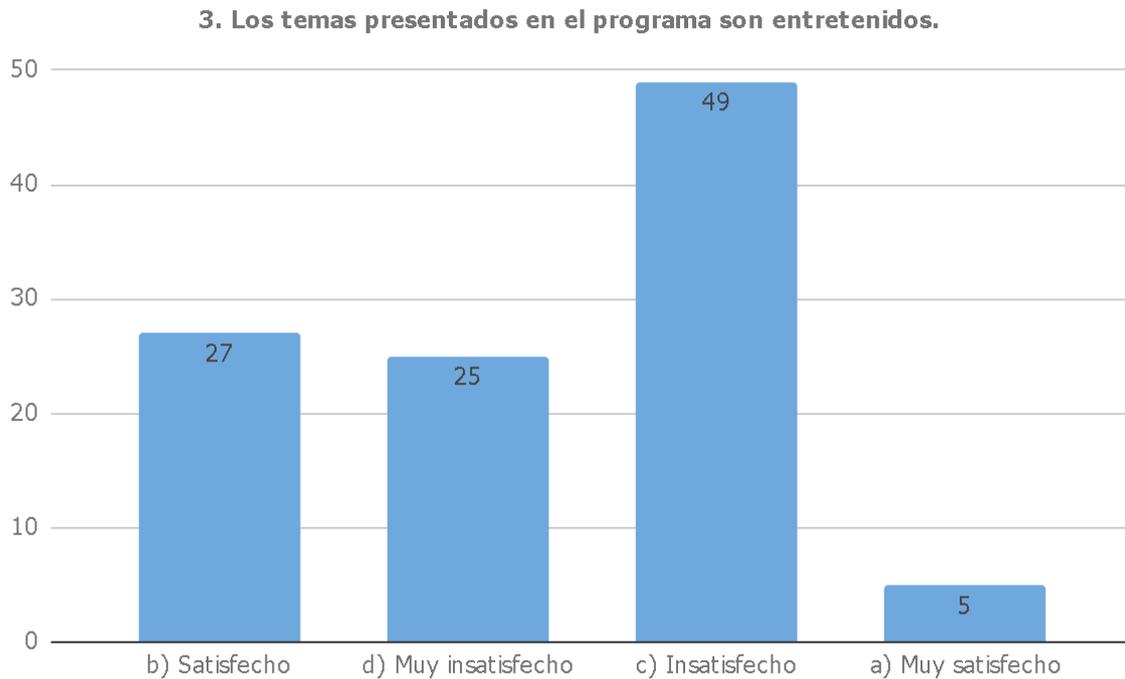


Interpretación y análisis:

Del gráfico 3, se concluye que con un total de 108 personas encuestadas el 50% (54) casi nunca ha visto el programa talk show "Tengo algo que decirte", el 25,9% (28) lo ha visto sólo una vez, un 17,6% (19) lo ve regularmente, mientras que, el 1,9% (2) lo ve casi siempre y sólo el 7,6% (5) lo ve siempre. Estos resultados concluyen que la mayoría de los encuestados ve el programa de vez en cuando, lo que reafirma que el consumo del mismo no es por total agrado.

Gráfico 4

Fuente propia

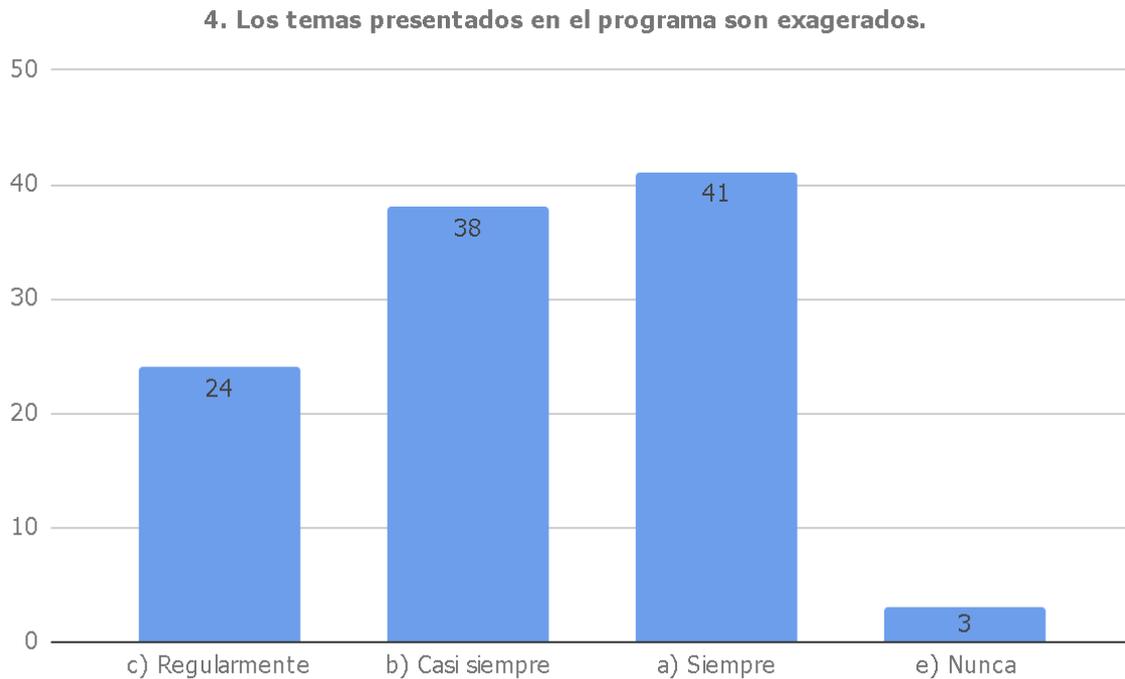


Interpretación y análisis:

Del gráfico 4, se concluye que con un total de 108 personas encuestadas el 46,2% (49) está insatisfecho con los temas tratados en el programa, el 23,6% (24) se encuentra muy insatisfecho, el 25,5% (27) se encuentra satisfecho y solo el 4,7% (5) se encuentran muy satisfechos y consideran que son entretenidos. Estos resultados muestran que una alta cifra de encuestados no se encuentra satisfechos con los temas tratados en el programa, puesto que no los consideran entretenidos. A través de ello, se percibe que un cambio o mejora en el contenido del mismo podría generar mayor aceptación de la que tiene.

Gráfico 5

Fuente propia

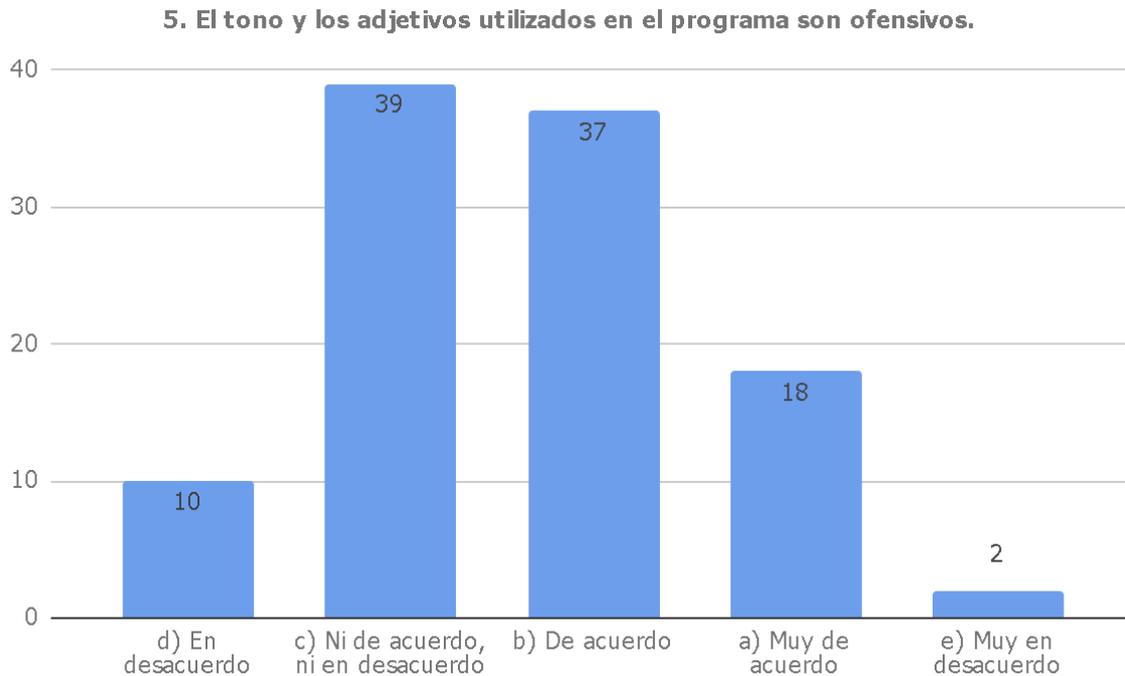


Interpretación y análisis:

Del gráfico 5, se concluye que de las 108 personas encuestadas, el 38,7% (41) considera que los temas presentados en el programa siempre son exagerados, el 35,8% (38) cree que es casi siempre, mientras el 22,6% (24) estima que sucede regularmente, y sólo un 2,8% (3) refuta que nunca son exagerados. Entonces, la mayor parte de los encuestados percibe que el contenido del programa resulta ser exagerado, lo cual, demuestra que el público noto falta de transparencia y veracidad en sus casos. Sin embargo, también hay un porcentaje significativo que sostiene que esto no sucede siempre, por lo tanto, no llega a ser una afirmación definitiva.

Gráfico 6

Fuente propia

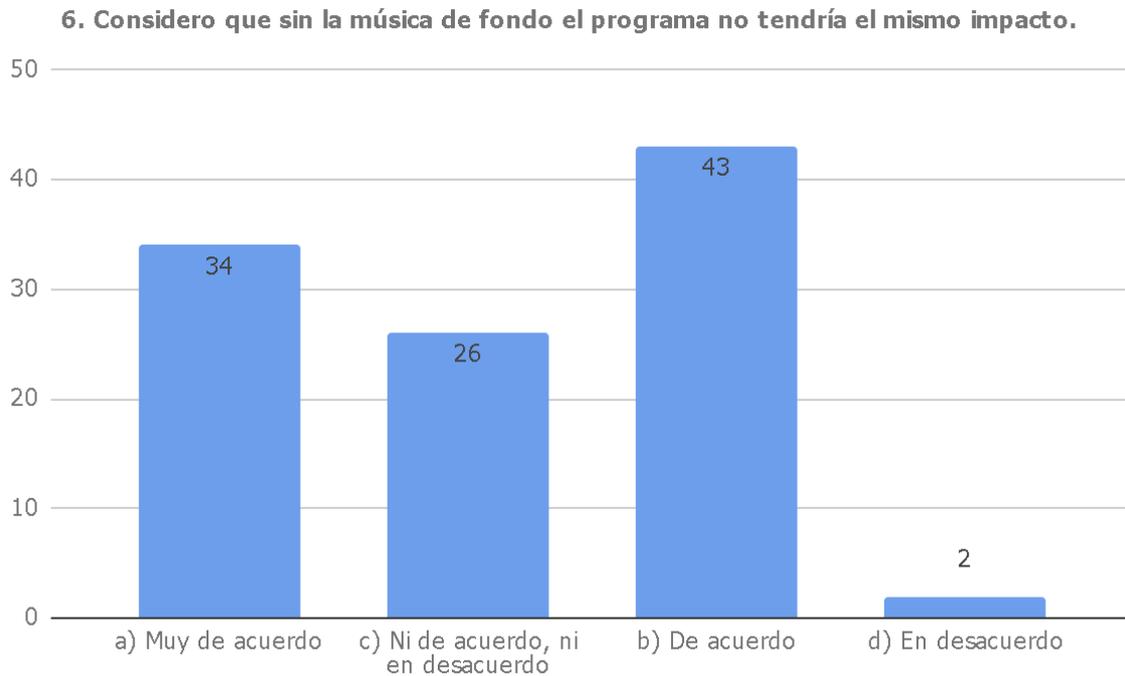


Interpretación y análisis:

Del gráfico 6, se concluye que de las 108 personas encuestadas, el 36,8% (39) no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo de que el tono y adjetivos utilizados en el programa sean ofensivos. El 34,9% (37) considera que sí son ofensivos, mientras el 17% (18) se encuentra muy de acuerdo. El 9,4% (10) está en desacuerdo con esa afirmación y sólo el 1,9% (2) está muy en desacuerdo. Notablemente, el público encuestado no está de acuerdo con el tono y adjetivos utilizados en el programa, ya sea a través de la conductora o de los mismos protagonistas que realizan su denuncia. Esto refleja una problemática en el lenguaje utilizado y falta de empatía con las personas dentro del programa.

Gráfico 7

Fuente propia



Interpretación y análisis:

Del gráfico 7, se concluye que de las 108 personas encuestadas, el 41% (43) está de acuerdo con que el programa no tendría el mismo impacto sin la musicalización de fondo, el 32,4% (34) está muy de acuerdo, el 24,8% (26) no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, y solo el 1,9% (2) se encuentra en total desacuerdo. Estos resultados muestran que la musicalización que acompaña a los temas dentro del programa es un elemento importante, puesto que influye en el refuerzo de la sensibilidad hacia el público televidente.

Gráfico 8

Fuente propia

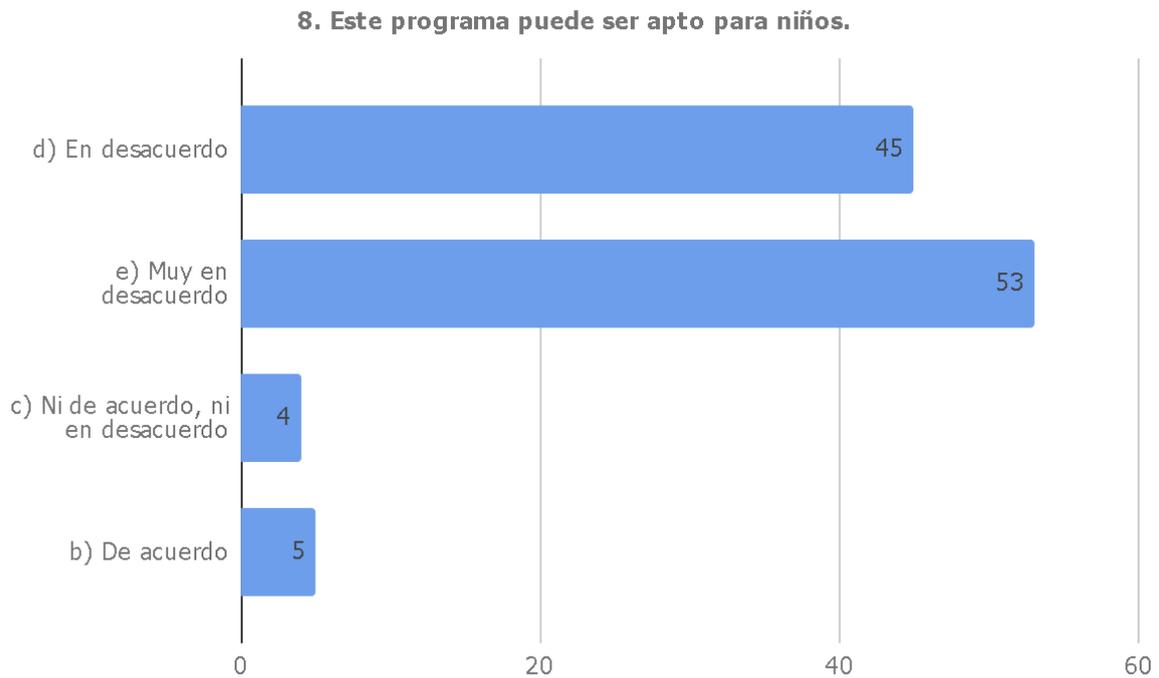


Interpretación y análisis:

Del gráfico 8, se concluye que de las 108 personas encuestadas, el 59,4% (63) no se encuentra ni en contra ni a favor de la actitud de la conductora dentro del programa, el 32,1% (34) percibe que es déspota mientras que el 8,5% (9) está en contra de esa afirmación. En esta pregunta las respuestas no fueron favorables ni desfavorables para la conductora del programa, puesto que así como algunos consideran que tiene una actitud déspota, otros defienden la idea que no existe ninguna mala intención en su trato hacia los participantes.

Gráfico 9

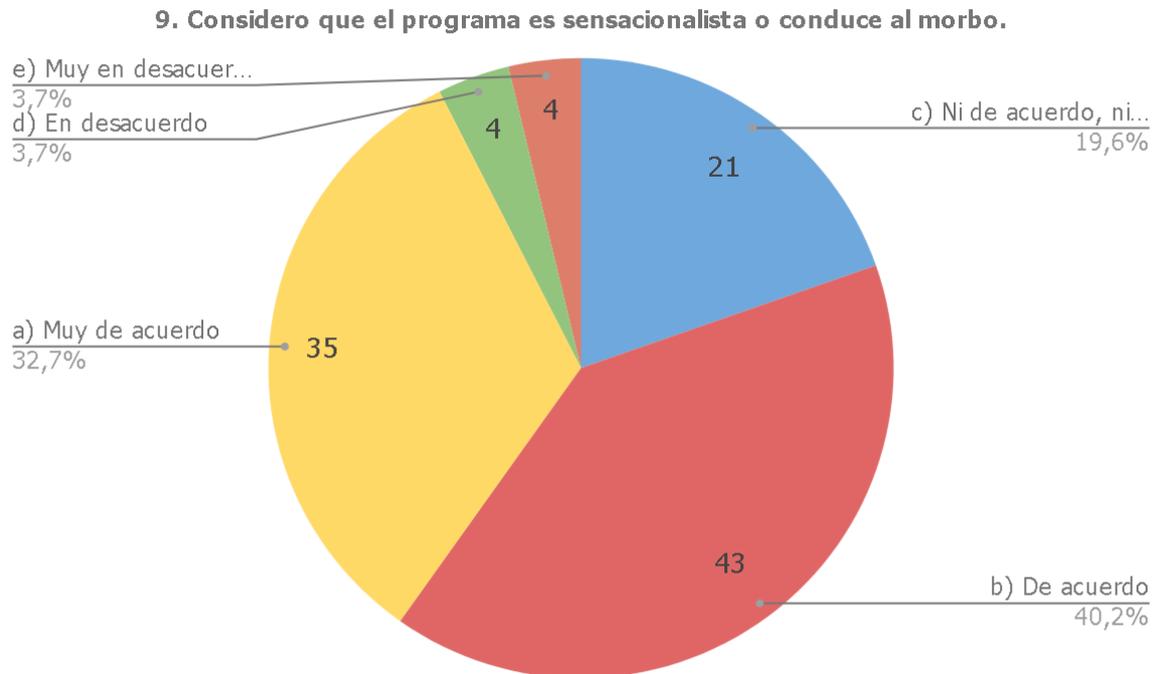
Fuente propia

**Interpretación y análisis:**

Del gráfico 9, se concluye que de las 108 personas encuestadas, el 49,5% (53) se encuentra muy en desacuerdo de que el programa sea apto para niños, mientras el 42,1% (45) se encuentra en desacuerdo. El 3,7% (4) no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, y sólo el 4,7% (5) está de acuerdo con esta afirmación. Esto indica que los encuestados no están de acuerdo con que el programa sea apto para niños. Con esto, se haya una desventaja, pues al permanecer dentro de un horario “familiar” se escapa de las manos a que sea o no visto por menores de edad.

Gráfico 10

Fuente propia



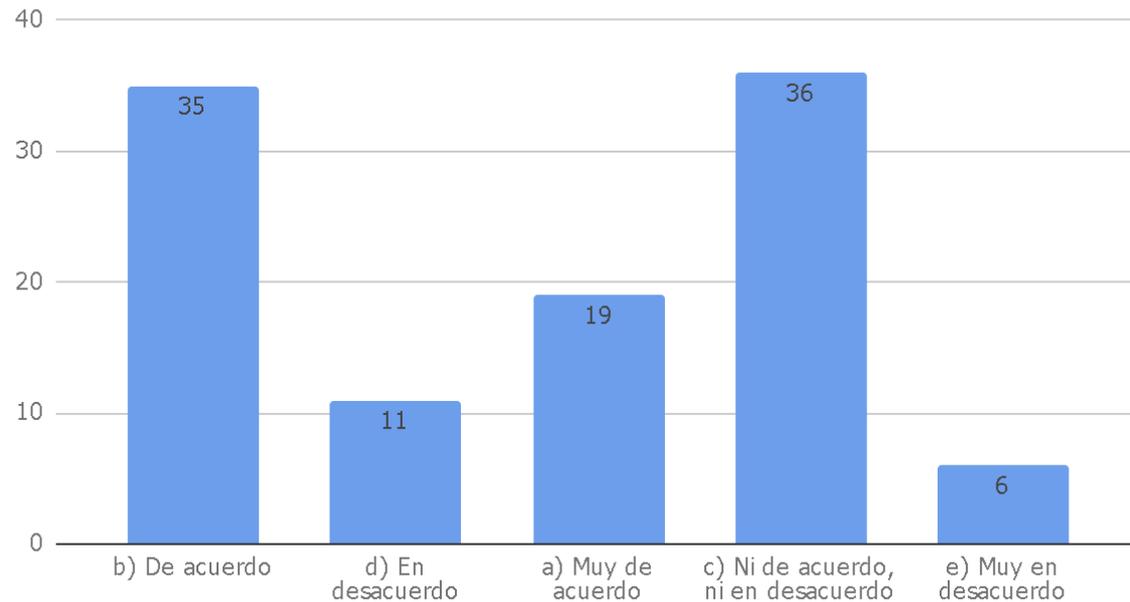
Interpretación y análisis:

Del gráfico 10, se concluye que de las 108 personas encuestadas, el 40,2% (43) está de acuerdo con la afirmación de que el programa es sensacionalista o conduce al morbo, mientras el 32,7% (35) está muy de acuerdo. El 19,6% (21) no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, y sólo el 7,4% (8) se encuentra muy en desacuerdo y en desacuerdo con esta afirmación. Entonces, siendo la mayoría de los encuestados quienes perciben que el programa es sensacionalista, observamos que tal vez la manera en que los temas son manejados, no se está llevando de la mejor manera y habría opción de mejorarlo a algo que el público no se espere de un formato como este.

Gráfico 11

Fuente propia

10. "Tengo algo que decirte" promueve de manera indirecta la violencia contra la mujer por el contenido que muestra y la forma en que lo hace.



Interpretación y análisis:

Del gráfico 11, se concluye que de las 108 personas encuestadas el 33,6% (36) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado de que el programa promueve de manera indirecta la violencia contra la mujer por el contenido y forma; el 32,7% (35) sí está de acuerdo y el 17,8% (19) está muy de acuerdo. Mientras tanto, el 10,3% (11) se encuentra en desacuerdo, y solo el 5,6% (6) está muy en desacuerdo. Entonces, según la percepción de la mayoría de los encuestados, este programa talk show podría promover la violencia contra la mujer por los temas que presenta y los cuales son los más relevantes en el programa. A pesar de ser un programa creado para mostrar la lucha de personas ante las injusticias, de cierta forma mostrar constantemente este tipo de contenido vuelve común y llevadero estos temas.

3.2 Entrevista a la productora del canal, Jessica Maza Garcés

Según Jessica Maza, productora general del programa, éste nació con el objetivo de hacer visible estos casos de conflictos y violencia a las personas más vulnerables de los sectores más ignorados en la mayoría de casos. Esto por la falta de acción por parte de las autoridades con respecto a las denuncias que se les presentan, de mujeres violentadas, abusadas, conflictos vecinales, etc.

Este formato parte de un talk show, pero se le incluyeron otras cosas tales como el debate, la entrevista, la dramatización, que lo volvió un híbrido. Los casos se dividen en 3 tipos según la productora:

La primera es la de la sorpresa, cuando una persona presenta un caso en donde quiere decirle algo a alguien o tener un reencuentro. Aquí el equipo de investigación ubica a la persona y le manda un sobre invitándola al programa para darle la sorpresa, está en la potestad de ir como de no hacerlo.

La segunda es donde se presentan denuncias. Aquí la persona violentada o abusada, presenta su denuncia en el programa para que le ayuden a encontrar una solución o para que las autoridades tomen medidas al respecto.

La tercera es la de la resolución de conflictos, donde van las personas que tienen algún problema que quieren resolver, teniendo conocimiento de todo por ambos lados.

El público objetivo del programa son principalmente las amas de casa que pasan el mayor tiempo en el hogar y disponen de tiempo de ver el programa.

La producción tuvo una iniciativa según nos explicó la productora, de tratar temas reales y no casos actuados como los talk shows tradicionales. Sin embargo, hubo ocasiones en las que personas que llegaban a contar sus casos solo lo hacían por tener su momento de fama y salir en televisión. La producción se fue percatando de esto, durante las investigaciones de los casos presentados y porque los mismos resultaban tocar los mismos temas de una manera frecuente en cierto momento. Entonces algunos de ellos fueron filtrados.

Con respecto a la conductora del programa, Lady Guillen, la productora afirmó: “Lady es una persona muy intensa, pero es una persona que vive realmente lo que hace. Si algo la indigna, se va indignar; si algo la abruma, se va abrumar; si algo la alegra, la va alegrar. Ella es intensa en las emociones a las que pueda llevarle el programa. Igual la percepción de la gente puede ser otra y nosotros no la percibimos y es válido.”

3.3 Entrevista al productor, Luis Cabrera

Los programas de televisión básicamente buscan captar la atención de las personas. Los formatos hoy en día se han ampliado, por ejemplo, en un programa noticioso de ahora, intervienen segmentos que antes no se veían. Los espectáculos están dentro de los titulares.

Los talk show nacen por el apetito de las personas de querer saber más. Los programas de entonces ya no le satisfacían a la gente, quería saber más, ya no solo que conflicto o denuncia había ocurrido respecto a un tema, querían tener más detalles, diferentes puntos de vista, dramatizaciones, etc. Cada vez se suman más y más segmentos que dan a conocer detalles más íntimos de las personas. Tal vez más adelante se tenga que mostrar sangre o escenas mucho más fuertes en vivo.

Algo que es indiscutible, es que la oferta siempre estará sujeta a la demanda. La televisión es una actividad lucrativa que está auspiciada por empresas, sponsors, marcas que pagan lo necesario para mostrar su publicidad a los canales con más televidentes activos. Esto es el sustento del canal y de la producción del programa, puesto que tienen gastos con el agua, luz, el personal, el dueño tiene que ganar, etc.

En este país hemos pasado por tanta gente que hacía talk show, como Laura, Mónica, Jorge Henderson, entre otros, y el secreto siempre ha estado en el contenido para que este sea exitoso, ya sea el tema del momento, la coyuntura o cualquier cosa que resulte relevante para el público.

Las redes por su parte tienen poder en base a las tendencias, que están dirigidos a públicos específicos, sin embargo, la televisión es más estandarizada y oficial, debido que tiene datos más específicos.

A pesar de que un programa tenga un reconocimiento bueno o malo. Seguirá emitiendo siempre y cuando la gente lo vea y hable de él. Como dijo en una ocasión la ex Vedette y congresista, Susana Díaz: “No importa que hablen bien o mal de ti, pero que hablen”.

Los programas de televisión de este tipo ya no solo apuntan a un público en específico sino a todos. Si bien antes tenían segmentos A, B, C, D, hoy se puede afirmar que todos estamos invadidos de estos contenidos. Más que nada por la necesidad de consumir aspectos faranduleros, puesto que hace sentir al individuo como parte de la sociedad.

En el sector A y B hay una mixtura de consumo de contenidos, pero también incluyen los que van dirigidos a los sectores C y D.

Los colores, la música, los diseños, tiros de cámara y demás, están orientadas al manejo emocional de las personas y a capturar su atención. Se crea una atmosfera para escenificar lo que el programa quiere transmitir, sea pánico, lastima, dolor, drama, entre otros.

Los canales de televisión son concesionarios del aspecto radioeléctrico. Es decir, el estado es dueño de la señal. Ellos tienen una especie de concesión por determinado tiempo para transmitir su señal. Son los únicos operadores por el momento, pero no estarán toda la vida. Si bien son administradores de ese espacio, es el público el que está en la potestad de decidir que ver y que no.

Vivimos en una época complicada, porque tenemos que tomar decisiones a cada segundo, que tendencias o contenidos consumir, que líneas o que marcas seguir.

Canal 7 cuenta con contenidos culturales, programas para niños y jóvenes, sin embargo, no son tan exitosos, puesto que estos obligan a la gente a pensar y eso les resulta complicado. A la gente les llama la atención la caja boba, cada día se lee menos, a las personas les da pereza pensar e imaginar. La mayoría de los programas exitosos en Perú solo te piden tener el ojo abierto o inclusive solo escuchar.

En internet la gente navega en sus diferentes redes sociales y miran contenido de entretenimiento y pasan largas horas posteando y compartiendo memes o videos random, etc, pero en internet hay absolutamente de todo. Cualquier niño podría ser un genio si viera cosas productivas.

En conclusión, estos programas son de entretenimiento, no está mal verlos. Uno se entretiene y luego sigue con su vida. Hay una necesidad de educar a la gente a no dejarse influenciar por estos programas de televisión. Así como una persona aprende a leer, tiene que aprender a ver televisión, escuchar radio, consumir también buenos contenidos. No ver los programas con tanta pasión, solo entretenerse al igual que con una película. Además, el peor castigo que puede tener un programa de televisión y un productor es que el público le de al siguiente canal con su control remoto.

3.4 Método de observación: Contenido del programa “Tengo algo que decirte” dentro de la plataforma de YouTube

La percepción de los usuarios de YouTube entre 20 y 35 años sobre el programa “Tengo algo que decirte” colgado en la plataforma, es negativo, pues se pudo observar las distintas críticas de desagrado a través de los comentarios en algunos de los videos. Por ejemplo, los temas más reprochados son las historias de infidelidad aparentemente armadas o problemas dentro de la familia. Otro aspecto criticado es la manera dura y/o exagerada con la que la conductora trata los temas. Esto debido a la manera en que se expone el contenido o la forma en que se maneja, la cual puede aparentar ser sensacionalista o incluso morbosa.

Es en esta plataforma donde los usuarios realizan sus juicios de valor acerca del programa. En su mayoría, son jóvenes los que usan este medio. Sin embargo, si bien hay capítulos que causan controversia hay otros que sí gustan de la mayoría.

IV. PRODUCTO COMUNICACIONAL

Con la información anterior a través de los métodos y herramientas utilizadas llegamos a la siguiente propuesta:

4.1 Propuesta

Implementar dos nuevos bloques al programa “Tengo algo que decirte” y descartar aquellos que tratan temas de violencia.

4.2 Diagnóstico (Análisis)

Si bien en el Perú los talk shows vienen desde principio de los 90 y guardan ciertas características, hoy en día se puede notar una mezcla de varios formatos dentro de este mismo. Sin embargo, la esencia del talk show como tal aún sigue presente como es el caso del programa “Tengo algo que decirte”. Este se considera un híbrido que parte del formato talk show tradicional, en el que los temas de violencia contra la mujer son los más expuestos.

Basándonos en las investigaciones realizadas, buscamos proponer y/o sugerir mejoras al programa analizado, con el fin de acercarnos al formato ideal o mejor adaptado para la audiencia en general.

Según el análisis de las encuestas realizadas, pudimos observar que gran parte del público afirma que los programas de televisión ya no se preocupan por brindar un buen contenido, pero que sintonizan este programa porque de alguna manera les resulta entretenido.

Por otra parte, según las reacciones de los usuarios de YouTube pudimos observar que los temas más criticados son las historias de infidelidad aparentemente armadas o problemas dentro de la familia. Otro aspecto criticado es la manera dura y/o exagerada con la que la conductora trata los temas.

Sin embargo, también hay comentarios positivos respecto a algunos casos emotivos como son los de reconciliación y reencuentros; además de un público que disfruta y defiende el programa.

4.3 Objetivos:

- Mejorar el contenido del programa
- Ampliar la audiencia
- Captar publicidad y aumentar ganancias
- Disminuir el número de haters en YouTube
- Ser visto como un programa que entretiene de manera adecuada

4.4 Público

Televidentes:

Edad: Televidentes de 35 a 60 años.

Sector económico: B, C

Estilo de vida: Amas de casa o desempleados

Hábitos: Pasan la mayor parte de tiempo en casa.

Usuarios de YouTube:

Edad: 20 a 35 años de edad.

Sector económico: B, C

Estilo de vida: Amante de las redes sociales, jóvenes con tiempo libre.

Hábitos: Pasan la mayor parte del tiempo usando redes sociales.

4.5 Desarrollo

Descartar programas relacionados a temas de violencia contra la mujer e implementar dos bloques, el primero en el que artistas cuenten facetas ocultas de su vida ofreciendo mensajes de superación personal y motivación. La segunda propuesta surgida con la entrevista a especialistas, es la de citar a políticos que narren aspectos desconocidos de su persona, más allá de su carrera política. De esa manera, tendrían oportunidad de abrir un espacio de confianza a los ciudadanos.

En primer lugar, realizar un programa piloto en el que un artista exponga algo no muy conocido de él o ella, presentándose y diciendo la frase “Tengo algo que decirte”, dirigiéndose al público y haciendo referencia al nombre del programa. Se trataría un caso en particular, que podría ser, por ejemplo, una etapa difícil de su vida o alguna experiencia que

le dejó una valiosa lección. Todo ello expuesto a modo de debate y entrevista junto con la conductora.

La finalidad del programa seguirá siendo entretener, pero no de una forma simple o trivial como se recurre en los programas talk show del mundo de la televisión actual, sino a través de un mensaje valioso para la teleaudiencia.

4.5.1 Bloques del programa

Tabla 1 Estructura del programa

Fuente propia

DESGLOSE DE “TENGO ALGO QUE DECIRTE”	
BLOQUES	DESCRIPCIÓN
1	Presentación y video informativo acerca del primer caso de reconciliación de familia (personas comunes). Se dará una breve presentación de los invitados para luego entablar la fase del debate y/o entrevista hasta su finalización.
2	Luego del regreso a comerciales se dará la presentación de los invitados del segundo caso (artistas). Se describirá el tema a tratar y por consiguiente empezará una entrevista amena. Al terminar y antes de dar pase a comerciales, se hará una breve presentación del último caso donde estará un político, pero aún no se revela su identidad.
3	Se reproduce un video de presentación del caso donde sólo se contarán algunos datos que ayuden al público a identificar la identidad del invitado. Se hace un pequeño debate entre el público presente que pueda tener una idea de quién es para que luego el invitado salga por el sobre. En la entrevista se demuestra confianza y empatía entre conductor y entrevistado hasta su finalización. Se piden comentarios del público acerca del tema tratado para finalmente acabar el programa.

A través de esta estructura concreta y pareja, se busca que el público espectador se familiarice enseguida con el programa cuando lo vea. Además, se tendrá en cuenta la duración de todos los bloques para que tengan un equilibrio, precisión y orden al momento de generar un buen guion definido a través de las escaletas (tabla 2).

La idea fundamental es proporcionar un mensaje de calidad que entretenga al espectador de forma acertada, para ello se utilizará una estructura cuidadosa.

El orden de los bloques permitirá que el mensaje deseado sea transmitido de forma coherente para que se facilite su comprensión. Por ello, disponer de esta estructura impedirá que se genere una mala interpretación y desorden en el mensaje que el equipo del programa tiene en mente difundir. Para la correcta distribución, se tendrá en cuenta también una serie de elementos muy importantes para que estos no afecten el resultado de la percepción del mensaje; los planos, encuadres, secuencia, movimientos de cámara y sonido serán de vital importancia.

El logro se basa fundamentalmente en la duración y equilibrio de cada parte, las imágenes, la capacidad del conductor, la elección de los invitados y sobretodo la conexión entre ellos.

La entrevista y su estructura

El programa básicamente tendrá invitados distintos para cada bloque. Los del primer caso, sea familia o pareja en reconciliación, dependerá de la producción y éste no cambia del formato original. Durante el segundo bloque, estará un artista de cualquier sexo y edad que contará experiencias nunca antes expuestas de gran relevancia y motivación. Por último, en el tercer bloque se entrevistará a un político que narrará, por ejemplo, motivos por los que se adentró a esa carrera tan complicada.

Las entrevistas serán muy amenas y empáticas, donde primará la conexión entre conductor y entrevistado.

Conductor y/o presentador del programa

El conductor y/o presentador moderará el debate y marcará los tiempos de cada bloque. Durante los dos primeros se encontrará al lado de los invitados para hacerles las entrevistas, mientras que en el tercer bloque se acercará al público del set para darles el micrófono y puedan dar sus opiniones. Se harán debates breves.

El presentador tendrá una buena imagen, carisma y respeto ante los invitados como al público presente. Será una persona dinámica con fluidez de palabra, y que ante situaciones adversas muestre tanta seriedad como seguridad.

4.5.2 Pauta básica del programa

Tabla 2 Desglose Escaleta

Fuente propia

Programa TV: Tengo algo que decirte	Duración	Acumulado	Sección	Video	Audio
Primer programa piloto					
BLOQUE 1					
Cuña de programa	00:00:05	00:00:05	Inicio	VTR	Música cuña
Presentación- conductores	00:02:00	00:02:05	Introducción caso 1	DIRECTO	Presentadores
Video relacionado al caso	00:03:00	00:05:05	Video informativo	VTR	Voz off/ video
Presentación de los invitados	00:05:00	00:10:05	Presentación invitados	DIRECTO	Ambiental
Entrevista invitados	00:15:00	00:25:05	Entrevista- reconciliación	DIRECTO	Música suave/ ambiental
PUBLICIDAD					
BLOQUE 2					
Breve descripción caso 2- conductor	00:03:00	00:28:05	Datos principales- caso 2	DIRECTO	Ambiental
Video presentación	00:03:00	00:31:05	Video presentación	VTR	Voz off/ video
Presentación del artista	00:02:00	00:33:05	Presentación artista	DIRECTO	Ambiental
Entrevista invitado	00:12:55	00:46:00	Entrevista historia de vida	DIRECTO	Música suave
Presentación corta caso 3- político	00:02:00	00:48:00	Introducción/ bloque 3	DIRECTO	Sonido Fx/ suspense
PUBLICIDAD					
BLOQUE 3					
Video de intriga- personaje político	00:02:00	00:50:00	Video intriga	VTR	Voz off/ video
Breve debate- público set	00:02:00	00:52:00	Debate breve	DIRECTO	Sonido Fx/ suspense
Entrevista invitado	00:08:00	01:00:00	Entrevista amena	DIRECTO	Música suave/ ambiental
Debate y comentario público- set	00:03:00	01:03:00	Debate final/ opinión	DIRECTO	Ambiental
Despedida de programa	00:01:30	01:04:30	Datos final	DIRECTO	Música suave
Cuña despedida	00:00:10	01:04:40	Créditos finales	VTR	Música cuña

4.5.3 Cronograma

Tabla 3 Cronograma

Fuente propia

Cronograma – Plan de producción				
Programa: “Tengo algo que decirte”				
Actividad	Inicio	Final	Encargados	Lugar
Planificación y organización de producción	14 Julio	12 Julio	Equipo, producción, jefe, técnicos, etc.	Canal
Redacción de guiones	14 de Julio	14 de Agosto	Conductora, realizada, productora	Oficina
Ensayos y prácticas	20 Julio	29 de Julio	Conductor, voz en off	Oficina
Contactar nuevos invitados	30 de Julio	30 Agosto	Ayudante Dirección	Oficina
Grabación	01 Agosto	15 Diciembre	Jefe, director, productor	Productora
Edición	01 Agosto	15 Diciembre	Montador, Auxiliar, asistentes	Oficina

4.5.4 Guion televisivo

MOSTRAR: INTRODUCCIÓN- CUÑA

Sonido:

[En este momento se escucha como fondo la música que identifica al programa]

Escena 1

Imagen 1

Plano: La cámara 1 en un plano general enfoca en un ángulo picado hacia el conductor de pie que da unos pasos mientras la cámara se acerca para terminar en un plano busto. Este se presenta y procede hacer la introducción del primer caso.

MOSTRAR: VIDEO INFORMATIVO DEL PRIMER CASO

Escena 2

Sonido:

[Música suave ambiental]

Imagen 1

Plano: La cámara 2 hace un Zoom a los rostros de los invitados quienes dan más información del caso que protagonizan.

Imagen 2

Plano: Se comienza a realizar las preguntas a los invitados. La cámara 1 y 2 van rotando respectivamente según la entrevista.

[Sonido]

Se introduce la música propia del programa advirtiendo de esta manera al público y a los invitados que se acerca un corte para comerciales.

El conductor anuncia un breve receso comercial, mientras se va generando un desenfoque en la imagen y la cámara 1 se va alejando.

MOSTRAR: PUBLICIDAD

Escena 3

Sonido:

[Música suave ambiental]

Imagen 1

PLANO: La cámara 1 se va acercando de un plano general a un plano medio. El conductor presenta el segundo tema, mientras es enfocado alternativamente por las cámaras 1 (al frente), cámara 2 (a la izquierda).

MOSTRAR: VIDEO INFORMATIVO DEL SEGUNDO CASO

Escena 4

Imagen 1

PLANO: Tras la exposición del tema, se hace un zoom hacia el artista invitado, quien hace su presentación, mostrándolo en un plano medio.

Imagen 2

PLANO: La cámara 1 y 2 hace un Zoom a los rostros del invitado y del entrevistador. Así va rotando conforme se lleva a cabo la entrevista quienes dan más información del caso que protagonizan.

Imagen 3

PLANO: La cámara 1 va con el entrevistador quien da una conclusión del caso 2 y una pequeña introducción del caso 3 con respecto al político.

[Sonido]

Se introduce la música propia del programa advirtiendo de esta manera al público y a los invitados que se acerca un corte para comerciales.

El conductor anuncia un breve receso comercial, mientras se va generando un desenfoque en la imagen y la cámara 1 se va alejando.

MOSTRAR: PUBLICIDAD

Escena 5

Imagen 1

MOSTRAR: VIDEO DE INTRIGA – POLÍTICO

Escena 6

Imagen 1

PLANO: Cámara 2 y 3 hacen un zoom al político (plano medio) y al público (plano general) respectivamente para realizar el debate entre ellos.

Imagen 2

PLANO: Cámara 1 y 2 ambas en plano medio, hacen zoom al conductor y al político para la entrevista entre ellos.

Imagen 3

PLANO: Cámara 3 en plano general al público para que deán sus comentarios adicionales.

Imagen 4

PLANO: La cámara 1 hace un zoom terminando en plano busto en el conductor quien da las palabras finales y la despedida. La cámara 3 hace un trávelin al público que se despide entre aplausos y luego la cámara se eleva generando un desenfoque

MOSTRAR: CIERRE- CUÑA

4.5.5 Rubros a considerar en el presupuesto de producción

PRE-PRODUCCIÓN:

- Personal y asistentes
- Investigación y Scouting
- Casting
- Dirección de arte: Escenografía, utilería, vestuario, transporte.

PERSONAL DE PRODUCCIÓN:

- Productor
- Realizador
- Asistente de realizador
- Asistente de producción

PERSONAL DE PRODUCCIÓN:

- Camarógrafos
- Asistentes de cámara
- Director de iluminación
- Operador de luces
- Ingeniero técnico
- Ingeniero de sonido
- Operadores de audio y microfonistas
- Escenógrafo

- Director de arte

- Maquillista

- Peluquero o estilista

POST-PRODUCCIÓN:

-Editores

- Animación

- Efectos visuales

OTROS GASTOS:

- Transporte y viajes

- Cáterin para el público

- Utilería y vestuario

- Construcción de escenografía

- Mantenimiento de equipos

- Conductor

- Pasaje de invitados

V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Luego de analizar las respuestas de los encuestados se revelan datos interesantes como que el porcentaje de mujeres que mira este programa es un poco mayor al de los hombres. La mayoría revela que son conscientes de que los programas de televisión no generan buen contenido y que por el contrario que la mayoría induce al morbo y sensacionalismo. Sin embargo, hay ocasiones en los que suelen consumir este tipo de contenido, ya sea por aburrimiento, por interés momentáneo o por la típica respuesta, “No hay nada más que ver”.

Si bien el Talk Show viene arrastrando la reputación de ser un formato sensacionalista y falso, los televidentes de hoy en día son más reacios a creer en las historias que se presentan en el programa, además de tener una idea de que el programa es exagerado e irreal para presentar los casos.

A pesar de que el programa se creó con la finalidad de mostrar la realidad dura y violenta que se vive en el país para dar soluciones a los casos presentados, este programa ocupa un horario familiar, donde de alguna manera cualquier persona puede verla, incluso niños. Pero son los jóvenes en su mayoría quienes más lo critican e incluso opinan que este mismo induciría indirectamente a la violencia de género por el alto contenido presentado de manera repetitiva y en algunos casos exagerados desde su propia percepción.

YouTube fue otra plataforma donde encontramos varios comentarios negativos por parte de los usuarios de la misma. Hay capítulos que son bien recibidos, sin embargo, hay otros en los que se critica la conducción o la realización del programa.

La entrevista realizada al productor general de la UTP, Luis Cabrera, nos reveló que estos contenidos presentados en TV pueden llegar a ser más explícitos debido a la alta demanda del público y su gusto por conocer más y más. Los canales de televisión son negocios y estos se rigen por el rating, un programa que no llega al rafting necesario simplemente queda cancelado. A pesar de ello, podrían crearse nuevas propuestas que lleguen a tener una buena acogida.

5.1 Impacto en el público de YouTube

El programa “Tengo algo que decirte” transmitido en el canal 2 y publicado en la plataforma de YouTube, tiene un recibimiento no muy bueno por los usuarios del mismo, debido a dos factores, primero que están bombardeados de información y segundo, que no son tan fáciles de convencer respecto a la veracidad de un programa, sin mencionar la reputación que los mismos talk shows arrastran.

Los que más critican el programa son jóvenes, y sus comentarios negativos van dirigidos especialmente hacia la productora y su forma de llevar los casos que, además, resultan ser poco creíbles. Estos contenidos no solo generan rechazo por parte del público joven, sino que hacen más escépticos a los usuarios, una situación que conlleva a que estos prefieran otro tipo de contenido como el extranjero, puesto que se adopta la idea de que los programas de Perú son solo sensacionalismo y morbo.

Sin embargo, y a pesar de las críticas, estos usuarios visitan el canal de YouTube para esparcir sus comentarios negativos, lo cual puede representar ser una ventaja para el programa. Como en una ocasión la ex congresista y vedette Susana Díaz dijo: “No importa si hablan bien o mal de ti, pero que hablen”.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Percepción del lenguaje narrativo

Como afirma el productor, Luis Cabrera, las personas tienen una fascinación por conocer más a detalle la vida privada de otras personas, no solo basta con conocer el hecho, tienen que saber punto por punto. Este fue el motivo por el cual estos programas televisivos optan por mostrar cada vez escenas más fuertes, lo cual puede llegar a saciar la demanda del espectador, pero le genera una percepción conscientemente negativa de lo que está consumiendo, es decir, puede criticar el contenido que mira, pero de igual forma lo consume.

Entonces según los encuestados hubo una gran mayoría que percibía el programa “Tengo algo que decirte” como exagerado e irreal, que lejos de ayudar a la lucha de la no violencia contra la mujer, muestra un contenido que lo toman como irreal y poco creíble. A pesar de que pueda tener secuencias entretenidas, no lo consideran como un aporte o ayuda o algo que divulgue la no violencia contra la mujer.

6.2 Percepción de la musicalización

La musicalización, como estrategia, que acompaña una escena determinada es considerada importante puesto que, junto con los colores o tiros de cámara, como lo menciona Luis Cabrera, son esenciales para generar emociones en las personas y, en consecuencia, el contenido que se muestra impacte más.

Los mismos encuestados revelaron que sin la musicalización el programa no sería lo mismo, se sentiría un vacío extraño.

6.3 Percepción en YouTube

La difusión de contenidos de violencia contra la mujer está muy presente en la televisión peruana y a través de las redes sociales en la actualidad. Muchos de los programas televisivos buscan promover la no violencia contra el sexo femenino. Sin embargo, el público lo percibe como un tipo de montaje mal elaborado, siendo así, conscientes de que el contenido de los medios no está logrando sus verdaderos objetivos. Por el contrario, malinterpretan la información, de tal manera que lo perciben como si estos estuvieran

promoviendo la violencia contra la mujer. La manera en cómo es expuesto el contenido o la forma en que se maneja, puede aparentar ser sensacionalista o incluso morbosa.

Estos programas también tomaron lugar en la plataforma de YouTube donde el público observador se agranda por la gran cantidad de personas que usan este aplicativo.

Tomando en cuenta las opiniones de los televidentes, respecto al programa “Tengo algo que decirte”, explicado anteriormente, es en la plataforma de YouTube donde las críticas se acrecientan aún más. La razón principal, resulta ser porque los jóvenes en su mayoría no siempre están conformes con el contenido que se les brinda, son un poco más reacios al momento de escoger lo que van a ver. Por ello, prefieren ver contenidos extranjeros y se limitan al nacional.

Si bien hay capítulos que gustan de la mayoría, varios otros causan controversia y desagrado porque lo perciben como irreal, morboso y un tanto sensacionalista.

6.4 Recomendaciones

a) Además de la propuesta comunicacional y luego de este proceso de investigación, vemos necesario el partimiento de talleres donde se oriente a las personas a consumir programas de televisión adecuadamente. Elaborar charlas donde se brinde información con contenidos como los siguientes:

- La televisión basura
- La inteligencia emocional en el consumo de medios televisivos
- La influencia de los medios de comunicación en los niños durante la etapa escolar

Estas charlas y/o talleres estarían dirigidos principalmente a profesores, pues consideramos que a través de ellos se puede llegar a los niños de forma efectiva. Además, consideramos que es desde la niñez donde se puede prevenir un inadecuado consumo de medios.

Los profesionales a cargo de realizar estas charlas serían: un coaching (un comunicador), que tiene conocimiento en temas de medios y comunicaciones, y un psicólogo experto en inteligencia emocional.

Por la carga laboral que tienen los profesores en la mañana, hemos considerado que los talleres se realicen dos veces por semana con un horario de 5 a 6 de la tarde.

Creemos que esto resultaría ser muy beneficioso, tanto para niños como para jóvenes y adultos, puesto que todos nosotros estamos expuestos a estos medios de manera continua y aprender a consumirlos podría generar un cambio significativo en nuestra sociedad.

b) Por otro lado, la siguiente recomendación está dirigida a futuros productores y sonidistas, pero principalmente a la Universidad Tecnológica del Perú, para que considere la implementación de talleres y/o cursos especialmente de musicalización en programas de televisión. La finalidad, es que salgan profesionales sonidistas o comunicadores con una mejor propuesta, una más creativa, donde no se caiga en lo simple, inmediato o chabacano como hemos observado en el ejemplo de nuestra investigación.

c) Como última recomendación, se espera que en horarios dirigidos a los niños se les advierta, a través de campañas en espacios publicitarios, que el consumo de este tipo de programas es nocivo. Cabe recalcar que no sólo sirven los avisos que aparecen en algunos canales, puesto que esta medida como hemos podido observar, no está siendo efectiva. Por ello, y a través de la Universidad Tecnológica del Perú, esperamos que se logre convencer al Estado de respaldar esta propuesta

BIBLIOGRAFÍA

- Arboccó, M. y O'Brien, J. (Agosto-Diciembre, 2012) Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. *Revista de la UNMSM*, 20(02), 43.
- Brito, A; Capito, S (2016) “Talk Show. Otro argumento para pensar la sociedad” (52)
- Bunge, M. (2007). *La investigación científica*. México, Siglo XXI.
- Cabero Almenara, J., e Infante Moro, A. (2014). Empleo del método Delphi y su empleo en la investigación en Comunicación y Educación. *EDUTEC Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 48, 1-16. Recuperado de http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec48/pdf/Edutece_n48_Cabero-Infante.pdf
- Cañadas, I. Y Sánchez (1998). Categorías de respuestas en escalas tipo Likert. *Revista Psicothema*. 10 (3), 623-631. Recuperado de <http://www.psicothema.es/pdf/191.pdf>
- Chaneton, J. (2000). “La vida ajena. Servicio, melodrama e intereses de género en los talk shows”. *Debate Feminista* (pp.151)
- Cerna, D. (2017) *Influencia del programa televisivo Nunca más para la promoción de una cultura de paz en las amas de casa del AA-HH San Luis, La Molina*. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12177/cerna_sd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Crisóstomo, M. (Mayo, 2016) *Violencia contra las mujeres rurales: Etnografía del Estado Peruano*. *Revista Cisepa*, (34), 11-12
- Eladio, L. (Septiembre, 2001) *Talk Shows, fascinación o rechazo*. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, (75), 04
- Expósito, F. (2011) *Violencia de Género*. *Revista Mente y Cerebro*. (48), 25
- Fernandez, A. (2009) *Autopercepción y relaciones interpersonales en un grupo de mujeres víctimas de violación sexual a través del psicodiagnóstico de Rorschach*. Recuperado

de

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/412/FERNANDEZ_GODENZI_ADRIANA_AUTOPERCEPCIONES_RELACIONES_RORSCHACH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gamboa Cetina, J. (Junio de 2001). La mujer, en los talk shows. *Revista Latina de Comunicación Social*, 4 (42), párr. 62-67. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/2001/latina42jun/41gamboa.htm>

García, T. (2011). *Violencia, mujer y televisión*. Recuperado de http://ateneo.unmsm.edu.pe/ateneo/bitstream/123456789/2419/1/letras13v82n117_2011.pdf

Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu editores.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.) México: McGraw- Hill/Interamericana.

Historia: La violencia contra la mujer no es un fenómeno nuevo. (12 de agosto de 2016). *Diario Correo*. Recuperado de https://diariocorreo.pe/cultura/historia-la-violencia-contra-la-mujer-no-es-un-fenomeno-nuevo-690959/?fbclid=IwAR2fX1fTCw_oVmv5w1nZlPR5oBZ4i87Sx1InucxHNAAQNCckJvX7wiJlxGI

I.N.E.I (2017) Perú: Indicadores de violencia familiar y sexual, 2000-2017. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1465/libro.pdf

Jaramillo, E. (2003) *Evolución y retos de la televisión*. (Primera edición). Quito, Ecuador. Editorial “Quipus”, CIESPAL.

Jiménez, E. (2010) *Talk show y audiencia: los procesos de recepción de un género de tele realidad*. Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/12254>

López, E. (Mayo-agosto, 2004) La figura del agresor en la violencia de género: características personales e intervención. *Papeles del Psicólogo*, 25 (88), 31-38

M.I.M.P (2016) Violencia basada en género: Marco conceptual para las políticas públicas y la acción del estado. Recuperado de <https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgcvg/mimp-marco-conceptual-violencia-basada-en-genero.pdf>

Mujica, J. (2011) Violaciones sexuales en el Perú 2000-2009: Un informe sobre el estado de la situación. (1era edición) Lima, Perú: PromSex.

La Organización Mundial de la Salud y La Escuela de Higiene y Medicina Tropical de Londres (2013) *Prevención de la violencia sexual y violencia infligida por la pareja contra las mujeres: qué hacer y cómo obtener evidencias*. Recuperado de https://oig.cepal.org/sites/default/files/9789275316351_spa.pdf

Perú 21 (11 de octubre de 2014) Perú ocupa el tercer lugar en casos de violación sexual en el mundo. *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/peru-ocupa-tercer-lugar-casos-violacion-sexual-mundo-190003>

Perú 21 (11 de octubre de 2014) Perú ocupa el tercer lugar en casos de violación sexual en el mundo. [Figura]. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/peru-ocupa-tercer-lugar-casos-violacion-sexual-mundo-190003>

Perú 21 (31 de mayo de 2017) Indignante: Perú ocupa el tercer lugar en violaciones sexuales a nivel mundial. *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/indignante-peru-ocupa-tercer-lugar-violaciones-sexuales-nivel-mundial-78473>

Piscoya, L. (1987) *Investigación científica y educacional. Un enfoque epistemológico*. Lima, Perú: Amaru editores.

Ruiz, R (2011) “El género del talk show. Análisis y propuestas para el estudio académico de un formato televisivo internacional y sus adaptaciones regionales”. En I, Bort; S,

García; M, Nuñez (Editores), Nuevas tendencias e Híbridos de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea (pp. 321 - 327)

Siri, L (2008) Un análisis de YouTube como artefacto sociotécnico. Revista Académica De La Federación Latinoamericana De Facultades De Comunicación Social

Universidad Ricardo Palma (2017) Violencia Contra la Mujer en el Distrito de Santiago de Surco-Lima (1era Edición), 21

Vargas, J. (2016) *Adiós a la vergüenza: el fenómeno de los talk shows en la televisión nacional*. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7217>

Vásquez, R. (2015) La violencia contra las mujeres en el Perú: Entre la levedad del discurso que la condena y la persistente fuerza de los hechos. Recuperado de <https://www.mujereslibresdeviolencia.usmp.edu.pe/wpcontent/uploads/2015/09/giz2015-es-estudio-cambios-actitudes-VF.pdf>

ANEXO 1: GLOSARIO

Talk Show: (Show de la palabra) Programa de televisión en donde debaten diversos temas, el cual tiene a un conductor o conductora, personas comunes que son invitadas a contar sus historias y un público que suele intervenir en el debate.

Violencia de género: Cualquier tipo de violencia sea física como psicológica que se da contra cualquier persona o grupo de personas en base a su sexo o género.

Televisión basura: Conjunto de programas televisivos de contenidos zafios y vulgares.

Lenguaje narrativo: La forma en la cual se relatan o exponen hechos relatables a través de una trama y un argumento.

Musicalización: Es la música de fondo que acompaña una escena determinada para transmitir alguna emoción o sentimiento.

Percepción: Es la forma en la que el cerebro percibe o detecta las sensaciones que recibe a través de los sentimientos para formar una impresión consiente propia.

Sensacionalismo: Tendencia que tienen algunos medios televisivos de presentar algo resaltando lo más llamativo, a pesar de que pueda ser algo secundario, con el fin de generar asombro o escándalo.

Estructura: Modo en que están organizadas u ordenadas las partes de un todo de algo.

Morbo: Atractivo por cosas que resultan ser crueles, desagradables, prohibidos o que van en contra de la moral de una persona.

Géneros: Forma de clasificar los programas de TV en base a su contenido o temática.

Formatos: Forma particular como se estructura el programa de TV.

Híbrido: Es la mezcla de muchos formatos en un mismo género.

ANEXO 2:

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
FICHA DE TAREA DE INVESTIGACIÓN
FI-0C

Facultad: Ciencias de la comunicación

Carrera: PERIODISMO AUDIOVISUAL

Sede: LIMA

Título: “Percepción de televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show “Tengo algo que decirte” del canal 2 en Lima durante el 2018”

Competencias: Periodismo Audiovisual

Datos del responsable de llenar la ficha:

Nombres: Rafael Mugraza Villafane

Código Docente: c15060

Correo: rafaga_mv@hotmail.com

Teléfono: 987161311

Números de estudiantes posibles a participar en este trabajo: 2 estudiantes

Palabras Clave	Repositorios
Talk Show	Dialnet
Violencia de género	Scielo
Televisión basura	SCOPUS
Lenguaje narrativo	RENATI
Sensacionalismo	
Híbrido	

Sobre el trabajo de investigación:

El trabajo tiene perspectivas de continuidad después que el alumno obtenga el grado académico para la titulación por la modalidad de tesis.

SI

Contribuye a un trabajo de investigación de una Maestría o un Doctorado de algún profesor.

NO

Está dirigido a resolver algún problema o necesidad propia de la organización:

SI

Forma parte de un contrato de servicio a terceros:

NO

Corresponde a otro tipo de necesidad o causa:

Reducir la exposición de casos de violencia contra la mujer en programas Talk Show

Objetivos y propósitos del trabajo de investigación:

Conocer la percepción de los televidentes y usuarios de YouTube en relación a la violencia de género que se expone en el programa talk show "Tengo algo que decirte" del canal 2 en Lima durante el 2018.

Primeros pasos para la realización del trabajo de investigación:

- Revisar antecedentes
- Revisar bibliografía
- Realizar escala de Likert y entrevistas a expertos
- Realizar observación del canal de Youtube del programa

Recomendación para el trabajo de investigación:

Implementar dos nuevos bloques al programa "Tengo algo que decirte" y descartar aquellos que tratan temas de violencia.

Aprobación de ficha de investigación

(Llenado y aprobado por la Dirección Académica)

Nombres:

Código:

Cargo:

Fecha de aprobación:

Estado:

Informe de investigación Violencia de género

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE
INTERNET

2%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	revistes.ub.edu Fuente de Internet	1%
5	addi.ehu.es Fuente de Internet	1%
6	repositori.uji.es Fuente de Internet	1%
7	www.mimp.gob.pe Fuente de Internet	1%
8	10ejemplos.com Fuente de Internet	1%

9	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	1%
10	Submitted to Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas Trabajo del estudiante	<1%
11	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1%
12	Submitted to Universidad Nacional San Agustin Trabajo del estudiante	<1%
13	www.ull.es Fuente de Internet	<1%
14	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1%
15	utpsedearequipa.edu.pe Fuente de Internet	<1%
16	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
17	www.redalyc.org Fuente de Internet	<1%
18	imgbiblio.vaneduc.edu.ar Fuente de Internet	<1%
19	bmcpublichealth.biomedcentral.com Fuente de Internet	<1%

20	181.224.246.201 Fuente de Internet	<1%
21	www.pesquisasenlinea.org Fuente de Internet	<1%
22	veronicaaguilerasalgado.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
23	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1%
24	Submitted to CONACYT Trabajo del estudiante	<1%
25	Submitted to Markham College Trabajo del estudiante	<1%
26	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1%
27	repositorio.umch.edu.pe Fuente de Internet	<1%
28	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
29	uvadoc.uva.es Fuente de Internet	<1%
30	rcientificas.uninorte.edu.co Fuente de Internet	<1%
31	Submitted to 95131 Trabajo del estudiante	<1%

32	ojseditorialumariana.com Fuente de Internet	<1%
33	revistas.usal.es Fuente de Internet	<1%
34	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1%
35	Hillary Hiner, Daniela Castro. "Women, torture, & spectacle on Chilean television", <i>Popular Communication</i> , 2018 Publicación	<1%
36	www.esup.edu.pe Fuente de Internet	<1%
37	Submitted to Universidad Distrital FJDC Trabajo del estudiante	<1%
38	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
39	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1%
40	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1%
41	ruc.udc.es Fuente de Internet	<1%
42	www.esffaa.pe Fuente de Internet	<1%

43	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
44	w.redalyc.org Fuente de Internet	<1%
45	documents.mx Fuente de Internet	<1%
46	www.oalib.com Fuente de Internet	<1%
47	ri.uaemex.mx Fuente de Internet	<1%
48	www.sinsitio.com Fuente de Internet	<1%
49	cpds-gq.org Fuente de Internet	<1%
50	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	<1%
51	www.cajpe.org.pe Fuente de Internet	<1%
52	Submitted to Infile Trabajo del estudiante	<1%
53	serval.unil.ch Fuente de Internet	<1%
54	www.scribd.com Fuente de Internet	<1%

		<1%
55	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1%
56	www.encaletado.com Fuente de Internet	<1%
57	mikesbogotablog.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
58	www.onpe.gob.pe Fuente de Internet	<1%
59	www.yumpu.com Fuente de Internet	<1%
60	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	<1%
61	www.drsof.info Fuente de Internet	<1%
62	arttextumreplicacion.net Fuente de Internet	<1%
63	Submitted to Universidad Rafael Landívar Trabajo del estudiante	<1%
64	www.interregvioleta.org Fuente de Internet	<1%

alqueriaderosales.org

65	Fuente de Internet	<1%
66	Gemma García Ferrer. "chapter 6 The Observation", IGI Global, 2015 Publicación	<1%
67	www.mun2tv.com Fuente de Internet	<1%
68	Submitted to Universidad de Jaén Trabajo del estudiante	<1%
69	www.saber.ula.ve Fuente de Internet	<1%
70	Submitted to University of Wales central institutions Trabajo del estudiante	<1%
71	es.scribd.com Fuente de Internet	<1%
72	doaj.org Fuente de Internet	<1%
73	Submitted to Corporación Universitaria del Caribe Trabajo del estudiante	<1%
74	www.recreacionnet.com.ar Fuente de Internet	<1%
75	www.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1%

76	www.revistalatinacs.org Fuente de Internet	<1%
77	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1%
78	www.e-lecciones.net Fuente de Internet	<1%
79	repositorio.up.edu.pe Fuente de Internet	<1%
80	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1%
81	www.webstudio.cl Fuente de Internet	<1%
82	e-spacio.uned.es Fuente de Internet	<1%
83	www.comala.com Fuente de Internet	<1%
84	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
85	www.fimcap.org Fuente de Internet	<1%
86	repositorio.uasb.edu.ec Fuente de Internet	<1%

87	www.pschile.cl Fuente de Internet	<1%
88	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1%
89	www.concortv.gob.pe Fuente de Internet	<1%
90	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1%
91	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Trabajo del estudiante	<1%