



Identificación de los tipos de programas en televisión.





Recursos de aprendizaje relacionados (Pre clase)	Grado: 10 UoL: Medios, símbolos e ideología. LO: Inferencia de las implicaciones de los medios de comunicación en los contextos sociales. Nota: Los estudiantes antes de realizar la actividad 3 indagan más información sobre los realities.
Objetivos de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los contenidos que presenta la televisión. • Analizar el mensaje de los diferentes programas de televisión.
Habilidad / Conocimiento (H/C)	SCO: Observa diferentes programas de concurso en televisión y comparte tus comentarios en clase <ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar los programas. 2. Comprender la estructura del programa. 3. Analizar la dinámica del programa. 4. Comprender el lenguaje empleado. 5. Interpretar las diversas temáticas del programa. 6. Reconocer los argumentos o la trama del programa. 7. Analizar los elementos semióticos del programa. 8. Evaluar los mensajes explícitos e implícitos del programa. 9. Relacionar los elementos del programa con la realidad
Flujo de aprendizaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Actividad introductoria: Entre tiempos 2. Objetivos de aprendizaje 3. Contenido <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Actividad 1: ¿Qué son los realities show? 3.2 Actividad 2: Expone y argumenta tus conclusiones. 3.3 Actividad 3: Los realities y su influencia. 4. Resumen 5. Tarea
Guía de valoración	<p>La evaluación de este objeto de aprendizaje se realizará considerando la participación de cada uno de los estudiantes en las diferentes discusiones. En el caso del análisis del reality, se tendrá en cuenta que cada uno de los estudiantes participe en el grupo, opinando crítica y activamente. Se tendrá en cuenta el respeto en los turnos para hablar y en la participación de sus compañeros.</p> <p>También se evaluará la realización del ensayo crítico argumentativo, en el cual los estudiantes deben cumplir con su finalidad, exponer su punto de vista sobre los realities show sustentado con argumentos.</p>

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
		<ul style="list-style-type: none"> • ¿Tienen algún parecido aquellos personajes? • ¿Qué opinas de las similitudes entre estas novelas? • ¿Qué opinas de las narconovelas y las biopic? • ¿Qué aspectos positivos resaltas de estas telenovelas? • ¿Qué aspectos negativos notas en estas telenovelas? • ¿Estas temáticas se repiten en más programas de televisión?, ¿en cuáles? <p>Al finalizar, se unen a otro grupo para socializar sus respuestas. Se exponen las conclusiones ante todo el salón.</p>	
Objetivos 	Objetivos	Objetivos de aprendizaje: El profesor pide a los estudiantes que planteen los objetivos que esperan alcanzar y los escribe. Luego presenta los objetivos propuestos para este objeto de aprendizaje.	Recurso interactivo y texto. Habilitar cuadro de texto para que el docente escriba los objetivos que los estudiantes planteen. Luego, aparecen los objetivos en un cuadro.
Contenido 	El docente presenta el tema	Actividad 1: ¿Qué son los realities show? (H/C1, H/C2) Se realiza una lluvia de ideas sobre los conocimientos previos que los estudiantes poseen acerca de los realities show. Los estudiantes conforman grupos de cuatro. Para la lluvia de ideas se basan en las siguientes preguntas: <hr style="border-top: 1px dashed #ccc;"/> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo nace la idea de reality show? • ¿Qué es un reality show? 	Recurso texto: En pantalla se muestran las preguntas

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
		<p>A continuación, el docente presenta en pantalla información sobre la historia de los realities show. <i>Los Reality Show: así nacieron los programas que revolucionaron la TV en el mundo</i> (Ver anexo 1) El texto completo aparece en el material del estudiante. Los estudiantes con base en las respuestas anteriores y la lectura realizada, responden las siguientes preguntas en los mismos grupos:</p>	<p>Recurso texto:</p> <p>En pantalla aparece el título del artículo: <i>Los Reality Show: así nacieron los programas que revolucionaron la TV en el mundo.</i></p>
		<ul style="list-style-type: none"> • En tus palabras, define qué es un reality show. • ¿Cuál es tu opinión sobre los realities show que se presentan en Colombia? 	<p>Recurso texto:</p> <p>En pantalla se muestran las preguntas</p>
		<p>En este momento, el docente presenta un ensayo, escrito por un estudiante de grado 11 del colegio Calasanz Bogotá, <i>Los realities y su influencia en la juventud colombiana</i>, El texto completo aparece en el material del estudiante. (Ver anexo 2) Los estudiantes leen el ensayo en los mismos grupos y resaltan:</p>	<p>Recurso texto:</p> <p>El título del ensayo aparece en la pantalla</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la influencia que los realities dejan en los televidentes? • ¿Algún reality los ha influenciado en algún momento? <p>Ahora, un líder de cada grupo socializa las respuestas y conclusiones a las que llegaron.</p>	<p>Recurso texto:</p> <p>En pantalla se muestran las preguntas</p>
		<p>Actividad 2: Expone y argumenta tus conclusiones (H/C2, H/C3, H/C4, H/C5, H/C6, H/C7, H/C8).</p> <p>En este momento, el docente presenta en pantalla un video sobre los eliminados en un reality show.</p>	<p>Recurso video:</p> <p>El objetivo del video es mostrar el esquema de un reality show a través de una noticia de farándula.</p>

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
		<p>A continuación, los estudiantes en los mismos grupos, recuerdan los realities que han visto. Estos se escriben en pantalla. En el material del estudiante, los estudiantes escriben, según su opinión, los entretenidos y aquellos que no lo son tanto, realities que han visto en televisión. De estos, escogen uno para realizar su análisis.</p> <p>El análisis, se realizará teniendo en cuenta los siguientes interrogantes:</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • ¿En qué horario se transmitía o transmite el reality? • ¿Cuál es la dinámica del reality? • ¿Cuál es el lenguaje que se usa? Ten en cuenta al presentador y a los participantes. • ¿Se realiza censura al lenguaje? • ¿Qué temas se desarrollan en el reality? • ¿Por qué se decide trabajar sobre estos temas? • ¿Cuál es la intención al desarrollar estos temas? • ¿Cuál es la trama que maneja el reality para mantener el suspenso? <p>Al finalizar las respuestas de los interrogantes deben tener en cuenta la relación del reality con la realidad vivida en Colombia.</p> <p>Los estudiantes en su grupo, socializan su análisis ante el resto de sus compañeros. Los demás estudiantes pueden aportar mayor información o preguntas.</p> <hr/> <p>Actividad 3: Los realities y su influencia (H/C9)</p> <p>Nota 1: Los estudiantes antes de realizar la actividad 3 indagan más información sobre los realities.</p> <p>Los estudiantes de manera individual escriben un ensayo crítico argumentativo en el cual exponen su punto de vista sobre cómo estos realities influyen en la vida de los televidentes en Colombia. Para la escritura del ensayo deben tener en cuenta la estructura del ensayo, la coherencia y la</p>	<p>Recurso interactivo:</p> <p>Aparece un cuadro en blanco en el cual se escriben los realities que los estudiantes recuerdan.</p> <hr/> <p>Recurso texto:</p> <p>En pantalla se muestran los interrogantes y al finalizar: Tengan en cuenta la relación del reality con la realidad vivida en Colombia.</p> <hr/> <p>Recurso texto:</p> <p>En pantalla aparece la consigna de la escritura del ensayo.</p>

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
		<p>ortografía. Pueden basarse en el ensayo que se leyó en la actividad anterior.</p> <p>Los estudiantes al terminarlo lo leen en parejas, se retroalimentan. Para esto, se toma en cuenta la rejilla de evaluación. (Ver anexo 3)</p>	<p>Recurso tabla:</p> <p>En pantalla aparece la rejilla de evaluación (Ver anexo 3).</p>
<p>Resumen</p> 	<p>Conclusión y cierre</p>	<p>Esta actividad tiene como intención recordar los elementos trabajados sobre el análisis de programas de televisión.</p> <p>Se organizan cuatro sillas que den la espalda al tablero. Un grupo será el encargado de sentarse por turnos en las sillas. En pantalla, el docente escribe nombres de realities, aspectos sobre el análisis de los realities, o frases de los realities y los demás estudiantes, en sus mismos grupos tendrán la oportunidad de proveer pistas para que el grupo sentado adivine lo que está escrito en pantalla.</p> <p>Los puntos si el grupo adivina, serán tanto para ellos como para el grupo que daba las pistas.</p>	<p>Recurso interactivo</p> <p>Cuadro blanco en el cual el docente escribe los temas o nombres a adivinar por los estudiantes.</p>
<p>Tarea</p> 	<p>Evaluación (post-clase)</p>	<p>Re-escribir el ensayo, basados en la co-evaluación realizada por sus compañeros.</p>	<p>Recurso texto:</p> <p>En pantalla aparece la consigna de la tarea.</p>

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Con estos laboratorios del comportamiento humano, paradójicamente el debate siempre versa sobre qué tan reales son. Que son libretados y manipulados lo sospechan los televidentes. Y lo confirman críticos de televisión como Germán Yances. “Los productores fabrican y controlan la realidad que se desarrolla en los realities desde el momento mismo en que seleccionan a los concursantes con criterios que les garanticen choque de personalidades”, dice.

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

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

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

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

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

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

Esos dos días les dan el margen para incluir elementos o provocar situaciones que desencadenen más emociones o reacciones primarias. De ahí que otros formatos criollos no son considerados realities propiamente dichos: unos son pregrabados con mucha antelación,

como el *Desafío 2012, el fin del mundo*, del Canal Caracol, otros no tienen convivencia y otros se emiten en directo, y si no pasa nada entre los participantes, se cae en la monotonía.

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

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

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

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

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

Colegio Calasanz. Bogotá
Juan Carlos Chacón Olier 11ºA

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

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

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

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

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

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

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

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

Pero el problema no sólo radica en el espectador, sino también en el participante. Éste sólo busca el salir en televisión, otro sueño del colombiano, volverse famoso sin importar el precio. No importa sobre quién pasemos encima mientras que lleguemos a la cima, los valores humanos son desechados simplemente por lograr ese deseo, llegar al final del concurso aunque sean dobles con los que llaman sus amigos. Lo peor de todo esto, insisto, es que el televidente lo permite y lo disfruta, además, la ley que consentía que los horarios en la televisión estuvieran vetados, es decir, que hubiera horario infantil, fue cancelada; eso quiere decir que estos programas, los realities,

que no están censurados para un público de menores, se pueden ubicar a cualquier hora del día sin importar qué televidentes tenga. Esto aún no sucede, pero el problema es que los adultos permiten que sus hijos vean estos programas en los cuales los valores están en decadencia.

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

Recuperado de: http://www.usergioarboleda.edu.co/comunicacion/realities_ensayos_influencia.htm

Anexo 3

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