

LOS PROGRAMAS FARÁNDULA DE PRODUCCIÓN NACIONAL LIDERAN EL RATING DE LA TV ECUATORIANA

Dr. Carlos Ortiz León
Mgs. Juan Carlos Maldonado
Dr. Patricio Barraqueta Molina
Universidad Técnica Particular de Loja.

Resumen

Los programas de farándula gozan de un alto rating lo que los convierte en una de las principales fuentes de financiamiento para las empresas televisivas. Es frecuente que estos programas sean duramente criticados por los consumidores; no obstante no decaen y siguen creciendo en sintonía más aún cuando se populariza la discordia que afecta a una figura pública. Éstos programas no escatiman tiempo al aire para detallar todo cuanto sea necesario de la vida personal de los individuos con la finalidad de conmover al espectador y causar un conflicto. La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador (LOC), pretende regular los espacios televisivos para que los medios masivos generen contenidos de calidad; pero poco ha cambiado la exhibición de espacios de escándalo. La presente investigación analiza la LOC de Ecuador y la regulación en referencia a los contenidos de farándula; se hace un mapa histórico de su trayectoria y se analizan programas de farándula que lideran el rating en el país. Las hipótesis son: 1) Los programas tipo farándula no se ajustan a lo que estipula la LOC; 2) Los programas de farándula lideran el rating de la tv ecuatoriana. En la presente investigación se utiliza metodología cualitativa, a través de un análisis de contenido de la muestra seleccionada para la investigación, se observa el lenguaje y las imágenes utilizadas en los programas y se determina si estos se adaptan a lo que estipula la LOC.

Palabras clave

regulación, televisión, programación, Ecuador, farándula, prensa rosa.

Abstract

The entertainment programs enjoy a high rating which makes them one of the main sources of financing for television companies. These programs are often harshly criticized by consumers; However, they do not decay and continue to grow in tune even more when the discord that a public figure. These programs do not spare time on the air to detail everything that is necessary of the personal life of the individuals in order to move the spectator and cause a conflict. The Organic Law of Communication of Ecuador (LOC), aims to regulate television spaces for mass media to generate quality content; but little has changed the exhibition of spaces of scandal. The present investigation analyzes the LOC of Ecuador and the regulation in reference to the contents of show business; a historical map of its trajectory is made and entertainment programs that lead the rating in the country are analyzed. The hypotheses are: 1) The entertainment programs do not conform to what the LOC stipulates; 2) The entertainment programs lead the Ecuadorian TV rationing. In the present research qualitative methodology is used, through an analysis of the content of the sample selected for the research, the language and images used in the programs are observed and it is determined if these adapt to what the LOC stipulates.

Keywords

regulation, television, programming, Ecuador, celebrity, pink press.

1. Antecedentes

Hablar de los inicios de la televisión en Ecuador es regresar a los años cincuenta, cuando llegaron los primeros equipos al país, para constituir la primera televisora. “Los equipos arribaron a Quito el mes de enero de 1959” (Mora, 1982:78). La iglesia evangélica fue la impulsora de la creación de la TV en Ecuador, con una finalidad evangelizadora y “Hoy Cristo Jesús Bendice” (HCJB) fue la primera televisora de este país andino. En el año de 1959 la organización somete a consideración del gobierno de Ecuador un proyecto de reglamento, basado en información de otros países sudamericanos, con algunas adaptaciones a la realidad propia del país. El 28 de Julio de 1959 se realizan algunas pruebas y se emiten las primeras señales al hogar misionero José Springer, se coloca una TV portátil en el hospital de la misión evangélica y se consigue que llegue la señal. Posteriormente la televisión llega al puerto de Guayaquil tras firmar un convenio con La Casa de la Cultura; es así que Canal 4, denominado entonces como Red Telesistema (RTS), obtiene el permiso de laborar y operar.

Posteriormente, tras una ardua lucha, en Quito fue instalado Canal 2, que luego se trasladaría a Guayaquil. En el recién inaugurado canal de televisión comenzaron a trabajar 305 personas 200 nacionales y 105 extranjeros que serían los responsables de cumplir con sumisión: “crear un sentido de responsabilidad hacia Dios y nuestra generación con recursos espirituales adecuados a cada necesidad del hombre moderno” (Mora, 1982: 89)

Es así como se inicia esta nueva industria en el Ecuador, que se posicionó como principal medio de comunicación masiva, causó un gran cambio tanto en los sistemas políticos, sociales y económicos, impulsando nuevos modelos de información periodística y aportando al cambio en la imagen de grandes grupos que se han visto obligados a regirse a la lógica de estos medios.

A pesar del desarrollo de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), la televisión sigue siendo el medio de comunicación más utilizado en todo el mundo y tiene una gran variedad de aplicaciones en la sociedad, industria, negocios, ciencia, educación, etc. (León, 2013: 15)

1.2. Televisión abierta en el Ecuador

El anuario del Observatorio Iberoamericano de la ficción Televisiva Obitel (2017) señala que en Ecuador son ocho las estaciones de televisión abierta con señal de cobertura nacional. A partir de octubre de 2007, Ecuador cuenta con un canal público; las primeras emisiones que se pusieron al aire fueron la inauguración de la Asamblea Nacional Constituyente en Montecristi (Manabí). (Ecuador TV, 2013)

En 2016 un nuevo canal de señal abierta, Televisión, aparece en el espectro radioeléctrico; forma parte del grupo El Comercio, de Quito, con el diario de su mismo nombre como empresa principal. (Obitel, 2017).

Pese a que la LOC ordena que los medios compartan el espectro radioeléctrico de manera equitativa (33% de las frecuencias para los medios privados; 33% de las frecuencias para los medios públicos y 34% para los medios comunitarios) no se ha cumplido. Ante los retos técnicos y de inversión que exige un medio audiovisual, hay pocas empresas que asuman la responsabilidad.

El proceso legal para la implementación de un canal supone que la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Acorte) recepta la solicitud y las empresas parten desde cero antes que el consejo de Regulación y Desarrollo de la información y comunicación (Cordiac) de paso a la siguiente etapa en la que los medios comunitarios tienen ventaja con puntaje adicional (Obitel, 2017)

Tabla 1 Cadenas de televisión ecuatorianas de cobertura nacional

Cadenas/canales privados	Cadenas/canales públicos	Cadenas/canales incautados
Teleamazonas	Ecuador TV (ECTV)	Televisión del Pacífico (Gama TV)
Televisión		TC televisión
Televisora nacional (Ecuavisa)		
Red Telesistema (RTS)		
Canal Uno		
Total canales = 8		

Elaboración propia. Fuente: Obitel Ecuador 2017

La televisión hoy en día es un medio transmisor de modas y comportamientos, de prejuicios y de valores. Al mismo tiempo que es uno de los principales soportes de transmisión y difusión de información, es creadora de tendencias y de pautas culturales, de costumbres, ideas y opiniones y promotora de conductas sociales y privadas, dejando de lado su rol de informar, entretener y educar que es el fin de los medios masivos de comunicación.

“Es lo más importante de lo menos importante, por esta razón, interesa a todos los actores sociales y es objeto de debate desde múltiples y diversas perspectivas. La televisión, es considerada como el medio clásico de comunicación por su atractivo potencial, y actuación social; siempre se ha encontrado en el centro del debate social, político y educativo” (Rincón, 2008, p. 43).

En la tabla 1 se aprecia que las televisoras incautadas (Gama TV y TC) no han variado su estatus de propiedad; en la parte privada, en cambio, aumenta un canal, Televisión, con lo cual se incrementan también las estaciones en VHF (Very High Frequency), y además, se compite por la inversión publicitaria.

En relación a cadenas de televisión de cobertura nacional ecuatorianas, la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada en junio de 2013, en su artículo 6 establece:

“Un medio de comunicación audiovisual se considera de carácter nacional, cuando su cobertura llegue al 30% o más de la población del país, de acuerdo al último censo de la población, o cuando tiene 6 o más repetidoras y su señal llegue a dos provincias ubicadas en distintas regiones geográficas, además los medios de comunicación de carácter nacional no podrán pertenecer a compañías ni ciudadanos extranjeros exceptuando a los residentes regulares.” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)”.

En cuanto al rating, Ecuavisa lidera la lista con un 13,2%, seguido muy de cerca por TC (apenas 0,8% de diferencia). En tercer lugar, está RTS (7,7%) y en cuarto, Teleamazonas (1,1 punto menos). Gama TV y Televisión, el nuevo canal, comparten el mismo nivel de audiencia. El share confirma el rating de cada canal, y mantiene las mismas posiciones (Obitel,2017)

Tabla 2. Rating y share de TV por emisora

Emisora	Aud. Dom.	%	Share (%)
Gama TV	1.8	4.1	7.4
Teleamazonas	2.9	6.6	11.8
Televisión	1.8	4.1	7.4
RTS	3.4	7.7	14.0
Ecuavisa	5.8	13.2	23.9
TC Televisión	5.4	12.4	22.4
Canal Uno	3.2	7.3	13.2
Otros	19.8	44.7	
Total	44.31	100	100

Elaboración propia. Fuente Obitel 2017

En los géneros televisivos, domina la ficción con el 35,8%, lo que implica un incremento de 3,7 puntos respecto al año anterior; mientras, el entretenimiento descendió al tercer puesto con el 19,1%, y dos puntos respecto al 2015. El género informativo superó al de entretenimiento con 0,4%, y en un año creció 0,6%, al contrario del deporte, que bajó un punto. Se destaca que el género educativo se ubica con un 1,8% más que el año anterior (Obitel, 2017).

Tabla 3. Géneros y horas transmitidos en la programación de TV

Géneros transmitidos	Horas de exhibición	%
Deporte	6252:21	5.2
Educativo	5648:06	4.7
Entretenimiento	23217:47	19.1
Ficción	43484:78	35.8
Informativo	23705:12	19.5
Otros	16785:2	13.8
Político	1026:72	0.8
Religioso	1457:06	1.2
TOTAL	121576:62	100

Elaboración propia. Fuente Obitel 2017

1.3. Regulación de la televisión en el Ecuador

Cuando se habla de teoría normativa en medios de comunicación, el objetivo es definir lo correcto y la responsabilidad que sustenta el beneficio que los medios deben otorgar a los individuos y la sociedad, la dificultad radica en que el criterio para establecer esta normativa por lo general es subjetivo e involucra juicios de valor sobre libertad de expresión, identidad, integración, diversidad e inclusive la misma información. (McQuail, 2005: 162)

Desde junio del 2013, el Ecuador cuenta con una Ley Orgánica de comunicación, que regula los contenidos en los espacios radiales, audiovisuales, prensa y los demás ámbitos de la comunicación. Esta fue aprobada en un cuerpo de 119 artículos en 6 Títulos, 26 disposiciones transitorias, 6 reformatorias y 2 derogatorias. El objeto de la ley es desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en la constitución. (Asamblea Nacional, 2013)

Para la presente investigación se han tomado como referencia varios artículos de la Ley Orgánica de Comunicación, entre ellos el artículo: 65 que se refiere a las parrillas de programación de las cadenas televisivas de señal abierta.

“Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias

Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias:

- A. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. Comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

- B. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. Transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00, se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta.” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)
- C. “Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años, transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00, se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

La creación de la franja familiar promovió a varias productoras pequeñas que impulsaron programas de tipo educativo-formativo-cultural para alimentar la parrilla de programación.

El diseño de esta franja supone, especialmente, la clasificación y eliminación de contenidos no adecuados para audiencias sensibles; particularmente lo niños.

Las franjas de responsabilidad compartida y el horario de adultos no modificó sus contenidos en gran medida. Pero se incrementó (como parte de una tendencia latinoamericana) la inserción de novelas y series de narcotráfico.

Existen criterios divididos a favor y en contra de esta Ley de Comunicación, si bien es cierto, Ecuador tiene una necesidad de organizar los contenidos mediáticos con un cuerpo legal, en algunos casos es insuficiente o al menos inespecífica en cuanto al alcance; y en otros, la aplicación fue sesgada a partir de criterios e interpretaciones de la ley, sentenciando con multas cuantiosas a varios medios ecuatorianos o en su defecto, dejando pasar por alto algunas publicaciones cuestionadas por el público.

2. Metodología

La herramienta de investigación cualitativa es el análisis de contenidos a programas de farándula de la televisión nacional de señal abierta en Ecuador. El método de observación directa a los programas seleccionados con corte al 4 de marzo de 2018. En este monitoreo se estudió ocho canales de señal abierta y alcance nacional. Cuatro canales privados: Teleamazonas, Ecuavisa, RTS, Televisión y Canal Uno, un canal público: Ecuador Tv y dos canales incautados: Gama Tv y Tc Televisión.

La presente investigación, toma como punto de partida la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) de Ecuador y la regulación en referencia a los contenidos de farándula; se analizan programas de farándula que lideran el rating en el país. La programación de análisis que se ha tomado en cuenta pertenece a los canales de televisión abierta considerados así en el país:

Tabla 4. Programas de farándula Tv ecuatoriana

Programa	Facebook	Twitter	YouTube	Canal
Hablemos de mujeres	--	--	--	Gama TV
Jarabe de Pico	Jarabe de Pico Oficial	@jarabede_pico	JARABE DE PICO	Teleamazonas
Mañaneros TV	TVC Saboreando la mañana	@TVCSaboreando	TVC Saboreando la mañana	Telecentro
Vamos con todo	@RTS.VCT	@RTS_VCTE	Vamos con Todo RTS	RTS
En contacto	@EnContactoEcuavisa	@EnContactoEc	Ecuavisa	Ecuavisa
De Boca en Boca	@DeBocaEnBocaTC	@DeBocaEnBocaTC	--	Tc Televisión
Faranduleros	@FarandulerosUno	@FarandulerosUno	--	Canal uno
Café Tv	--	--	--	Ecuador Tv

Elaboración propia. Fuente Fanpage karma

Para realizar este análisis se ha tomado como referencia los programas en distintas franjas horarias y con mayor audiencia y que se transmiten a diario en los principales canales de televisión nacional.

- **Hablemos de Mujeres:** Transmitido por Gama TV, es un programa de variedades dirigido a las amas de casa. En él se muestran situaciones por las que atraviesan las mujeres en la calle, en sus hogares y a lo largo de su vida. La conducción es llevada por un hombre y una mujer además de la intervención de un invitado (famoso) que haya atravesado o conozca el tema a tratar, además del especialista que dará los consejos para sobrellevar este tipo de situaciones.
- **Jarabe de Pico:** Teleamazonas transmite a diario este programa de farándula. Toda la información de los famosos, escándalos, amores, entrevistas, actores, música, teatro. Es presentado por dos mujeres y tres hombres.
- **Mañaneros TV:** Una revista informativa que se transmite de lunes a viernes por Telecentro. Es un show dirigido a las amas de casa con un grupo de reconocidos talentos de la *televisión* ecuatoriana y varios invitados.

- **Vamos con todo:** Es un programa de farándula transmitido por Red Telesistema (RTS). Las principales temáticas son romances, rupturas, escándalos de personajes relacionados con la televisión y el entretenimiento; entre ellos, músicos, actores, productores.
- **En contacto:** *Programa* de entretenimiento con notas de espectáculo, danza, belleza y humor. Es considerada una revista matinal con formato informativo y de entretenimiento dirigido a las amas de casa principalmente; y a un público que disfruta con noticias del espectáculo, tips de belleza, consejos para el hogar, concursos, bailes y más.
- **De Boca en Boca:** Es un espacio que trata la farándula nacional e internacional. Presenta primicias y segmentos que estarán cargados de mucha información.
- **Faranduleros:** Un programa transmitido por canal uno, donde tratan temas polémicos como: romances, separaciones, y toda la información del espectáculo.
- **Café Tv:** Revista familiar emitida por Ecuador TV (Canal Público) donde se trata temas de farándula, espectáculo, cocina entre otros.

3. Resultados

Ecuador tiene limitada tradición en producción audiovisual. Las parrillas en su gran mayoría, incluyen producción importada. Sin embargo, en la televisión nacional abierta, todas las cadenas han apostado en mayor o menor medida por la producción de teleseries, documentales, variedades, musicales ; y noticiarios con entrevistas en vivo o retransmitidas, entre otras. “Cuando se habla de producciones audiovisuales se cuenta con una amplia y variada gama de oportunidades para el desarrollo de piezas audiovisuales”. (Martínez & Fernández, 2010, pág. 42).

Tabla 5. Historico de programas de farándula en Ecuador

Año	Programa	Canal
1988	Alo que tal América	Telesistema (RTS)
1997	La hora de Mariela	TC
2002	Noche a Noche con Marián	Canal Uno
2004	Vamos con todo	RTS
2013	Jarabe de Pico	Teleamazonas
2012	Faranduleros S.A.	Canal Uno
2003	En Corto	Teleamazonas
2016	Amigos Intimos	Canal Uno

Elaboración propia

Los canales de televisión a través de los programas de farándula, se concentran en producir la mayor cantidad de sensaciones y emociones en el espectador mediante la generación de una noticia o suceso, llevándola en la mayoría de los casos a polémicas entre los protagonistas de la noticia. El artículo 24 de la LOC (derecho a la réplica) es aplicado constantemente no por cumplimiento legal; sino por incrementar la expectativa y observar las reacciones entre los implicados. De esa manera se incrementa la posibilidad de mantener conectados a los televidentes.

La audiencia de los programas de farándula en redes sociales tiene un crecimiento sostenido. El acceso a Internet por medio de redes abiertas y de planes de datos ha aumentado y hace posible que los seguidores estén pendientes de los avances de programación y del desarrollo de las historias.

La Real Academia Española la cataloga a la farándula, como la profesión y el ambiente de los actores, aquel mundillo de la vida nocturna formado por figuras de los negocios, el deporte, política y el espectáculo. Es necesario distinguir la diferencia entre la vida pública de estos personajes y el entrometimiento en asuntos privados fuera de los escenarios. Los programas que se analizaron apenas comentan los proyectos profesionales de la actividad artística.

La farándula y el sensacionalismo van ligados, prevalecen en el mercado, sobre todo en el ambiente de la televisión comercial, que al promover estos programas deja de cumplir con la función primordial del educar para limitarse al papel de entretenimiento; incluso a costa de rozar los límites legales.

La producción de farándula se presenta en horarios de responsabilidad compartida pero en algunas ocasiones muestra contenidos no adecuados para menores; dejando la responsabilidad en manos de los televidentes.

Checa (2003:Pág. 51-52) indica que “Los medios sensacionalistas incorporan el mundo popular a su discurso para producir una “sintaxis popular” que conecta eficientemente con esa matriz cultural, y logran no solo un

buen negocio sino también una eficiente negociación con el espacio del consumo” Los resultados desvelados muestran que la cantidad de tiempo al aire de programa faranderos marca una tendencia hacia el sensacionalismo en la televisión ecuatoriana.

El tinte de la televisión de farándula recae en el melodrama rico en emociones, pasiones romances, burlas, en el que se crean visiones de víctimas y victimarios; y se da espacio para que ambas partes tengan el protagonismo necesario para mantener la sintonía.

El formato y estilo es similar en casi todos los programas: panelistas que dialogan sobre el tema del momento y entrevistadores incisivos y redundantes. No falta, como condimento, la discusión entre los presentadores que no llegan a acuerdos y defienden sus posturas personales.

Los televidentes generan un lazo invisible con el personaje de pantalla, generando afinidad. Esta afinidad a su vez se replica en sintonía, ya que con independencia del contenido presentado, la presentación o producción del programa, está la simpatía con uno u otro personaje de pantalla.

El conflicto nace en el momento que ese personaje se convierte en un modelo para el televidente y cualquier actitud o costumbre que esta persona tenga en su vida, será un referente para quien lo sigue. Es ahí cuando la profesionalización de la actividad es esencial, debido a que el mal manejo de información o criterios por parte de los presentadores puede generar confusión, prejuicios, criterios erróneos sobre temas sociales.

Además de ello, el comportamiento en la vida personal de estas personas fija una especie de “código de comportamiento en sus seguidores”, por eso no solo se debe ser profesional hablando de conocimientos técnicos a nivel periodístico sino también de valores y ética que generan un ejemplo a sus televidentes.

Conocer con certeza lo importante que son estos personajes para la colectividad nos debe llevar a hacer la reflexión de escoger con mucha precaución las personas que aparecen en estos espacios. Primero por el bien de la sociedad en general y segundo por el bien del medio de comunicación que transmite el programa debido a que las actuaciones de los presentadores son responsabilidad del medio de comunicación.

Esto cobra aún más importancia conociendo las nuevas directrices que la Ley Orgánica de Comunicación implica y el sistema coercitivo que existe para la mala práctica del periodismo en Ecuador. Es decir, el talento humano no debe solo evaluarse por imagen o reconocimiento social, sino también por el nivel de responsabilidad que dicho personaje tiene para con el medio de comunicación que lo contrata y con el público en general.

4. Conclusiones

No se observa riqueza en la producción de programas de farándula. No es evidente ninguna innovación en los formatos ni en los recursos audiovisuales (movimientos de cámara, efectos de sonido, congelamiento de imagen y uso del blanco y negro durante la edición de la historia). El estilo de los programas es uniforme entre los medios de comunicación que compiten entre sí

La producción de farándula se limita a noticias superficiales que resultan irrelevantes para los consumidores de TV. Dejan de lado información importante para la toma de decisiones y persiguen que los televidentes se mantengan conectados siguiendo las historias presentadas. De estas actividades resulta un panorama empobrecedor de la cultura.

Las redes sociales han servido como plataforma de crecimiento para la promoción de contenidos. El esquema tradicional de rating empieza a perder sustento frente a la demnada personalizada de contenidos y la posibilidad de interacción entre los televidentes y de éstos con el medio.

Bibliografía

- Asamblea Nacional. (23 de Junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Recuperado el 15 de Julio de 2013, de Registro oficial No. 22: <http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/94ab3aff-08d5-4ad4-8839-8c6b91543b5a/Ley%20Orgánica%20Comunicación>
- CHECA, F. (2003). El Extra: las marcas de la infamia. Quito: Editorial Abya Yala
- MARTÍNEZ, J., & FERNÁNDEZ, F. (2010). Manual del Productor Audiovisual. Barcelona: UOC.
- LEÓN, Bienvenido. (2014). Detrás de las cámaras: Un manual para los profesionales de la televisión. Ediciones y Publicaciones CS. Salamanca.
- MCQUAIL, D. (2005). McQuail's mass communication theory (5ta. ed.). London: Sage publications.
- MORA, A. L. (1982). La Televisión en el Ecuador. Guayaquil: Amauta.
- OBITEL. (2017). Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva
- RINCÓN, O., y M. Estrella (2008). Televisión, pantalla e identidad. Editorial El conejo. Quito- Ecuador