

TPE 170

TESIS  
4321

**Universidad del Salvador**

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

**Licenciatura en Periodismo**

Tesis monográfica

**Los contenidos de la televisión exitosa en la Argentina de hoy**

*El análisis de los programas Showmatch, Gran Hermano, Los Únicos, primera temporada  
y Susana Giménez.*



Realizada por Juan Manuel Sagardoy Arce.

Director de la Carrera de Periodismo: Lic Ana García Luna.

Tutor de la tesis monográfica: Lic Máximo Paz.

Asesor Metodológico: Prof. Leonardo Cozza.

Asignatura: Seminario de Tesina.

Buenos Aires, 23 de septiembre de 2013

Mail: [juanmasagar@hotmail.com](mailto:juanmasagar@hotmail.com)

Teléfono: 15-51616895

## ÍNDICE:

### 1. INTRODUCCIÓN

### 2. LA TELEVISIÓN ARGENTINA Y SUS CONTENIDOS

- 2.1 Surgimiento de la televisión en Argentina
- 2.2 Los primeros programas exitosos
- 2.3 El gusto de los argentinos a nivel televisivo

### 3. PRIMERAS MODIFICACIONES EN EL RATING

- 3.1 Conociendo el rating
- 3.2 El Share
- 3.3 Diferentes métodos de audiencia
- 3.4 La muestra
- 3.5 La historia del rating en Argentina

### 4. SHOWMATCH

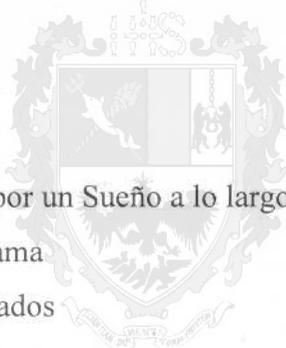
- 4.1 Historia del programa
- 4.2 Contenidos
- 4.3 Formato de Bailando por un Sueño a lo largo del mundo
- 4.4 Polémicas en el programa
- 4.5 Personajes más destacados
- 4.6 Rating

### 5. GRAN HERMANO

- 5.1 Historia del programa
- 5.2 Formato a nivel mundial
- 5.3 Participantes más destacados
- 5.4 Polémicas en el programa
- 5.5 Gran Hermano famosos
- 5.6 Polémicas en cuanto al aislamiento
- 5.7 Rating

### 6. LOS ÚNICOS, PRIMERA TEMPORADA

- 6.1 Reseña del programa
- 6.2 Protagonistas
- 6.3 Historia de las ficciones de Canal 13 en ese horario



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

6.4 Rating

**7. SUSANA GIMENEZ**

7.1 Reseña e historia del programa

7.2 Cambios de horario del programa

7.3 Formatos dentro del programa

7.4 Rating

**8. CONCLUSIÓN**

**9. BIBLIOGRAFÍA**

**10. ANEXO**

**10.1** ¿Qué puntaje le dan los argentinos a los programas exitosos?

**10.2** Entrevista a Mauro Fulco.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## 1- INTRODUCCIÓN

En la presente tesis se tratarán los contenidos de los programas más exitosos de la televisión argentina en términos de rating del año 2011: *Showmatch*, *Gran Hermano*, *Los Únicos*, primera temporada y *Susana Giménez*.

Desde el inicio de los estudios de la comunicación, en la década de 1920, el concepto de éxito ha sido un tema de debate y análisis centrándose particularmente en los efectos, o sea en las condiciones de reconocimiento de los contenidos televisivos.

En la presente propuesta éste problema queda delimitado ya que el efecto se circunscribe como variable a la cuestión de rating (variable dependiente) y se trata ya entonces de enunciar las características de los programas exitosos para poder definir un perfil.

Éstas características se constituirán como variable independiente y se redirán a partir del reconocimiento de indicadores.

El tema tiene importancia porque programas como *Showmatch*, *Gran Hermano*, *Susana Giménez* y *Los Únicos*, primera temporada se encuentran en la agenda pública y discusión popular pero no son objeto de un análisis sistemático y cordializado que permita discriminar sus características.

En la televisión argentina hay determinados productos televisivos que poseen más éxito que otros en términos de rating. Los canales TELEFE y Canal 13 lideran las mediciones en la televisión abierta argentina y durante 2011 los programas más exitosos de esas emisoras fueron: *Showmatch* y *Los Únicos*, primera temporada (Canal 13) y *Susana Giménez* y *Gran Hermano* (TELEFE).<sup>1</sup>

¿En qué medida los medios han actuado sobre nosotros en tanto que individuos induciéndonos a creer en nuevas ideologías políticas, a votar por un partido determinado, a adquirir más mercaderías, a modificar o abandonar nuestros gustos culturales, a disminuir o reforzar nuestros prejuicios, a cometer actos ilícitos o delitos, a rebajar nuestros estándares de moralidad sexual, a alterar nuestras pautas de recreación familiar, a adoptar una innovación o a

---

<sup>1</sup> "Ratings". Disponible en <<http://www.television.com.ar/ratings>>. Consultado el 26 de mayo de 2013.

cambiar nuestras pautas de conducta en algún otro aspecto importante como consecuencia de la atención prestada al contenido de la comunicación masiva?<sup>2</sup>

Se analizarán varios cuestionamientos, entre los que se destacan:

- determinar cuando un programa de televisión se convierte en exitoso.
- que críticas reciben por parte de los propios medios de comunicación.
- cuáles son sus contenidos.
- porqué el público los consume.
- qué mecanismos se utilizan para medir el rating en Argentina en comparación con otros países del mundo.

También se tratará de identificar los factores de éxito televisivo. El concepto de éxito está considerado en sentido restringido, o sea, sólo en términos de rating. Por ejemplo, *Showmatch* y *Gran Hermano* son líderes en su competencia, pero son criticados por gran parte de los medios de comunicación y del público en general. Sus críticas residen en los conflictos, polémicas y hasta hechos de discriminación que han sucedido en diversas emisiones.

Otro importante objetivo de la investigación será el de analizar si los canales de televisión líderes en Argentina (Canal 13 y TELEFE) tienen o no interés en fomentar programas culturales o educativos y si su foco está en generar programas con alto nivel de audiencia sin importar el contenido.

Para realizar el trabajo se tomará la técnica del análisis de contenido. Se hará un estudio sistemático, esto significa que los contenidos sometidos a análisis son seleccionados conforme a reglas explícitas y persistentemente aplicadas. Será objetivo lo que significa que la idiosincrasia peculiar o los sesgos propios del investigador no afectarán los resultados. También será cuantitativo, ya que el propósito de dicha técnica consiste en lograr una representación precisa del conjunto de una serie de mensajes.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> De Fleur, Melvin y Ball-Rokeach, Sandra, *Teorías de la comunicación de masas*, Buenos Aires, Paidós Comunicación, 1993, p 175.

<sup>3</sup> Wimmer, Roger y Dominick, Joseph, *La investigación científica de los medios de comunicación*, Barcelona, Bosch, 1996, p 170.

Por lo general el análisis de contenido contempla varias fases independientes que, no obstante, no tienen por qué realizarse en el mismo orden que a continuación se ofrece, pudiendo plantear, incluso, los primeros pasos de manera combinada:

- ✓ Formulación de la preguntas de investigación o hipótesis.
- ✓ Definición de la población de análisis.
- ✓ Selección, partiendo de dicha población, de una muestra adecuada.
- ✓ Elección y definición de las unidades de análisis.
- ✓ Construcción de las categorías de contenido que se van a emplear.
- ✓ Determinación de un sistema de cuantificación.
- ✓ Adiestramiento de los codificadores y realización de una prueba de ensayo.
- ✓ Codificación del contenido de acuerdo con las definiciones establecidas.
- ✓ Análisis de los datos obtenidos.
- ✓ Formulación de conclusiones y búsqueda de explicaciones.

El análisis de contenido comprende las siguientes etapas:

- Definición de población, universo o corpus: total de casos a estudiar definidos de acuerdo con límites establecidos.
- Definición y selección de la muestra: selecciona un grupo que debe ser representado de la totalidad (presupone homogeneidad) y la muestra finalmente seleccionada.
- Definición de las unidades básicas a ser estudiadas: pueden ser las palabras o frases.

- Elaboración de categorías o clases que sirvan para agrupar y clasificar las unidades con conjuntos similares o familias.

Se investigará en profundidad acerca de la historia de los formatos *Bailando por un sueño* y *Gran Hermano* a lo largo del mundo, ya que han sido emitidos en decenas de países llegando a ser vistos por cientos de millones de personas.

Por otro parte se analizarán los programas de aire en la televisión abierta argentina emitidos en el mismo horario que *Showmatch*, *Gran Hermano*, *Los Únicos primera temporada* y *Susana Giménez* con el objetivo de ver que contenidos el público ignora o pasa por alto.

También se tratará el posible impacto que pueden generar éstos programas en el futuro de la televisión argentina, analizando la cantidad de temporadas que llevan al aire y se hará un análisis del rating desde que empezó la televisión competitiva hasta ahora teniendo en cuenta las modificaciones que se fueron generando a lo largo de la historia.

Los reality shows han desembarcado en la televisión abierta argentina en el año 2000, siendo el primer exponente *Expedición Robinson* emitido por Canal 13 por dos temporadas.

El resto de los reality shows emitidos fueron: *Popstars* (transmitido en 2001 por Canal 9 y en 2002 por TELEFE); *Confianza Ciega* (2001, Canal 9); *El Bar* (2 temporadas, 2001-2002, América); *Reality Reality* (2001, Canal 9); *Camino a la Gloria* (2002, Canal 13); *Super M* (2 temporadas, 2002-2003, Canal 13); *Operación Triunfo* (5 ediciones, 2003-2004/2005-2005/2006-2009-2012/2013); *High School Musical, la selección* (2007, Canal 13); *Soñando por Bailar* (2 temporadas, 2011-2012, Canal 13) y *La Voz Argentina* (2012, TELEFE) entre otros.

*Gran Hermano* es un reality show que fue emitido por TELEFE en Argentina. Fue conducido en sus primeras tres ediciones (2001-2002-2003) por la actriz Soledad Silveyra y en las cinco siguientes (2007, 2011 y 2012) por el periodista Jorge Rial. El conductor Mariano Peluffo reemplazó a Rial durante la última edición (2012) por la renuncia del periodista. Fue emitido en el año 2011 los viernes de 21.30 a 24 y los domingos de 21 a 23 horas.<sup>4</sup>

Durante alrededor de cuatro meses, un grupo de jóvenes deben permanecer encerrados en una casa sin contacto con el exterior, todas las semanas se nominan entre ellos y

---

<sup>4</sup> “Gran Hermano”. Disponible en <<http://www.telefe.com>>. Consultado el 27 de mayo de 2013.

uno debe abandonarla. El último en salir gana un premio en efectivo que fue de \$1.000.000 en la última edición.

Su crítica fundamental reside en la falta de apoyo psicológico que los participantes obtienen, ya que personas como Tamara Paganini en la primera y Pablo Heredia en la segunda edición, han sido víctimas de trastornos psicológicos debido a la permanencia en la casa.

Los participantes que ingresan al reality buscan ser famosos y trabajar en los medios de comunicación, es por eso que dentro de la vivienda han sido protagonistas de escenas violentas y sexuales. Buscan hacerse conocidos y resaltar en el grupo.

Argentina fue el primer país latinoamericano en producir el formato de *Big Brother*. Ha sido emitido en más de 60 países. El nombre del programa hace referencia a la novela 1984 escrita por George Orwell, en la que Gran Hermano es un vigilante omnipresente que todo lo ve y oye.

En 1989 *Videomatch* comenzó en las medianoches de TELEFE siendo Marcelo Tinelli su conductor. En 1995 empezó a llamarse *El Show de Videomatch* emitiéndose en el prime time. En 2005 Tinelli se mudó a Canal 9 por lo cual su programa comenzó a llamarse *Showmatch*. Al año siguiente Canal 13 empezó a emitirlo. Desde ese año el certamen *Bailando por un Sueño* forma parte del ciclo.

*Showmatch* es un programa de entretenimientos conducido por Marcelo Tinelli, se emitió por Canal 13 durante 2011 los lunes, martes, jueves y viernes a las 22.30 horas. Se realizó *Bailando por un sueño*, un concurso de baile en el cual un famoso junto a un bailarín profesional deben demostrar sus destrezas para la danza. Representan a una institución benéfica y cada semana una pareja es eliminada. El concurso tuvo siete ediciones en el aire.<sup>5</sup>

Ha sido muy criticado por algunos profesionales de la comunicación y parte de la audiencia ya que dentro del mismo se han producido hechos de violencia y discriminación. Asuntos tales como el HIV y la violencia de género han sido parte del programa en las temporadas 2009, 2010 y 2011.

Otra de las críticas que recibió el programa es sobre los desnudos realizados en determinados bailes. Sobre éste asunto, el programa fue sancionado en más de 3 millones de

---

<sup>5</sup> “Showmatch”. Disponible en < <http://www.eltrecetv.com.ar> >. Consultado el 30 de mayo de 2013.