



Universidad de Valladolid

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN**

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS



TRABAJO FINAL DE GRADO

**LA ESPIRAL DEL SILENCIO APLICADA A LAS AUDIENCIAS DE
TELEBASURA QUE VISIONAN GRAN HERMANO**

Realizado por Carlos Yusta Arranz

Tutelado por Pedro Martín Gutiérrez

Segovia, Junio de 2017

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| 1.- INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN..... | 4 |
| 2.- OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y TÉCNICAS EMPLEADAS..... | 5 |
| 3.- MARCO TEÓRICO..... | 7 |
| 3.1.- LA ESPIRAL DEL SILENCIO..... | 7 |
| 4.- LA TELEBASURA: LOS REALITY SHOWS..... | 13 |
| 4.1.- ANTECEDENTES..... | 13 |
| 4.2.- CANAL TELECINCO..... | 18 |
| 4.3.- VALORACIÓN DE TELECINCO Y SUS PROGRAMAS DE TELEBASURA..... | 19 |
| 4.4.- GRAN HERMANO..... | 23 |
| 4.4.1.- AUDIENCIAS..... | 25 |
| 5.- APLICACIÓN DE LA ESPIRAL DEL SILENCIO AL PROGRAMA DE GRAN HERMANO...26 | |
| 5.1.- ANÁLISIS CUANTITATIVO..... | 26 |
| 5.2.- ANÁLISIS CUALITATIVO..... | 29 |
| 6.- CONCLUSIONES..... | 36 |
| 7.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 38 |
| 8.- ANEXOS..... | 39 |

1.- INTRODUCCIÓN

El denominador común de cualquier teoría de comunicación es la sociedad. En pleno siglo XX a la luz de todos los avances tecnológicos, sociales y económicos, es muy difícil englobar en algún concepto descriptivo la sociedad actual, muchos términos intentan definirla lo más preciso posible: sociedad 2.0, sociedad de la comunicación y de la información, sociedad de masas, sociedad de consumo, sociedad del conocimiento, y hay quien habla incluso de sociedad virtual... pero la diversidad manifestada en todos los campos, hace aún más difícil si cabe, el hecho de que un solo término acoja tan grandes diferencias. Una cosa esta clara, vivimos en la era de la comunicación y este factor está vigente en todas y cada una de las facetas de la sociedad en la que vivimos.

Este estudio trata de mostrar la aplicación de la teoría de comunicación denominada "La Espiral del Silencio" formulada por Elisabeth Noelle-Neumann, a las audiencias que visionan telebasura en nuestro país, a través de la cadena de Telecinco, la cual es la referente a nivel nacional en programación de este tipo, y su programa "Gran Hermano" como gran referente dentro de la telebasura.

El presente estudio surge de la observación, sobre todo en personas con una relación más estrecha, que visionaban estos programas en su intimidad, pero luego de cara al público no reconocen verlos, solo muestran la realidad en un círculo más íntimo y de confianza que no les juzgue ni influya su opinión. La importancia de la elección de este tema radica en la aceptación social del ser humano, el cual es incapaz de vivir fuera de la sociedad, y de la importancia que adquiere el miedo al asilamiento, en un mundo donde todos queremos ser integrados y necesitamos del afecto de los demás. La opinión pública es uno de los pilares sociales que condiciona la actuación de los demás y siempre está presente en el comportamiento individual influyendo y condicionándolo.

La publicidad y las relaciones públicas como hemos visto a lo largo de la carrera, buscan siempre la forma de incidir o de llegar de manera eficaz al consumidor, por distintos medios. La televisión, ha sido el medio convencional para llegar a las masas, y aunque hoy en día va perdiendo terreno a favor de los medios no convencionales, sigue teniendo un gran poder de influencia en este ámbito. Este estudio es relevante como trabajo de fin de grado porque aporta distintas competencias ya vistas a lo largo de la carrera, así como una forma autónoma de sintetizar y analizar contenidos estudiados y que son útiles en la aplicación de un caso real.

2.- OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y TÉCNICAS EMPLEADAS

Este estudio que se desarrolla a continuación tiene como objetivo principal, el aplicar la teoría comunicativa de Elisabeth Noelle-Neumann, "La espiral del silencio" a las audiencias de telebasura que visionan el programa de Gran Hermano. Esta teoría está plasmada por la autora en su trabajo tal vez más conocido, *La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social* (Noelle-Neumann, 1995), aunque también en *La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación* (Noelle-Neumann, 1993). Estos dos textos van a conformar la base de nuestro estudio para lograr entender, estudiar y aplicar la espiral a nuestro objetivo.

Hemos elegido de entre la multitud de programas de telebasura que existen en nuestro país a Gran Hermano, debido a que es el programa que más ha triunfado, no solo aquí sino en todo el mundo, y que es claro representante y triunfador en este género.

Como objetivo secundario está mostrar cuáles son los elementos que hacen al reality show, el pan y circo moderno, que funcionan como anestesia social capaz de arrastrar al ciudadano hasta el sofá, para amansarlo después de un duro día de trabajo, que se siente delante de la pantalla y a través de esta ver como su vida es más llevadera y sus problemas pueden evadirse, mientras la televisión le dé su ración de entretenimiento, y que nada más le importe que su dosis de telerrealidad (Sartori, 1998).

Para lograr estos objetivos hemos considerado necesario el uso de una metodología que nos fuese útil para constatar la espiral del silencio. Tenemos que llevar a cabo un estudio de campo que nos aporte datos que ayuden a analizar de forma significativa todos los aspectos necesarios para constatar y poder aplicar las teorías mencionadas.

Esto se ha hecho desde dos enfoques diferentes: uno cualitativo, estudiando el comportamiento social, lo que los individuos expresan y lo que realmente hacen, sus motivaciones, sus deseos, para mostrar los discursos que construyen con el fin de ser aceptados en la vida social. Además un enfoque cuantitativo, para tener constancia de todo lo que esto engloba, no solo en cifras como se expresan las audiencias, sino también en datos estimativos, como ahora explicaremos.

Las técnicas empleadas han sido, dentro del método cualitativo, la entrevista personal abierta. Ésta se planificó en bloques de temas, de forma que la persona entrevistada, elegida por las características de consumidor de los programas a tratar, se expresara con total libertad y las preguntas no resultasen forzosas, para obtener resultados válidos y lo menos dirigidos posibles. Además del análisis de contenido, textos y páginas web.

Para el método cuantitativo la técnica empleada fue una consulta mediante cuestionario auto-cumplimentado (por internet), realizada a un número de cien informantes, los cuales, dentro de nuestras posibilidades, aportaban una información que, sin pretender ser estadísticamente representativa (puesto que contiene las deficiencias habituales de este tipos de muestreo), sin embargo es una sólida aproximación a la realidad estudiada y cuyos datos confiamos en que nos puedan servir como aproximación para la continuación del trabajo ahora presentado. Esta aproximación ha debido ser realizada de este modo al no disponer de los medios para realizar una encuesta con el suficiente rigor estadístico, por lo que nuestros datos aportan una modesta aproximación de la que somos conscientes.

En esta consulta se determinaba, en primer lugar, la edad y el sexo de los informantes y a continuación las preguntas de contenido que nos aportan la información necesaria para nuestro estudio. Esta consulta es compatible con la información proveniente de la entrevista abierta.

3.- MARCO TEÓRICO

A continuación explicaremos la teoría de la "Espiral del Silencio", la cual aplicada a las audiencias de telebasura como ya hemos visto arriba es el objeto de nuestro trabajo. Así como los reality shows, en los que aplicamos esta teoría y en sus audiencias. En primer lugar, vamos a explicar la teoría comunicativa nombrada, la cual fue formulada por Elisabeth Noelle-Neumann en el año 1977. Cabe remarcar, que la traducción actual incluye las investigaciones y progresos realizados desde esa fecha de publicación, orientadas principalmente al comportamiento de los votantes y las relaciones entre el hombre moderno y los mass media, aunque estos dos hayan servido de apoyo para la investigación, nos centraremos primordialmente en la relación con los medios de comunicación, para conocer los rasgos más característicos de la opinión pública en esta sociedad contemporánea. Atribuyendo así, toda esta información a las audiencias de telebasura, en el programa de "Gran Hermano" las cuales se encuentran condicionadas por el miedo a la opinión pública colectiva más crítica, ejerciendo esta opinión como un controlador social dando lugar a la "Espiral del Silencio".

3.1.- LA ESPIRAL DEL SILENCIO

Desde siempre se ha percibido socialmente la opinión de los demás como un paso en la formación de la nuestra propia, e incluso llegando a anteponerse por miedo, un miedo que socialmente ha ido evolucionando a través de las civilizaciones y adaptándose a cada momento, en el Imperio Romano suponía morir en la arena del circo, durante la Edad Media ser condenado a la hoguera, en el Antiguo Régimen la horca o la guillotina, en nuestra sociedad actual el miedo se convierte en aislamiento social, echando la vista atrás podemos ver que es el mal menor, pero atendiendo a los valores sociales de hoy en día, supone la misma forma de rechazo.

En cualquier sociedad existe la opinión pública, ha existido y existirá y es uno de los grandes pilares sociales, este concepto se ha ido forjando a través de la historia y que siempre ha estado presente en ella. Es una evolución del "vox pópuli" (expresión popular, voluntad general), y su máxima presencia tiene lugar en el S. XVIII, con el desarrollo del sufragio y de la prensa, y ha adquirido una relevancia muy importante en nuestra sociedad actual, la cual podemos denominar en un aspecto amplio y global "sociedad de la información y de los medios de comunicación"¹ esto es debido a la

¹ Esta sociedad surge a finales del siglo XX, en la década de los 80/90, con el desarrollo de las tecnologías y el gran impacto del Internet emergente. Poco a poco, ha ido situándose en el día a día de la inmensa mayoría de las personas, además de ser el primordial partícipe de la evolución y modernización de los países más desarrollados, dando lugar a un proceso globalizador mundial. Una de sus principales características, es la posibilidad de compartir cualquier contenido desde la totalidad de las partes del planeta y en el momento deseado instantáneamente. En esta sociedad, los medios convencionales de

gran importancia de los medios de comunicación en la función social los cuales llegan a todo el mundo y la información se extiende por todo el globo, así pues la opinión pública está estrechamente vinculada con los medios, el proceso de creación de la opinión pública se forma en cuatro fases:

- 1.- Los medios de comunicación expresan una idea
- 2.- Esta idea influye en la audiencia
- 3.- Plataforma de encuentro
- 4.- Se crea el clima de opinión

Atendiendo a estas cuatro fases podremos entender más claramente cómo se forma la Espiral del Silencio, las mayorías históricamente han silenciado a las minorías, lo cual, se ve acrecentado por los medios de comunicación que difunden las ideas como mayoritarias sin así serlo, y teniendo en cuenta su gran influencia sobre todo de la televisión², la que con la combinación de imagen y sonido, es capaz de influenciar con gran poder de persuasión al espectador diciéndole lo que es correcto e incorrecto, logrando que permanezca esa idea en su cabeza más tiempo y más fuertemente arraigada que cualquier otro argumento, esto produce un clima de opinión en forma de espiral en la que se sitúan:

- Cúspide (Opiniones mayoritarias): obtienen visibilidad, son lo “correcto”.
- Base (Opiniones minoritarias): caen en el silencio.

En la opinión pública se produce un efecto de alienación, las personas se alinean de manera que no contradigan el clima de opinión. En este punto la espiral se niega a creer lo que creen otros, entonces los medios crean una presión para que la gente se calle y consienta.

comunicación (televisión, radio, periódico, etc.) van perdiendo fuerza a favor de los medios no convencionales (Internet, marketing, etc.) pero aun así, el medio dominante para la transmisión de información y valores sigue siendo la televisión. Sin embargo, no se cesa de generar nuevos retos a cada momento, lo cual supone una evolución continua de este tipo de sociedad, de la que han surgido dos generaciones: los “Millennials” o “Generación Y” nacidos a mediados de los 80 y “Generación Z” a mediados de los 90, son personas que han convivido con estas “TICS” (tecnologías de la información y la comunicación) desde su nacimiento.

² La televisión sigue siendo el medio dominante en difusión e influencia de ideas, pero actualmente va perdiendo terreno poco a poco en favor de Internet y las redes sociales como medios también de comunicación social, en los cuales se difunden ideas y pensamientos que llegan rápidamente a todo el mundo con el simple hecho de estar conectado a la red.

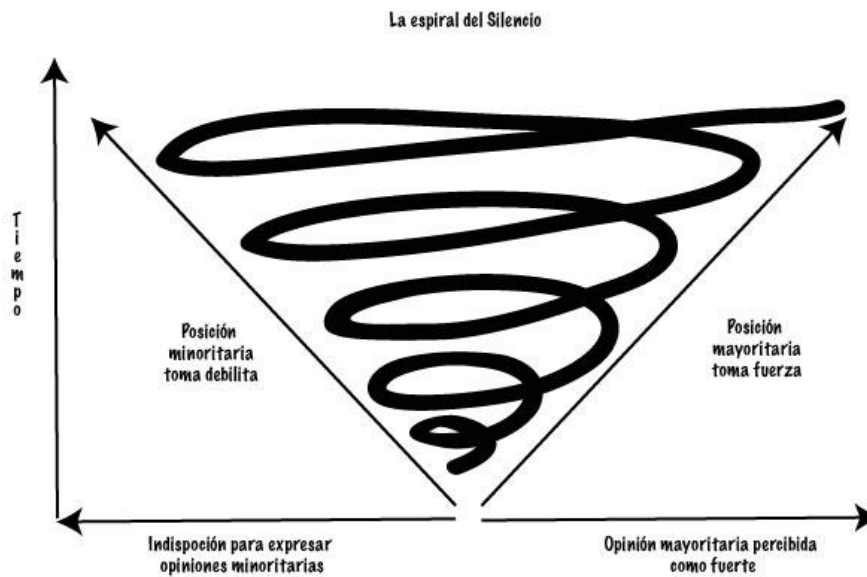


Figura 3.1: Representación gráfica Espiral del Silencio. Fuente: Wikipedia

El silenciamiento de las voces discordantes (las que no piensan como la mayoría) es algo inherente al ser humano, es propio de la naturaleza humana, la cual como ya vimos anteriormente antepone lo mayoritario a lo personal. El eje central de la espiral, se basa en responder a: ¿Qué es lo correcto?

Un grupo aparece más fuerte, como vemos en la imagen de arriba, de lo que es realmente, porque grita más, es percibido como fuerte y correcto, el "bueno" simplificando aún más al minoritario, produciendo así el miedo al aislamiento, dando lugar a la "Espiral del Silencio".

Cabe remarcar, que el miedo al aislamiento es el motor de este proceso, el empuje de la espiral, Lazarsfeld dijo: "nadie quiere sentirse aislado" (citado en Noelle-Neumann, 1995). El miedo, cuando se aplica sobre la opinión pública, es un arma de alta potencia que la puede modificar, pero en el caso y a los efectos que nos ocupan, puede cambiar eficazmente el punto de vista manifestado por una persona y que en otras circunstancias no lo expresaría de ese modo.

“Cuando alguien considera que los demás le están dando la espalda, sufre tanto que se le puede guiar o manipular tan fácilmente por medio de su propia sensibilidad, como si fuese una brida” (Noelle-Neumann, 1995: p.23)

Los individuos en su miedo al aislamiento se encuentran constantemente en un estado de alerta en el cual, de forma continua están recabando información de su entorno, comprobando que conductas y opiniones son consideradas “correctas” y aceptadas por la mayoría y cuáles no, en su afán de socializarse hacen el efecto de una veleta, buscando siempre y estando pendientes de la dirección del viento para girar a su favor. Cuando los individuos creen que su opinión es compartida, que forma parte de la mayoría, estos se expresarán libremente, incluso incluirán símbolos o formas de vestir que lo reafirmen, un pin de campaña también es una manera de hablar, de mostrar una opinión. En el lado opuesto, los individuos tenderán a ser más cautos y silenciosos respecto a su comportamiento social (Noelle-Neumann, 1995).

Thomas Hobbes escribió sobre el significado del silencio en su libro “The Elements of Law”, publicado en 1650. El silencio, decía, puede interpretarse como señal de conformidad, ya que es fácil decir no cuando no se está de acuerdo. Hobbes está sin duda equivocado cuando afirma que es fácil decir no, pero tiene razón al suponer que el silencio puede interpretarse como conformidad. (Citado en Noelle-Neuman, 1995, p.13).

Atendiendo a lo anterior, también podemos incluir el aspecto comunicativo, lo que no se comunica no existe, algo que queda muy claro en nuestra sociedad actual, las noticias que no se incluyen en la agenda-setting³ no obtienen difusión mediática, por lo que no se conocen, con lo cual no existen, en contraposición y ayudando a formar climas de opinión, podemos decir que lo que se comunica mucho se convierte en realidad, incluso sin serlo.

Noelle-Neumann estudió a distintos autores; Rosseau, Locke, Lutero, Maquiavelo y Hus entre otros, y pudo ver en sus textos claras referencias a la espiral del silencio. Este fenómeno no es exclusivo de nuestra época, se viene dando a lo largo de la historia, un ejemplo muy claro se produjo durante la Revolución Francesa de 1789, en Revolución Francesa de Alexis de Tocqueville, publicada en 1856 (Citado en Noelle-

³ La agenda-setting o teoría del establecimiento de la agenda, expone que los medios de comunicación al elegir que comunicar y que no, o el tiempo de dedicación a cada noticia, provocan una gran influencia en la opinión pública, la cual da la importancia a los temas según su proyección en los medios, esta teoría fue promulgada por McCombs y Shaw.

Neumann, 1995). Tocqueville detalla el estado en el que se encontraba la opinión pública respecto a la Iglesia en Francia, la cual teniendo en cuenta la realidad social existente por la que existía una fuerte revolución en contra de los antiguos valores, que se englobaban dentro del término Antiguo Régimen, guardó silencio, de forma que los afines a ella ante el silencio de la institución hicieron lo mismo, y esto se convirtió en lo que aparentemente era una situación total en contra de la iglesia, pero en realidad no lo era, era virtual, ya que guardaban silencio. La Iglesia como institución por miedo a represalias sobre todo violentas y sus afines también, temiendo el aislamiento social, permanecieron callados. Tocqueville lo describió así: *“Temiendo el aislamiento más que el error, aseguraban compartir las opiniones de la mayoría”*. (Citado en Noelle-Neumann, 1995).

Una vez más vemos en los autores el estudio de la misma conducta, Mihaly Csikszentmihalyi, psicólogo de la Universidad de Chicago, en un simposio sobre opinión pública dijo: este miedo orgánico al aislamiento hace que el hombre se esfuerce instintivamente en ser aceptado y querido por los demás, y en evitar la enemistad, el aislamiento y el ostracismo (Citado en Noelle-Neumann, 1993).

Una vez llegado el punto de que una facción tiene toda la visibilidad pública y la otra ha sido silenciada, en la espiral del silencio aparece lo que Noelle-Neumann denomina el núcleo duro, este núcleo duro lo forman los individuos que han sido silenciados que llegados al punto en que la tendencia a hablar o callar se ha estabilizado, comienzan a hablar a pesar de la amenaza del aislamiento, porque consideran que es un riesgo que deben de tomar para que su visión sea compartida por los demás. Esta ruptura del silencio y la oposición a la opinión, que hasta el momento se consideraba la mayoritaria por la visibilidad que había ostentado, se empieza a desmoronar produciendo un efecto de inversión de la espiral.

En definitiva, *“La Espiral de Silencio”* es una obra de ciencias políticas y de la comunicación, la cual desarrolla una teoría sobre el control de la opinión pública por los medios de comunicación, estos proyectan la visibilidad pública de una opinión en particular, haciendo creer que es la mayoritariamente aceptada por los individuos, al darle este carácter, aunque realmente no sea así. Aislando el resto de opiniones y provocando que quién no participa de esta idea, por miedo al aislamiento social, la comparta.

Esta teoría tiene su principal exponente en la naturaleza social del hombre, debido a la cual hay una tendencia a pensar que lo individual es inferior y menospreciarlo, valorando más las opiniones colectivas.

El hombre por sus limitaciones, necesita vivir en sociedad para desarrollarse plenamente, por lo tanto el miedo al aislamiento social, le hace compartir la idea mayoritaria aunque se oponga a la suya. Por último, cabe remarcar que el hombre actual vive y se desarrolla en la sociedad de la información, como veremos a continuación.

4.- LA TELEBASURA: LOS REALITY SHOWS

Los reality shows son un tipo de programación, cuyo principal objetivo es el entretenimiento mediante programas, de temática diversa, pero su formato es el de concurso, con un premio económico, siempre de carácter colosal por su gran cuantía, para lograr enganchar más al espectador, y exigir prácticamente cualquier cosa o acción al concursante, se denomina telerrealidad porque en apariencia se graba de forma natural y directa para asemejarse a la realidad, y sus participantes suelen ser desconocidos, es decir, personas anónimas que antes del programa no tenían ningún tipo de reconocimiento social. Estos programas son considerados de baja calidad y tienen una opinión pública negativa, generalmente son denominados como telebasura (Castañares, 1995).

4.1.- ANTECEDENTES

Este género surge en 1973, cuando se emite en la televisión pública estadounidense un documental titulado "An american family" el cual pretendía mostrar a una familia norteamericana de clase media, este consistía en el seguimiento diario de la familia a lo largo de nueve meses, y durante este tiempo ocurrieron varias cosas un tanto impactantes en esta familia, como el divorcio del matrimonio o el anuncio por parte de un hijo de su homosexualidad.

Unos años después el canal MTV en 1992, lanza "The real word" que fue la primera serie en la cual se eligieron personas comunes, porque los actores exigían un mayor coste, fue un éxito rotundo.

En esta década empiezan a surgir en Europa los denominados "Talk shows", que son los programas que aquí comúnmente conocemos como "del corazón" en los cuales celebridades venden su vida íntima. Estos antecedentes van propiciando el auge de la televisión basura, se empieza a usar el término "Trash TV" o telebasura para englobar los programas de este género.

Un par de años después la productora sueca Strix produce "Expedition Robinson", lo que más tarde a España se ha exportado como "Supervivientes", el argumento era simple, una serie de concursantes sobrevivirían en una isla desierta, concursando entre ellos. Este programa fue un éxito, lo que extraño, debido a los valores y a la alta moralidad de la sociedad sueca, y se esperaba que este programa pasase desapercibido.

Una vez vistos los antecedentes, podemos concretar como telebasura a los contenidos emitidos en televisión, que son de baja calidad, y usualmente son burdos y sin sentido, además de que no generan ningún conocimiento ni utilidad en su visionado, más allá del mero entrenamiento.

Dentro de la telebasura existe el género estrella denominado Reality shows. Se trata de una expresión de origen inglés, cuya traducción al español sería: telerrealidad, demostración de la realidad o espectáculo de la realidad. También cabe remarcar el hecho de que la programación basura, es decir, los reality shows, tienen un fuerte componente idiotizador y de entretenimiento social, destacando que desde la época de los romanos ya teníamos el término ``panem et circenses'', pan y circo, sinónimo de que teniendo para comer y entretenimiento el pueblo está contento, pese a haber evolucionado notablemente en todos los campos, en este tema parece que nada ha cambiado, seguimos queriendo pan y circo, lo único que se ha diferenciado es que el circo es la televisión y dentro de la televisión los reality shows son el espectáculo, programas de entretenimiento de la correctamente denominada telebasura.

En esencia, un reality show (o telerrealidad, como concepto importando) es un género en el que lo principal es que sus protagonistas no son actores, son simplemente personas anónimas. No obstante esta telerrealidad es ficticia. Lo que ocurre allí adentro es real claro que sí, pero se trata de un contexto ficticio, en donde todos los elementos están claramente manipulados para crear el efecto deseado. ``Reality show'' es un concepto en su esencia, incoherente (Maestre Delgado, 2005, p. 2)

Como expresa más arriba Maestre Delgado, la realidad es ficticia, pero cuál es la gran diferencia, ¿es realmente distinto?, (Amigo Latorre, 2004) expresa que la realidad supera a la ficción es una frase que todos hemos oído alguna vez en la vida, pero ciertamente lo podemos aplicar a la realidad, podemos ver cualquier escena de desastres naturales en una película, asesinatos o las muertes más violentas las cuales nos impactan claro está, pero no como la realidad, esto queda retratado claramente en la comparativa con uno de los mayores atentados de nuestro siglo, el atentado a las Torres Gemelas en Septiembre de 2001 en Nueva York, cuando el miedo se escenificaba a través del televisor viendo esas imágenes reales las cuales producían sensaciones que la ficción no puede aproximar.

La base de los reality shows, es mostrar una realidad aunque esté manipulada, porque no hay ficción que se le asemeje, este componente es el que va a atraer a los espectadores, acompañado de las facetas más tórridas y denigrantes del ser humano, demagogia, falta de honor, de respeto y de intimidad. Sobre todo esta última que es la encargada de conseguir todo el atractivo, cuantos hemos fantaseado alguna vez y

pensado que estará haciendo otra persona, nuestra mujer, nuestros hijos, un amigo, etc.

La televisión nos da la opción de ver la vida de un desconocido y controlar cada momento y aspecto, ver cada simple acción como puede ser fregar los platos, y desde nuestra posición de observador sin que nada nos pueda pasar, opinar, criticar o difamar sobre ello, en definitiva que lo íntimo carezca de intimidad.

Los reality shows en definitiva se caracterizan (Maestre Delgado, 2005):

- **Voyerismo**⁴: El hecho de observar a otras personas (en este caso los participantes del reality show), el poder ver su vida, sus acciones cotidianas, desde tu televisor, protegido de que nada te puede salpicar.
- **Morbo**: Como otro gran atractivo de estos programas, ese interés hacia cualquier aspecto tórrido de otras personas, sus acciones más banales y absurdas.
- **Apariencia de realidad**: Como ya vimos más arriba, la realidad supera a la ficción, y estos programas buscan la máxima realidad para lograr un mayor atractivo.
- **Concurso**: Otro denominador común es el concurso como formato del reality show, generalmente con un premio de una gran cuantía económica que acentúa aún más su atractivo y lo que los participantes puedan hacer para lograrlo.
- **Interacción**: Esta se da por los espectadores los cuales votan y deciden que participante se queda o se va, un cambio de escenario o incluso quien gana. Todo esto desde distintas formas como pueden ser, votar en una página web, mandar un mensaje de texto, etc. Nunca en contacto directo con los participantes.
- **Privaciones**: Prohibiciones y demás actitudes por parte de los organizadores del programa, que restringen y condicionen la vida de los participantes para lograr un mayor juego o que la situación sea más morbosa, y que resulte más deseable para el espectador.

⁴ Adaptación del término francés *Voyeur*, que se denomina a personas que espían a otras con carácter de excitación sexual, aplicado a los reality shows se usa para denominar a como el espectador observa a los participantes del programa, con el fin de su entretenimiento y disfrute.

Estos conceptos que hemos visto, son los ingredientes clave y que casi seguro van a lograr el éxito, pero no todos los realitys triunfan, y esta es también una de las características de porque los canales y las productoras apuestan por estos programas. La audiencia de una canal no considera fracaso, o más bien no percibe como tal, el hecho de que un canal deje de emitir un reality show, o cualquier programa de baja calidad, de los que engloban el término de telebasura, ya que lo olvidan fácilmente. Esto provoca que cuando un canal quiere arriesgar para emitir cualquier tipo de programa, se decante por estos, los cuales no van a provocar una percepción negativa por parte de la gente hacia el canal. También es preciso decir que el coste de producción es muy bajo en comparación con otros programas, y además sus contenidos se pueden alargar durante horas, rellenando espacio televisivos y produciendo un gran rendimiento calculado en costes de producción con el beneficio que se puede sacar (Maestre Delgado, 2005). En contrapartida para poner un ejemplo comparativo, tenemos a las series, cuya producción, debido al uso de actores, escenarios, procesos de montaje y edición tienen un mayor coste, así como su rentabilidad es menor porque apenas suele durar cincuenta minutos o una hora un capítulo o episodio, y todo esto se suma a la percepción de fracaso que la gente obtiene de un canal, que tiene que cancelar una serie, ``perjudicando`` o más bien molestando a los que la seguían y si era de su agrado.

Algunos ejemplos de reality shows que no triunfaron, ``Campamento de Verano``⁵, ``PopStars``⁶ de Telecinco, ``Supermodelo``⁷ en Cuatro .

También en Antena 3, que no se caracteriza por emitir un gran contenido de telebasura, es el canal que más veces ha fracasado en este tipo de programas como por ejemplo ``El bus``⁸, ``El Barco: Rumbo a lo desconocido``⁹ o ``El castillo de las mentes prodigiosas``¹⁰ entre otros. Muchos de estos programas serán desconocidos

⁵ Este programa consistía en encerrar durante nueve semanas a los concursantes en cabañas de campamento sin ninguna comodidad, y ponerles pruebas, todo esto simulando un campamento de verano al que acuden los niños, fue emitido el verano de 2013 en Telecinco, y también en el desaparecido canal La Siete.

⁶ En Telecinco en 2002, se emitió este programa que consistía en un concurso en el que un grupo de chicas luchaban por formar parte de una nueva girl band.

⁷ Supermodelo fue emitido en 2006 y 2007 en Cuatro antes de que fuese comprada por Telecinco, este concurso consistía en un centro de formación de modelos, en el que las chicas que participaban tenían que luchar duro por seguir en el programa y terminar su formación.

⁸ Fue el primer reality show de Antena 3 emitido después del éxito que cosecho en España la primera edición de Gran Hermano en el año 2000, en este programa los concursantes viajaban en un autobús durante cien días por España.

⁹ Este reality derivó de la serie de Antena 3 ``El Barco``, consistía en una serie de pruebas durante el viaje en el mismo barco que se usó para la serie y con su misma temática, para acabar llegando a un destino final. Terminó emitiéndose en los canales secundarios de Neox y Nova en 2011.

¹⁰ Quizás el programa más singular de todos los anteriormente citados, fue emitido en 2004, en este un grupo de videntes, magos y brujos convivían en un castillo y tenían que demostrar sus habilidades particulares en el mundo de la magia y ocultismo.

para la mayoría y otros ni se acordarán si quiera de ellos, como hemos visto arriba esto es una de las ventajas en caso de fracaso de estos programas.

Una vez visto todo lo anterior, tenemos que añadir, la mala percepción y valoración social que tienen estos programas, existe una gran inquietud por su proliferación y los valores que estos transmiten sobre todo a colectivos más influenciables como los jóvenes quienes pueden copiar actitudes no deseadas.

Como conclusión final de los reality shows y de porque triunfan, es tan simple como, encierro es convivencia, y convivencia, casi siempre, conlleva morbo. Morbo es audiencia. Audiencia es dinero (Maestre Delgado, 2005). Los canales son empresas que buscan el beneficio económico, esto nos da esta regla de tres tan simple.

Los reality shows son los programas que más audiencia tienen en todo mundo no solo en España, en este campo existe uno que ha destacado por encima del resto, y que es buque insignia en lo que a la representación de telebasura se refiere, este programa es objeto de nuestro estudio, su nombre es ``Gran Hermano`` aquí en España, que viene traducido del original ``Big Brother``¹¹.

¹¹ *Big Brother*, se emitió originalmente en Holanda en 1999, de mano de la productora también holandesa Endemol, después de esto se ha emitido en más de 87 países, entre ellos España. La idea de este programa surgió del libro ``1984`` de George Orwell, donde en una futurista y ficticia ciudad de Londres, existe un régimen autoritario que controla la sociedad y a su mando se encuentra un líder denominado Gran Hermano que todo lo ve, y vigila la vida de todas las personas desde una pantalla.

4.2.- CANAL TELECINCO

Se trata de un canal de programación generalista, cuyo propietario es Mediaset España Comunicación y su sede central se encuentra localizada en el barrio madrileño de Fuencarral. Sus canales anexos son: Cuatro, Factoría de Ficción, Divinity, Boing, Energy y Be Mad TV.

Esta cadena se formó en marzo de 1980 y un año después realizó su primera emisión, estrenándose con ``Por fin juntos`` presentada por Miguel Bosé y Victoria Abril en el Teatro Lope de Vega. En poco tiempo llegó a ser la segunda cadena privada para transmitir en España, además fue pionera en los ``talk shows`` a nivel nacional, con el éxito del programa ``Hablando se entiende la gente`` junto con la versión juvenil del mismo. Y su cuota de pantalla alcanzó gran relevancia en poco tiempo, siendo solo superada por Televisión Española.

Respecto a su imagen corporativa, ha variado notablemente a lo largo de toda su trayectoria, a pesar de que ya desde sus inicios adoptó el naming ``Tele 5``, no fue hasta 1997 cuando explotaron realmente ese nombre. Ya en la década de los 2000, bajo la dirección de Pablo Vasilie fue cuando la programación fundamental del canal se centró en la telerrealidad y la prensa rosa. A raíz de estos condicionantes, la imagen del canal decayó, relacionándolo totalmente con un tipo de programación de rango ``telebasura`` e incluso quebrantó el Código de Autorregulación en múltiples ocasiones, conllevando todo esto varias condenas judiciales. Sin embargo, a partir de 2010 comenzó a controlar los seis canales de televisión en abierto, anteriormente nombrados. Su fusión con la sociedad Grupo PISA, produjo ser el grupo con el primer puesto en la cuota de audiencia.

4.3.- VALORACIÓN DE TELECINCO Y SUS PROGRAMAS DE TELEBASURA

La valoración de los espectadores y del conjunto de la sociedad, tanto del canal de Telecinco, como de sus contenidos, la mayoría del formato de telebasura, es negativa y a su vez produce preocupación. Es cierto, que desde la emisión por primera vez del reality Gran Hermano en el año 2000, el auge de la telebasura en nuestro país solo ha ido a mayores, y el canal de Telecinco y sus canales secundarios se han posicionado como referente indiscutible en la emisión de este tipo de programas, lo cual ha ocasionado un gran beneficio económico para el canal, debido a su éxito.

Para el desarrollo y análisis de este apartado se ha indagado en redes sociales y a través de una consulta realizada, para conseguir determinar la valoración que aporta cada espectador a dicho canal y su programación.

En primer lugar, gracias a las redes sociales, en concreto Facebook y su información corporativa, se ha determinado el número de likes que recibe la página, la cifra es muy elevada alcanzado casi el millón y medio de apoyos, así como la página del programa Gran Hermano la cual obtiene la cifra aproximada de un millón cuatrocientos mil me gustas. Cifras aproximadas podemos ver en Twitter, y un número inferior en Instagram, recalando que la última no tiene la misma difusión y seguimiento de los usuarios que las dos primeras.¹²



Figura 4.1: Captura de pantalla de la página oficial de Telecinco en la red social Facebook

¹² Ver Anexos, para ver los seguidores de Twitter e Instagram en redes sociales de Telecinco y del programa Gran Hermano.



Figura 4.2: Captura de pantalla de la página oficial de Gran Hermano en la red social Facebook

Ahora bien, viendo estos datos está claro, podemos decir que los usuarios que siguen y que manifiestan su agrado por este canal, y por el programa de Gran Hermano en concreto, pertenecerían al núcleo duro que anteriormente descrito, los cuales pese a la presión social, comparten públicamente sus ideas pese a ser juzgados y ser excluidos socialmente. Decimos que este es el núcleo duro porque la audiencia media de este programa durante todas las ediciones, corresponde a más del doble de apoyos que las páginas tienen, algo más de tres millones de audiencia. También, hay que tener en cuenta el papel de promoción que tienen las redes sociales para conseguir “me gustas” o followers¹³ a las marcas o empresas que pagan por su promoción, por lo que podíamos estimar que el número real de seguidores sería más bajo.

A través de la consulta realizada, también hemos podido conocer la opinión de un grupo de personas acerca del canal.

¹³ Followers, es un anglicismo que se usa para cuantificar el número de usuarios que siguen una determinada página, a una determinada persona o empresa en redes sociales. En español se traduce a seguidores, y tener un gran número hoy en día significa triunfar, porque un mayor número de seguidores implica que tus contenidos llegan a más gente.

En una escala del 1 al 5 como valoraría esta cadena

98 respuestas

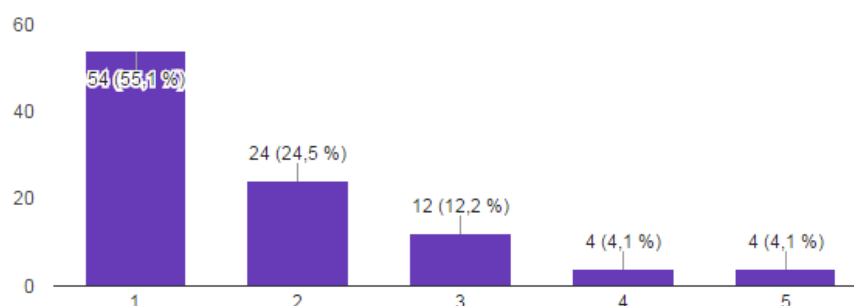


Figura 4.3: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

En una escala del uno al cinco, el canal Telecinco ha sido puntuado con la mitad de los informantes con un uno, la puntuación más baja, seguido de una tercera parte que la puntúa con un dos, así que casi todos los consultados tienen una percepción negativa general del canal. Cuando preguntábamos qué programa preferirían de Telecinco la gran parte respondía que *“Ninguno”*, y sus respuestas acerca de la opinión de esta cadena eran las siguientes: *“Basura”*, *“Telebasura”*, *“Muy negativa”*, *“la vergüenza de nuestro país”*, algunos incluso hacían juegos de palabras como *“Tele-Circo”*. Estos son algunos de los comentarios más repetidos entre muchos tantos otros de la valoración mayormente negativa.

En el gráfico de abajo podemos ver como de 98 respuestas, la inmensa mayoría valora con un uno, seguido de un ínfimo porcentaje que valora con un dos. Esta vez vemos como en concreto el programa *“Sálvame”* de Telecinco, que podemos incluir en el género de telebasura, obtiene una mala valoración por parte de los informantes.

¿ Qué puntuación le daría al programa “Sálvame” ?

98 respuestas

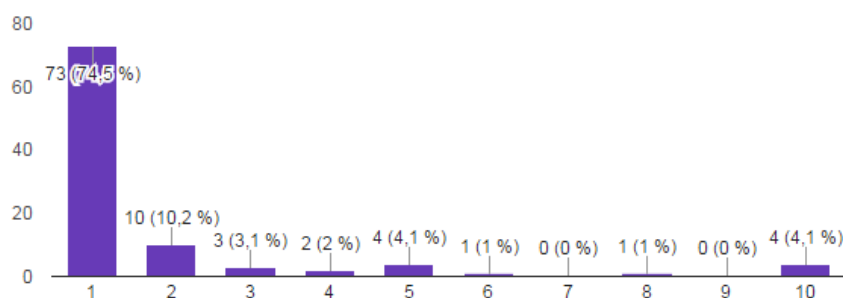


Figura 4.4: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

Ocurre lo mismo con otro programa del mismo género como es "Mujeres, Hombres y Viceversa", el cual obtiene el 3/4 de las valoraciones en el uno y el dos.

¿ Qué puntuación le daría al programa "Mujeres, Hombres y Viceversa" ?

98 respuestas

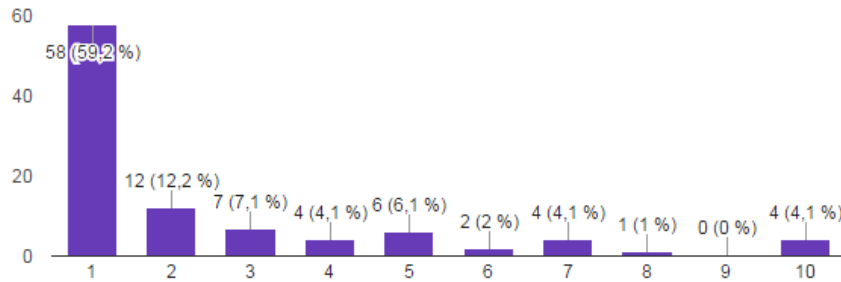


Figura 4.5: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

A la pregunta ¿Cuál es su programa favorito de Telecinco?, la mayoría de las respuestas era que ninguno, y otras hacían alusiones a eventos esporádicos que emitía la cadena, como por ejemplo, la Eurocopa. También había otras opiniones, que podemos deducir con un tono crítico irónico:

- " Los anuncios, porque evitas ver los programas "
- " Telecinco no pone nada productivo más que las noticias "
- " La publicidad. Es lo único que entiendo de ese canal "
- " Ninguno, no me atrae nada que pueda ofertar "

También en diversos artículos de opinión podemos ver una percepción negativa, todos ellos tienen un gran tono crítico con los programas de telebasura que emite Telecinco, teniendo una mala opinión y expresando su descontento porque se emitan estos programas.

En conclusión de este apartado, la valoración general del canal Telecinco, y en concreto de los programas de telebasura, es negativa, obteniendo las puntuaciones más mínimas posibles, mostrando un rechazo social casi generalizado a este tipo de contenidos que no aportan nada, salvo entretenimiento y malas conductas.

4.4.- GRAN HERMANO

Gran Hermano es un reality show, englobado en el género de telerrealidad, cuyo formato es el concurso en el cual, los participantes tienen que convivir en una casa aislados y muchas veces incluso privados de lujos, ir superando pruebas para que finalmente uno se haga con el premio final, de gran cuantía económica.

Este programa fue emitido por primera vez, en Holanda en 16 Septiembre de 1999 de mano de la productora Endemol. Es el reality show por excelencia más internacional, presente en cinco continentes. Emitido en más de ochenta y siete países, doscientas sesenta y una ediciones, más de tres mil concursantes, y supera los doscientos millones de espectadores.

En España fue emitido el 23 de abril del año 2000, producido por Zeppelin TV, actualmente cuenta con diecisiete ediciones, más otras seis ediciones que podemos considerar extras, al ser reencuentros, especiales con solo ganadores, o "VIP"¹⁴ solo de gente famosa, para este año 2017 ya está confirmada una edición más. Gran Hermano surgió por las ideas cogidas de tres programas del mismo género, "The Real Word"¹⁵ del canal MTV, tomó la idea de grabar a personas durante todo el día en cualquiera de sus acciones, y también incorporó de este programa "el confesionario", donde los participantes relataban o contaban cosas de su vida o experiencias que habían tenido durante el día a cámara. Del experimento Biosfera 2¹⁶, tomaron el factor social de discusión y altercado, que provocaba la convivencia sumada al aislamiento, todo ello potenciado si existían trabas o impedimentos, sobretodo de carácter privativo. Y por último del reality sueco "Expedition Robinson" que fue importado a nuestro país con el nombre de "Supervivientes", adquirieron la temática de concurso, en la cual los participantes se disputaban por ganar el premio final. Estos ingredientes sumados a la obra de George Orwell "1984", dieron como resultado el reality que mayor éxito ha tenido en el mundo entero: Gran Hermano.

El programa en sí es fácil de comprensión, concursantes encerrados en una casa, con cámaras grabándoles las veinticuatro horas, cada semana es expulsado un concursante elegido por la audiencia en teoría, y digo en teoría porque aunque el género es telerrealidad todo está manipulado de tal forma que todo es explotado para conseguir la máxima impresión de los espectadores y lograr su audiencia. Los concursantes

¹⁴ Las siglas del inglés, Very Interesting People, lo que se traduce como personas famosas, o que provocan un interés mayor a lo normal.

¹⁵ Visto y explicado el programa en el apartado 3

¹⁶ El proyecto "Biosphere 2" traducido al castellano como "Biosfera 2", fue un experimento científico que consistía en la creación de un ecosistema artificial en medio del desierto de Arizona, para poder tener conocimientos acerca de cómo formar futuras colonias espaciales, empezó como un experimento científico y terminó siendo un precursor de reality show Gran Hermano, debido a la cantidad de conflictos de los participantes.

suelen ser gente anónima que es seleccionada en castings realizados anteriormente, por estadística el target de los aspirantes es gente de bajos recursos económicos, bajo nivel cultural y grandes deseos de triunfar en la vida, aunque sea a costa de perder su intimidad y venderse de forma denigrante, atraídos por el premio del concurso así como por todo lo que implica ganar, reconocimiento social, asistir a otros programas a relatar tu experiencia o a vender tu figura, lo que se conocen como ``bolos``¹⁷ en discotecas, aparición en revistas, etc. Todo ello acompañado claro de la retribución económica que pueden sacar de todas estas actividades complementarias a costa de su participación en el programa.

En definitiva, Gran Hermano todo un universo de posibilidades.

¹⁷ Un ``bolo`` es una actuación de un artista de talla menor. Pues bien desde el auge de los reality shows, muchas personas que han participado o ganado, y por determinada particularidad se han hecho conocidos, famosos o incluso populares, han hecho de su principal fuente de ingresos el asistir a eventos para lograr atraer a gente, de forma general en discotecas en el mundo de la noche, donde la gente acude para verlos y sacarse fotos con ellos.

4.4.1.- AUDIENCIAS

La audiencia es uno de los elementos más importantes de los medios de comunicación, debido a que estas son la razón de ser de los medios. Un medio de comunicación existe de su idea de transmitir un mensaje a un grupo más o menos numeroso de personas, lo que podemos definir como audiencia.

De forma más global, hacemos referencia a un grupo de personas que reciben un mensaje de los medios de comunicación sociales o de masas. La audiencia se mide en un valor denominado rating, para estos medios su conocimiento es esencial y que determinan su plano comercial, al saber el número de personas que forman esta audiencia, determinará el valor de los espacios publicitarios y a su vez que los anunciantes quieran comprar esos espacios, esto es muy importante ya que estos ingresos son los que mantienen el funcionamiento de los medios y pagan todos sus gastos. En Telecinco, los programas de telebasura suponen la mayoría de los ingresos así como representan la mayoría de la audiencia total del canal.

A continuación, mostramos una tabla sobre las audiencias históricas de Gran Hermano, programa objeto de nuestro estudio. Analizando estas audiencias podemos ver como el programa ha ido perdiendo adeptos conforme han pasado los años.

| EDICIÓN | Nº PROGRAMAS | AUDIENCIA |
|-------------------|---------------------|--------------------|
| Gran Hermano 1 | 16 | 7.811.000 (51,20%) |
| Gran Hermano 2 | 17 | 6.697.000 (49,10%) |
| Gran Hermano 3 | 17 | 5.158.000 (34,0%) |
| Gran Hermano 4 | 17 | 4.667.000 (30,30%) |
| Gran Hermano 5 | 18 | 4.267.000 (30,20%) |
| Gran Hermano 6 | 18 | 4.607.000 (29,70%) |
| Gran Hermano 7 | 17 | 4.160.000 (27,70%) |
| Gran Hermano 8 | 17 | 3.401.000 (23,50%) |
| Gran Hermano 9 | 17 | 3.509.000 (27,70%) |
| Gran Hermano 10 | 19 | 3.784.000 (25,90%) |
| Gran Hermano 11 | 22 | 3.463.000 (24,20%) |
| Gran Hermano 12 | 22 | 2.627.000 (18,40%) |
| Gran Hermano 12+1 | 25 | 2.972.000 (20,60%) |
| Gran Hermano 14 | 21 | 2.572.000 (18,40%) |
| Gran Hermano 15 | 16 | 2.710.000 (21,40%) |
| Gran Hermano 16 | 17 | 2.844.000 (23,10%) |
| Gran Hermano 17 | 16 | 2.191.000 (19,68%) |

MEDIA TOTAL: 3.966.000 (28%)

Tabla 4.6: Elaboración propia. Fuente Formula TV.

5.- APLICACIÓN DE LA ESPIRAL DEL SILENCIO AL PROGRAMA DE GRAN HERMANO

Seguidamente vamos a proceder al análisis primero cualitativo y después cuantitativo con los datos recopilados, y siguiendo las pautas anteriormente explicadas.

En primer lugar la entrevista se planificó en bloques de temas de forma que la persona entrevistada se expresara con total libertad y las preguntas no resultasen forzosas, para obtener resultados fiables y lo menos dirigidos posibles, todo en un clima distendido y sin ninguna presión. Cabe remarcar que la entrevista fue fructífera y que se obtuvieron buenos resultados.

En ningún caso se mencionó que la entrevista fuera para la constatación de la espiral del silencio en las audiencias de telebasura, para evitar el condicionamiento de la persona así como sentirse como objeto de estudio, lo que seguramente provocaría un estado de defensa y alerta continua, no siendo útil, para la obtención de datos.

5.1.- ANÁLISIS CUALITATIVO

La entrevista personal abierta, estructurada en bloques como ya vimos en el apartado de metodología, nos permitió analizar la información en bloques temáticos, que vamos a ver a continuación:

- VER TELEVISIÓN COMO AFICIÓN

Dentro de las aficiones de la persona entrevistada, esta hacer deporte, salir con los amigos, pero además en nuestra sociedad actual, estamos empezando a ver la televisión y a convertirla en afición, en un pasatiempo, en algo que hacer cuando nos aburrimos o cuando, queremos incluso ``disfrutar´´. El individuo social pegado a la televisión, condicionado por ella, que Sartori denomina el *homo videns*, el siguiente paso en la evolución (Sartori, 1998).

- PROGRAMAS QUE CAPTAN LA ATENCIÓN

La televisión tiene un gran componente de enganche, ya que su visualización no requiere esfuerzo físico mayor, más que sentarse cómodamente delante del sofá y pasar el tiempo con esa combinación de imagen y sonido. Como ya hemos visto

anteriormente y como recalca la entrevistada los programas denominados reality shows, captan la atención del televidente con morbo y entretenimiento vulgar.

- GRAN HERMANO COMO ENTRETENIMIENTO

El programa que más gustaba a la entrevistada de toda la parrilla televisiva, y entre los que la interesaban y seguía con habitualidad First Dates (Canal Cuatro), Wild Frank (Discovery Max) y Big Bang Theory (Neox), había un claro ganador el reality Gran Hermano que como hemos visto anteriormente se emite en Telecinco, la gesticulación no daba lugar a dudas. Este reality destaca entre los demás llegando incluso a sustituir a cualquiera de los anteriores citados en todo momento, si estos coincidían. Porque como expresaba la persona entrevistada: *“me llama la atención y me ayuda a entretenerme”*.

- MIEDO AL RECHAZO DE NO COMPARTIR LA IDEA GENERAL

A nivel social la opinión sobre cómo se percibe Gran Hermano es claramente negativa, con la denominación de telebasura, este hecho es conocido por sus seguidores, los que para no ser juzgados y rechazados callan, omiten o niegan su visionado, como dijo la persona entrevistada: *“pues muchas veces no digo que lo veo y tal, porque claro la gente te mira mal, y me muero de vergüenza, y claro nadie quiere que le miren mal ni que no le incluyan, que piensen que eres menos”*. No se quiere ser señalado y por lo tanto separado de la opinión mayoritaria en cualquier tema que pueda suponer una vulnerabilidad social del individuo que termine con su aislamiento, vemos aquí uno de los principales pilares de la teoría que estudiamos. La entrevistada tenía en conocimiento la mala reputación que tiene este programa y que la inmensa mayoría tiene una valoración negativa al respecto. Reconoció que en algunas ocasiones había mentido sobre haber visto el programa por miedo a que la juzgaran o la discriminaran por haberlo visto: *“si la mayoría considera que por ejemplo lo que has dicho tú, que los documentales “son buenos”, y Telecinco “es malo” pues claro está, eso determina siempre como vas a actuar, o cómo vas a decir que actúas”*.

- EXISTENCIA DE UN NÚCLEO DURO

La revelación de un grupo de Whatshap de la entrevistada con su grupo de amistad más cercano, seguidor de Gran Hermano, y con las mismas ideas respecto al programa, constata un núcleo duro, aunque en este caso sus pretensiones no sean las de romper el silencio, sino disfrutar sobre un tema socialmente no aceptado y por lo tanto en minoría, pero de forma segura y tranquila sin riesgo de rechazo o aislamiento, pues el

resto de amigos y compañeros que están en contra de este programa no se encuentran en dicho grupo ni tienen constancia de ello, evitando así los riesgos. Así lo expreso: *“yo tengo un grupo de WhatsApp con mis amigos y algún familiar, no todos mis amigos, sino algunos de los amigos que están viendo o que ven el programa, y les gusta como a mí”*.

- ESPIRAL DEL SILENCIO

Indagando en el aspecto del comportamiento social, la entrevistada afirmaba con seguridad que otra gente también actúa como ella, es decir teniendo una idea y cambiándola de cara a los demás para encajar, para no estar sola, y su respuesta fue un contundente *“Por supuesto”*. Reconoció que si los demás pensasen igual, como ella y sus amigos con los que comparte el grupo de WhatsApp, no tendría ningún impedimento para expresar libremente y sin miedo su pensamiento. *“como he dicho antes, no quiero que esto me condicione a que me vean de una forma distinta o que incluso se rían de mí, o me tachen de tonta, pero casi seguro que no”*.

Al final, y con convicción se reiteró lo que ya había dicho anteriormente, Gran Hermano como programa es de contenido intelectual vacío y burdo, hay una repulsa a las conductas de los concursantes, pero ver comportamientos obscenos y denigrantes tiene su morbo y en el morbo atractivo.

Simplemente, este programa ayuda a evadirse de la rutina cuando llega a casa, entretiene jugar y simular acciones como ponerse en la piel de algunos de los concursantes y pensar cómo habría actuado de forma distinta en ese caso, incluso llegando a identificarse con algunos de los concursantes. Su visionado es mero entretenimiento que no logra otro impacto social.

5.2.- ANÁLISIS CUANTITATIVO

Para este método la métrica de audiencias es el más útil puesto que aporta cifras sobre el visionado de un determinado programa o canal. Las audiencias como hemos visto más arriba en el punto 4 de este trabajo, pertenecen a los datos secundarios extraídos de la fuente (Formula TV, 2012) y corroborados por Wikipedia, la cual aporta cifras totales de las audiencias que tiene el programa de Gran Hermano.

Tras el análisis cualitativo del apartado anterior se procedió a elaborar la consulta por internet, sabiendo qué aspectos debíamos preguntar y qué preguntas nos darían la información más útil para nuestro estudio. Se obtuvieron más de cien respuestas a un cuestionario auto cumplimentado, según se ha expuesto y justificado en el apartado correspondiente y cuyos resultados se pasan a analizar a continuación (Ver Anexos).

En la consulta realizada en primer lugar se preguntaba sexo y edad como indicadores primarios para ir separando la población en baremos de género y edad, obteniendo que 2/3 eran mujeres y 1/3 hombres, que haya más mujeres para nuestro estudio nos es muy útil pues el target del Grupo Mediaset, y en concreto del canal Telecinco es mayormente femenino.

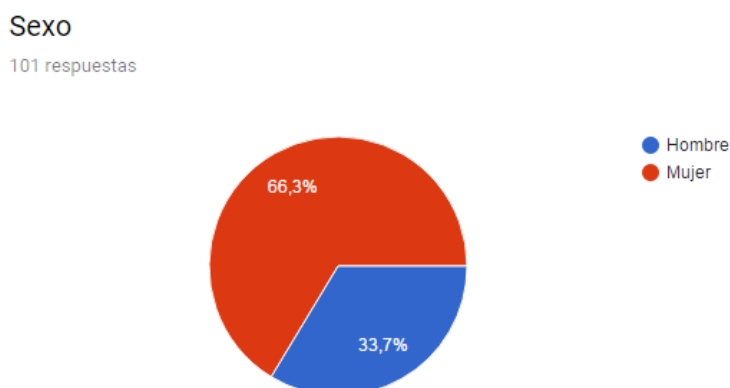


Figura 5.1: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

Una vez cumplido este primer paso se preguntaba, antes de que el usuario siguiese respondiendo la consulta y para que no se viese influenciado por las preguntas siguientes, que valorase en una escala del uno al cinco cómo influye en su comportamiento la opinión de los demás. Con esta pregunta se quería ver de forma general, como es influenciado por factores externos el usuario. La mayoría de los encuestados estaba entre el tres y el dos con lo tanto reconocen una moderada influencia en su comportamiento derivado de la opinión de los demás; este dato ya

nos es útil para mostrar la espiral del silencio, ya que la influencia de la opinión general en el condicionamiento del comportamiento es uno de los factores principales.

Del 1 al 5 cuanto influye en su comportamiento la opinión de los demás

98 respuestas

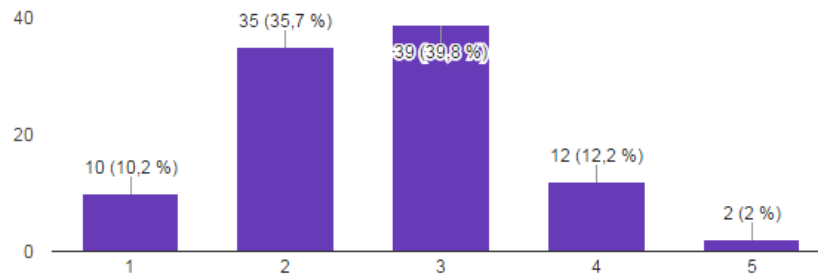


Figura 5.2: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

Después de esta primera pregunta de toma de contacto, le siguen otras relacionadas buscando la constatación de la anterior y la confirmación de la espiral del silencio, preguntando si alguna vez ha cambiado su forma de actuar por presión social.

¿ Alguna vez ha cambiado su forma de actuar por cualquier tipo de presión social ?

97 respuestas

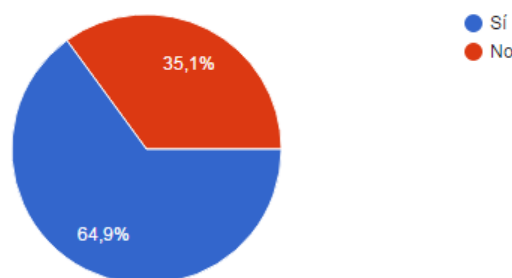


Figura 5.3: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

Casi 2/3 de los encuestados afirman que ha cambiado su forma de actuar por condicionantes ajenos a su voluntad, es un dato muy importante porque demuestra que hay un presión social real, y que influye a los individuos, y les hace actuar de forma distinta a como lo harían careciendo de dicha presión. Por lo tanto cambiamos la

forma de actuar para ser incluidos socialmente e integrarnos, tal como se expresaba la informante entrevistada.

El punto más importante y la razón de ser la espiral del silencio es el temor, el miedo del individuo el aislamiento social por no compartir la opinión general o dominante, ante esta pregunta la mayoría ha respondido que no, solo una pequeña parte ha respondido que sí.

¿ Teme el aislamiento social si no comparte la opinión general ?

97 respuestas

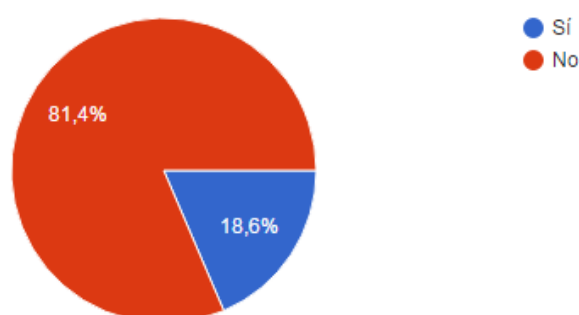


Figura 5.4: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

Como es lógico, la inmensa mayoría de los encuestados niegan el temor al aislamiento social, ya que es su punto débil, su principal miedo, y reconocerlo implicaría una posición inferior y de desventaja respecto al resto de individuos de la sociedad. Por lo tanto queda demostrado que el temor al aislamiento social es el principal miedo que tienen los individuos.

El ser humano necesita vivir en sociedad así que perder su sociabilidad sería el mayor desastre social que le podría acontecer.

Una persona como norma general se junta siempre a personas que piensan como ella y que tienen similares gustos y forma de actuar, su grupo social más cercano es la familia y los amigos, así que, como es de esperar en estos círculos en los que la persona se mueve habitualmente no tiene que cambiar de postura para estar integrado ni teme la exclusión ya que estas personas con las que se relaciona comparten sus ideas o tiene lazos de parentesco que tiene un sentimiento más fuerte. Por lo tanto la gran mayoría ha respondido que no, datos que son esperados como hemos visto arriba, en contraposición apenas una docena ha dicho que sí, este si es

motivado por situaciones en las que una persona ha salido de su ámbito de relaciones cotidianas, y se ha tenido que enfrentar a situaciones distintas en las cuales, por el miedo a no integrarse o al aislamiento social, este ha cambiado su posición respecto a un tema para adaptarse al clima de opinión dominante. En definitiva en un grupo que comparte tu misma no hay un miedo al aislamiento, porque hay integración. En cambio cuando es otro grupo, por ejemplo compañeros de clase que son simples conocidos y que no comparten la misma idea, pues en ese caso para evitar el aislamiento si se cambia de postura respecto a un tema.

¿ Tiende a menudo a cambiar de posición respecto a un tema para no ser excluido socialmente ?

98 respuestas

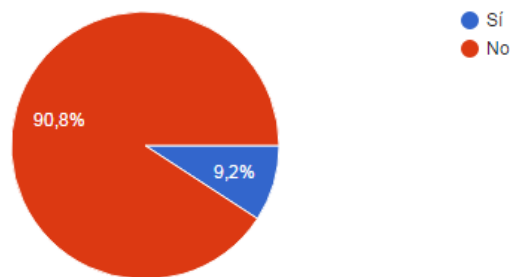


Figura 5.5: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

A continuación siguen preguntas para que el usuario exprese lo que cree acerca del comportamiento de los demás y de cómo lo percibe.

Casi la plena totalidad piensa que la gente piensa de una manera y actúa de otra distinta, y esto se produce por la presión social y constata una vez más el miedo al aislamiento social de que no hacer las cosas como la mayoría quiere.

En la espiral del silencio, los individuos están constantemente comprobando cuál son las conductas socialmente aceptadas y cuáles no, para evitar el aislamiento y subirse al carro ganador, es decir el pensamiento mayoritario compartido. Conforme a esta comprobación los individuos adaptan su comportamiento como queda claramente reflejado en la consulta, donde la totalidad ha respondido que esto ocurre.

Con estas preguntas como hemos visto más arriba en la explicación del objeto de estudio, se busca las respuestas que paso por paso forman la espiral del silencio, pero vista desde el exterior.

Además el hecho de que la espiral del silencio que estudiamos sea en las audiencias que visionan telebasura, preguntamos también el grado de influencia de este medio en la opinión pública.

¿ Cree que la televisión condiciona la opinión pública ?

97 respuestas

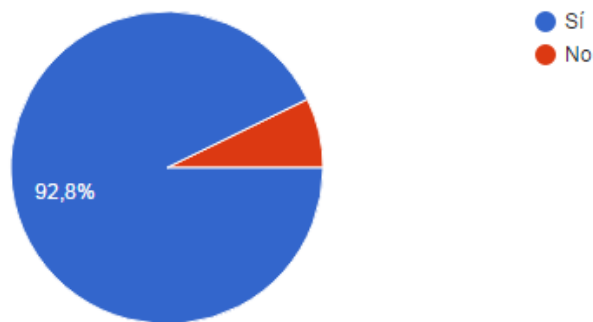


Figura 5.6: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

¿ Qué grado de influencia cree que tiene la televisión en la opinión pública ?

98 respuestas

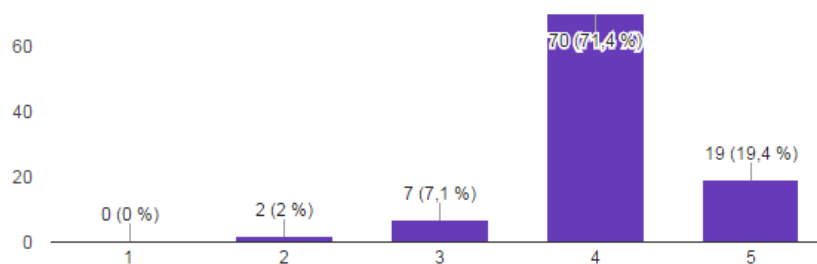


Figura 5.7: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

También se pregunta en la consulta los canales que ve habitualmente, con qué regularidad ve Telecinco ya que es el canal en el cual se emite el programa que estamos analizando, su programa preferido de esta cadena, la opinión global de esta

cadena así como la valoración de tres programas que representan el buque insignia del canal, y de la telebasura en España, como son “Sálvame”, “Mujeres, Hombres y Viceversa” y “Gran Hermano”, que ya vimos anteriormente (Punto 4.3).

Y una vez más y ahora que el usuario ha entrado en la dinámica de la consulta, volvemos a preguntar de forma personal sobre su comportamiento y su forma de actuar con dos preguntas muy importantes para nuestro análisis:

¿Ha evitado alguna vez mencionar haber visionado algún programa de esta cadena?

1/3 de los consultados afirmó que sí, esto nos demuestra que ya hay un número que evita hablar de haber visionado estos programas, que se mantiene en silencio o incluso niega, por el miedo.

¿Le ha condicionado la opinión de los demás para que decidirse a ver o no un programa de esta cadena?

La gran mayoría respondió que no, por lo tanto la pequeña minoría que responde sí, a esta pregunta, nos constata la existencia de un núcleo duro. La cual está condicionada pero aun así mantiene su visionado.

Estas dos preguntas revelan un aspecto muy importante, ya que dan una relación directa entre la espiral y el visionado de programas de telebasura, condicionado por la opinión propia por la de los demás. Y como respondieron los informantes, hay un condicionamiento y han cambiado su comportamiento por la influencia social.

Finalmente se pregunta de forma clara y un poco aislada en la progresión que seguían las preguntas anteriores, si el consultado conoce el término de espiral del silencio, para tener de forma clara una visión de comportamiento acerca de este fenómeno, si son conscientes de su existencia o no. A partes iguales los usuarios consultados tenían conocimiento del conocimiento teórico de la Espiral del Silencio.

Como hemos visto también en la entrevista, las audiencias que visionan telebasura son conscientes de los valores y comportamientos obscenos y negativos, estos son algunos comentarios que los informantes aportaron al final de la consulta y que reafirman todo lo visto anteriormente:

- *“Creo que el ver este tipo de realitys o programas estando concienciado de lo que se está viendo y siendo crítico a la hora de verlo no tendría por qué perjudicar, pero claramente Tele 5 ganaría más, o conseguiría una mejor imagen si diese una vuelta a la programación enfocándola más a la cultura o a la información”.*

- *“En mi opinión la cadena de televisión Telecinco debería de desaparecer, o al menos los programas anteriormente mencionados que le lavan el cerebro a la sociedad y los hace estar "distráidos" con asuntos que no tienen ningún tipo de valor en vez de estar pendientes del futuro de un país que se va al carajo”.*
- *“Los jóvenes españoles son como una caja de zapatos vacía, y Telecinco y los programas mencionados son como esas zapatillas de estar por casa que tienen 4 años y que huelen mal aunque las laves 10 veces seguidas, pero que no tiras por nostalgia. Bien, ¿qué haces entonces con las zapatillas? Las metes en esa caja y la dejas metida bien dentro del armario...”*
- *“Los programas de la tele no nos hacen pensar. YA lo decían los romanos al pueblo dales pan y juegos y no habrá problemas”.*

6.- CONCLUSIONES

El comportamiento de cada uno de nosotros viene controlado por unas normas, su imposición es lo que nos hace seres sociales, y nos ayuda a vivir en sociedad al mismo tiempo que nos coarta, sin que la convivencia degenera. Buscar la integración, provoca prestar atención a lo que otros quieran o piensen nos importe y por lo tanto nos condicione. El miedo a la soledad, es el motor para la unión.

La espiral de silencio se produce, podemos observarlo en los datos recogidos. Podemos ver un primer periodo, cuando surgieron los reality shows, y en concreto cuando el programa Gran Hermano se estrenó en nuestro país, en este momento se creía que los reality shows estaban bien vistos, que gozaban del apoyo social. Esto era justificado por los canales, apoyándose en los altos datos de audiencias y argumentando que estas cifras plasmaban a la sociedad española, sus gustos y valores, silenciando a los que consideraban estos programas denigrantes y vacíos de contenido, el núcleo duro. Después se produjo una inversión de la espiral, se ha roto el silencio, destapando la falsa apariencia que mostraban los canales para su beneficio propio, su principal argumento, se les ha vuelto en contra, la audiencia con su bajada progresiva cada año, ya no corrobora su versión (Ver Tabla 4.6).

A raíz de estos datos de audiencia vistos anteriormente también se puede deducir, pero se necesitaría otro estudio especializado para demostrarlo, que este aumento al principio y la tendencia descendente actual de las audiencias, se pudiese deber, a que el único impacto que tuvo Gran Hermano fue la novedad, y según deja de serlo va perdiendo fuerza (futura línea de investigación).

Actualmente, el escenario es el siguiente, la espiral silencia por presión social a los que sí están a favor de los reality shows que cada vez son menos, como demuestran las audiencias. Esto podemos relacionarlo con el avance cultural de nuestra sociedad y educacional, que considera que los valores que transmiten estos programas no son deseables. Es decir una opinión pública formada por valores sociales.

Podemos ver al núcleo duro a favor de los programas de telebasura que no se avergüenzan ni temen la presión social, únicamente cuando se relacionan con personas con las que comparten las mismas ideas y son afines, pero en contraposición cuando el clima de opinión no les es favorable, mantienen silencio por miedo al aislamiento. Este núcleo duro, al contrario del que Noelle-Neumann nos habla en su obra, los individuos que le forman no quieren invertir la espiral porque saben que estos programas no aportan nada positivo, pero aun así les gusta y deciden seguirlos por entretenimiento, como hemos visto en los resultados de la entrevista y de la consulta.

La telebasura no se emite por petición de los usuarios, la gran mayoría no demanda este género, los canales emiten estos contenidos por cuenta propia, porque es más rentable, aparte de la enorme diversificación que pueden lograr en marketing. En la rentabilidad económica de los reality shows es donde reside su atractivo.

En definitiva la espiral del silencio es aplicable a las audiencias de telebasura que visionan el programa Gran Hermano, que como hemos visto en la entrevista y la consulta, el miedo al aislamiento es real, y en este caso las connotaciones negativas que visualizar estos programas implican, llevan al usuario a tener vergüenza, sufrir desprecio, marginación, por parte del resto que forman parte de la mayoría y por lo tanto la opinión pública general.

7.- BIBLIOGRAFÍA

Amigo Latorre, B. (2004). "Para comprender el reality show". Disponible en: [http://www.academia.edu/10874057/Para comprender el reality show](http://www.academia.edu/10874057/Para_comprender_el_reality_show) (Última consulta: 03-06-2017).

Castañares, W. (1995). "Géneros realistas en televisión: Los "reality shows"". Cuadernos de Información y Comunicación, nº 1. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/CIYC9595110079A/7463> (Última consulta: 03-06-2017).

Maestre Delgado, D. (2005). "Reality shows": el verdadero cerdo mediático. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, Nº25 (2), Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2927645> (Última consulta: 03-06-2017).

MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, V. A., JUANETAY BOGA, O., OROSA GONZÁLEZ, J., RODRÍGUEZ CAMPO, L. (2005). "La teoría de Noelle-Neumann sobre la espiral del silencio aplicada a las audiencias de la telebasura". Comunicación 21. Universidad de A Coruña (pp.435-449) Disponible en: <HTTPS://DIALNET.UNIRIOJA.ES/SERVLET/ARTICULO?CODIGO=2539167> (Última consulta: 03-06-2017).

Noelle-Neumann. E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona: Paidós. Disponible en: <http://www.egrupos.net/cgi-bin/eGruposDMime.cgi?K9U7J9W7U7xumopxCTMVQPYy-qnemo-CTYXTCvthCnoqdy-qlhhyCXVTcgb7> (Última consulta: 03-06-2017)

Noelle-Neumann, E. (1993) "La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación". Comunicación y sociedad. p. 9-28. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. Disponible en: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8031/1/20091113225431.pdf> (Última consulta: 03-06-2017)

Sartoti, G. (1998). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.

8.- ANEXOS

ANEXO 1



Figura 8.1: Captura de pantalla de la página oficial de Gran Hermano en la red social Instagram



Figura 8.2: Captura de pantalla de la página oficial de Telecinco en la red social Instagram



Figura 8.3: Captura de pantalla de la página oficial de Telecinco en la red social Twitter

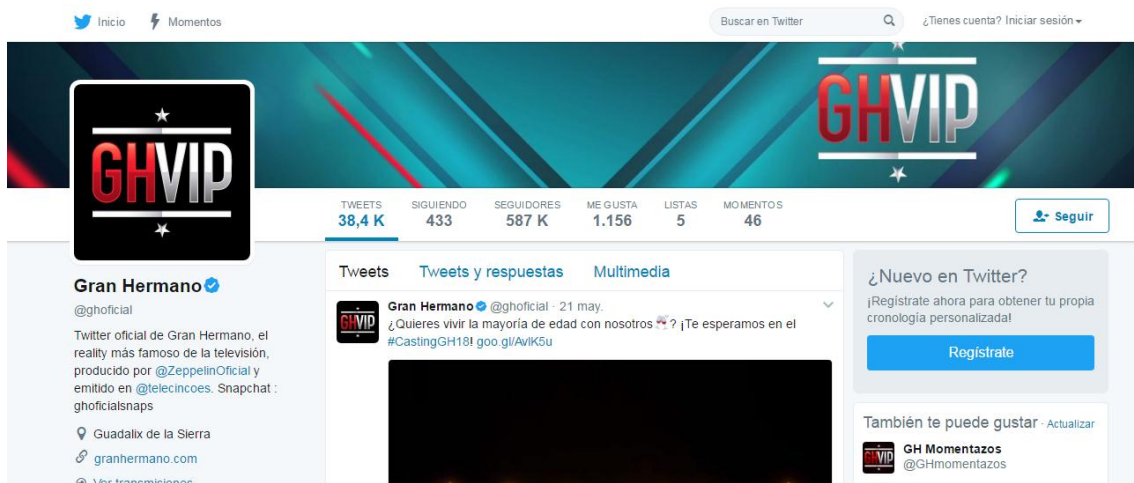


Figura 8.4: Captura de pantalla de la página oficial de Gran Hermano en la red social Twitter

ANEXO 2

Gráficos de la consulta no incluidos presencialmente en el punto 5, pero sí en el análisis.

Edad

90 respuestas

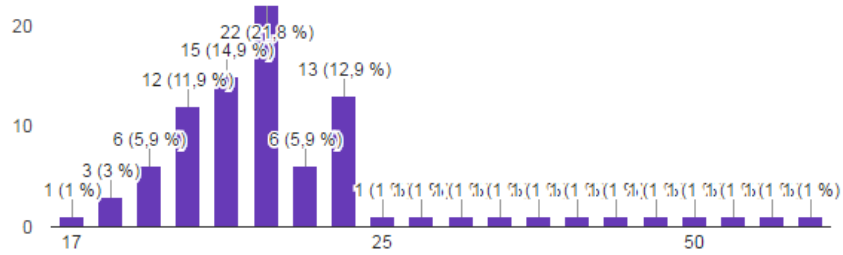


Figura 8.5: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

¿ Qué puntuación le daría al programa "Gran Hermano" ?

98 respuestas

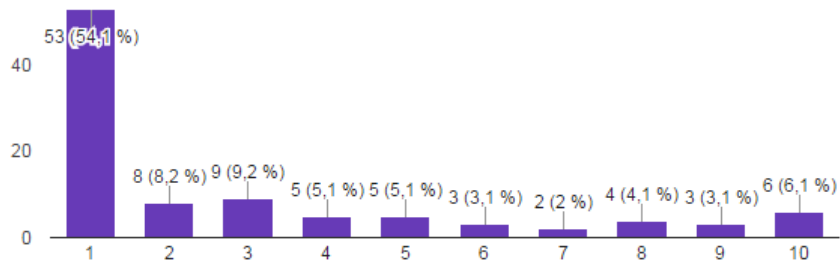


Figura 8.6: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

¿ Con que regularidad ve el Canal Telecinco ?

98 respuestas

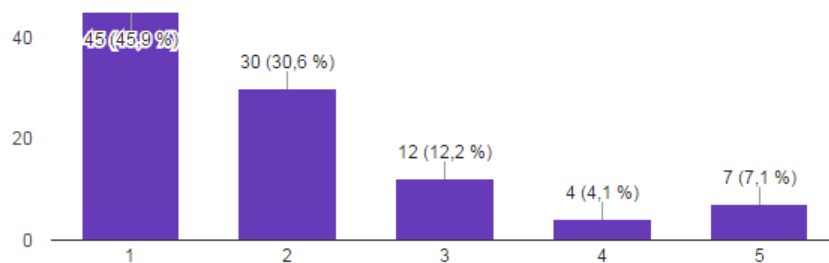


Figura 8.7: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

¿ Ha evitado alguna vez mencionar haber visionado algún programa de esta cadena ?

98 respuestas

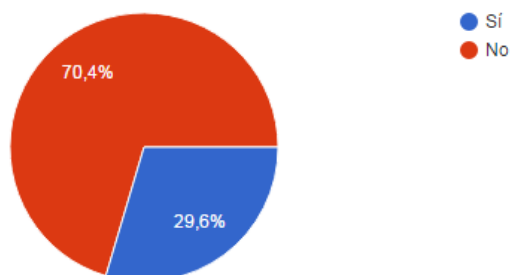


Figura 8.8: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

¿ Le ha condicionado la opinión de los demás para que decidirse a ver o no un programa de esta cadena ?

97 respuestas

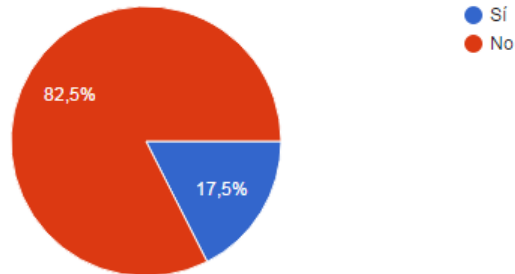


Figura 8.9: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

¿ Cree que los individuos piensan de una manera y luego actúan de otra distinta ?

98 respuestas

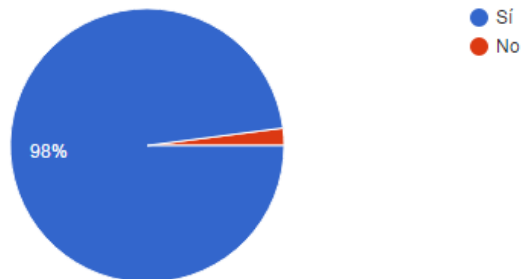


Figura 8.10: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

¿ Cree que los individuos adaptan su comportamiento a las actitudes predominantes sobre lo que es aceptable y lo que no ?

98 respuestas

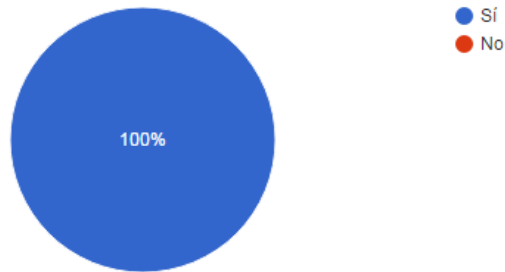


Figura 8.11: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

¿ Conoce el término espiral del silencio ?

97 respuestas

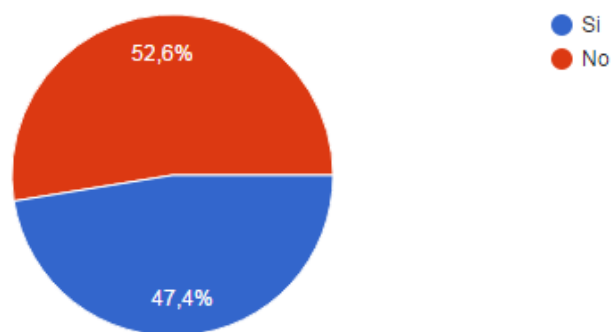


Figura 8.12: Gráfica generada con los resultados de la consulta por Google Docs

ANEXO 3: ENTREVISTA

A continuación se plasma la entrevista realizada para el método cualitativo en la cual el entrevistador aparecerá con la sigla **E**, y la persona entrevistada con la sigla **P**.

Entrevistador: Buenos días, bueno esta es una entrevista para un Trabajo de Fin de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Persona Entrevistada: Sí, sí, buenos días.

E: La entrevista es sobre el tema del trabajo, de los contenidos de los medios generalistas, aficiones a programas de televisión para el público universitario.

P: Vale sí.

E: Bueno como ya te he comentado antes, se va a mantener siempre tu anonimato y en un ningún momento se va a decir tu nombre, ni se van a dar datos relevantes sobre tu persona, se va a respetar siempre tu identidad.

P: Vale, bien

E: Bueno, ahora hágame de ti, ¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre, cuáles son tus aficiones?

P: Pues en mi tiempo libre me gusta hacer deporte sobre todo salir a correr, y me gusta también escuchar música, de género Rock, suelo ponérmela siempre cuando estudio, o tengo cosas que hacer, también pues me gusta mucho salir con mis amigos a tomar algo, salir de fiesta y me gusta ver la televisión.

E: ¿Te gusta la televisión?, pues cuéntame ¿Qué programas te gusta ver?

P: Me gusta si, suelo verla como un entretenimiento por lo tanto veo muchos canales y distintas cosas.

E: ¿Dentro de esos canales que programas ves?

P: Pues del canal Cuatro, veo First Dates, de Discovery Max a Wild Frank y de Neox la serie The Big Bang Theory, de Telecinco veo Gran Hermano, qué bueno, de todos estos pues se puede decir que es el que más veo y el que más sigo, porque cuando coincide con otro prefiero ver Gran Hermano la verdad.

E: Y de todos estos programas, ¿Por qué el programa Gran Hermano es el que te gusta más?, ¿Qué tiene para que destaque por encima del resto?

P: A ver, en primer lugar decir que sé que es telebasura, sé que los valores y los comportamientos de los que salen no son buenos y yo no los comparto pero bueno la verdad que me llama la atención y me ayuda a entretenerme, sé que no está bien, pero no sé, a mí a mí me gusta y me ayuda a pasar el rato. No estoy a favor ni en contra de estos programas, solo los veo sin más, pero bueno a mí pues me gusta. A ver, también pues es verdad que cómo no está bien visto, pues muchas veces no digo que lo veo y tal, porque claro la gente te mira mal, y me muero de vergüenza, y claro nadie quiere que le miren mal ni que no le incluyan, que piensen que eres menos, que eres tonto por ver este tipo de programas que por decirlo así, son como de tontos, no tienen un gran componente intelectual.

E: Entonces me estás diciendo, ¿Qué tienes miedo de que los demás te dejen de lado?, ¿Qué no te incluyan en el grupo de amigos por ver este programa? Debido a que está mal visto por la opinión general.

P: Sí, pero también yo cuando hablo de este programa, pues es con gente que sé que también lo ve. Por ejemplo, yo tengo un grupo de WhatsApp con mis amigos y algún familiar, no todos mis amigos, sino algunos de los amigos que están viendo o que ven el programa, y les gusta como a mí, y en este grupo pues comentamos y también hablamos de los ``personajes`` que salen, lo que han hecho, criticamos y como hubiésemos actuado nosotros en alguna ocasión.

E: Pero podemos decir que no te sientes igual integrada, que si fuese un programa de un carácter más cultural como puede ser un documental, que con este tipo de programas, un reality show, en este caso Gran Hermano.

P: Sí claro, porque claro, si la mayoría considera que por ejemplo lo que has dicho tú, que los documentales ``son buenos``, y Telecinco ``es malo`` pues claro está, eso determina siempre como vas a actuar, o cómo vas a decir que actúas.

E: Volviendo al grupo de WhatsApp que has comentado que tenías con tu familia y amigos, ¿Influye que sean familiares o amigos, o lo que importa realmente es que compartan la misma idea que tú?

P: La idea general, porque claro, siempre sabes que la familia más o menos como ha sido tu núcleo y te han enseñado, tienen siempre más o menos las mismas ideas y a parte por el vínculo de cariño que tienes, las relaciones, pues claro no te van a juzgar por algo que tú pienses, salvo que sea en plan muy malo y ver Gran Hermano por ejemplo tampoco es tan malo pero bueno, siempre de cara la familia es más seguro. Y luego que bueno, los amigos con los que llevo toda la vida y que encima comparto las

ideas pues también cuentan, pero bueno en general, por ejemplo con conocidos como pasa en clase, pues son conocidos, te puedes llegar a llevar con ellos, puedes hacer trabajos, puedes salir de fiesta con ellos, tomar algo, pero realmente a lo mejor es algo tan tan privado, que sabiendo que a ellos no les gusta o que ellos van a tener una peor percepción de ti por verlo, pues no lo dices.

E: ¿En algún momento en vez de callarte, dirías abiertamente en una situación que no sea con tus amigos o tu familia, es decir con gente que no les gusta Gran Hermano o que tiene una opinión negativa de él, que lo ves?

P: puf, no sé, depende la situación, como he dicho antes, no quiero que esto me condicione a que me vean de una forma distinta o que incluso se rían de mí, o me tachen de tonta, pero casi seguro que no.

E: A raíz de lo anterior, ¿Piensas que la televisión tiene poder de influencia en la opinión de la gente?

P: Si, claro, la televisión hace que las personas vean cosas como buenas o malas, depende de cómo lo enseñe, todos conocemos la manipulación de los medios y como puede cambiar una noticia contada por dos lados distintos.

E: ¿Y en la opinión de la gente que ve Gran Hermano?

P: ¿Cómo?

E: ¿Si piensas que la televisión ya lanza un mensaje con una idea al respecto?

P: Yo creo, pero este es mi punto de vista que la televisión lo muestra cómo quiere venderlo, y que luego la sociedad con los valores que mandan, pues interpreta y juzga, y lo considera malo.

E: ¿Piensas que más gente actúa como tú, en este caso que ve Gran Hermano por ejemplo y lo oculta o mantiene en silencio?

P: ``Por supuesto´´, yo si no estuviera mal visto, no tendría problema en decir que lo veo, ni nada.

E: Bueno, no sé si quieres añadir algo más... ¿Algo que tú quieras decir además de todo lo que hemos visto anteriormente?

P: No a ver, solo decirte que yo solo veo ese programa y que no simpatizo ni nada, que no quiero que pienses que comparto la idea de la gente de esos programas, que suelen ser gente muy sin moral, sin estudios, ni nada más que caras bonitas y cuerpos bonitos y mucha tontería. Que para mí es entretenimiento y ya está.

E: Por eso no te preocupes, porque como te he dicho antes es una entrevista en la que no se va a conocer tu identidad y que simplemente vale para para ayudarnos en nuestro estudio así que no te preocupes. Muchas gracias.

P: De nada, muchas gracias a ti también.

ANEXO 4: CONSULTA POR INTERNET MEDIANTE CUESTIONARIO

A continuación se muestra la consulta realizada para el método cuantitativo mediante cuestionario.

Dirección de correo electrónico *

Sexo

- Hombre
 Mujer

Edad

Del 1 al 5 cuanto influye en su comportamiento la opinión de los demás

1 2 3 4 5

¿ Alguna vez ha cambiado su forma de actuar por cualquier tipo de presión social ?

- Sí
 No

¿ Teme el aislamiento social si no comparte la opinión general ?

- Sí
- No

¿ Tiende a menudo a cambiar de posición respecto a un tema para no ser excluido socialmente ?

- Sí
- No

¿ Cree que los individuos piensan de una manera y luego actúan de otra distinta ?

- Sí
- No

¿ Cree que los individuos adaptan su comportamiento a las actitudes predominantes sobre lo que es aceptable y lo que no ?

¿ Cree que la televisión condiciona la opinión pública ?

- Sí
- No

¿ Qué grado de influencia cree que tiene la televisión en la opinión pública ?

1 2 3 4 5

¿ Qué canales ve habitualmente ?

¿ Con que regularidad ve el Canal Telecinco ?

1 2 3 4 5

¿Cuál es su programa favorito de Telecinco ? Explique porqué

¿ Qué opinión tiene acerca de esta cadena de televisión ?

En una escala del 1 al 5 como valoraría esta cadena

1 2 3 4 5

¿ Ha evitado alguna vez mencionar haber visionado algún programa de esta cadena ?

- Sí
- No

¿ Le ha condicionado la opinión de los demás para que decidirse a ver o no un programa de esta cadena ?

- Sí
- No

¿ Qué opina de los programas “Sálvame”, “Mujeres, Hombres y Viceversa” y “Gran Hermano”?

¿ Qué puntuación global le daría a los programas anteriormente mencionados ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¿ Qué puntuación le daría al programa ``Sálvame`` ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¿ Qué puntuación le daría al programa ``Mujeres, Hombres y Viceversa`` ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¿ Qué puntuación le daría al programa ``Gran Hermano`` ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¿ Conoce el término espiral del silencio ?

Añada si lo desea algún otro comentario que quieras expresar