



## ESTUDIO DE CASO INFLUENCIA DE LOS REALITY SHOWS EN LOS ADOLESCENTES DE ZONAS AGRÍCOLAS DEL ECUADOR

Msc. Katuska María Vallejo Flores  
Geanella Lilibeth Lara Morán  
Universidad De Guayaquil - Ecuador  
[katuska.vallejof@ug.edu.ec](mailto:katuska.vallejof@ug.edu.ec)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Katuska María Vallejo Flores y Geanella Lilibeth Lara Morán (2017): "Estudio de caso. Influencia de los Reality Shows en los adolescentes de zonas agrícolas del Ecuador", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (julio 2017). En línea:  
<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/07/influencia-reality-shows.html>

### RESUMEN

En la actualidad existen diversas formas de entretenimiento, en los últimos años ha variado, pero la distracción que nunca dejó de ejercer popularidad es la televisión, medio que desde su creación no ha dejado de ser un aparato esencial en el hogar. Es así como en la televisión se evidencia una creciente influencia en las nuevas generaciones, como formador educativo, cultural y de entretenimiento, determinando ideas, hábitos y costumbres las cuales se ponen en práctica diariamente, a tal punto de moldear gustos y lograr tendencia en el telespectador, por esta razón el presente artículo se denomina "Influencia de los Reality Shows en los adolescentes en zonas agrícolas del Ecuador". La metodología empleada es de tipo descriptiva, basada en la técnica de la encuesta que se aplicó a los estudiantes del Colegio Fiscal "Lautaro Aspiazú de la Provincia de Los Ríos - Ecuador, siendo el colegio más grande de la provincia de Los Ríos – Ecuador. Se pudo constatar que los Reality Shows son un polémico género televisivo los cuales constituyen una fuente de influencia en comportamientos, actitudes y personalidades, especialmente de los adolescentes quienes son el público más cautivo. Los programas presentan una mezcla de la ficción con la

\* VALLEJO FLORES KATUSKA MARÍA, MAGISTER EN COMUNICACIÓN Y DESARROLLO, MAGISTER EN DOCENCIA Y GERENCIA EN EDUCACIÓN SUPERIOR, MÁSTER COACH EN NEUROLINGÜÍSTIC PROGRAMING, DOCENTE TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

\*\* LARA MORÁN GEANELLA LILIBETH

EGRESADA DE CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2016

realidad, muestran relaciones amorosas, e incluye la práctica de distintos concursos de destrezas, belleza, fuerza, juegos, y bailes, además de ser interactivos con la audiencia teniendo respuesta inmediata, para así lograr más rating y continuar en el mercado televisivo; para ello la investigación y análisis se centra para comprobar la influencia de los programas como Calle 7, Combate y Baila la Noche (BLN). También hemos llevado a cabo una ardua revisión bibliográfica en la fundamentación teórica científica. En los resultados más relevantes se pudo detectar que el 45% de adolescentes prefieren ver los reality shows en vez de otros programas de televisión, dentro de los aspectos más llamativos para verlos un 54% de adolescentes, manifestó que querían ser como ellos o imitarlos tanto por su aspecto físico como por su comportamiento, algo que es alarmante. También el 65% considera que los Reality Shows ejercen cierto grado de influencia en el comportamiento de los adolescentes. En conclusión se determinó los Reality Shows alteran y transgreden los valores humanos sembrados en la niñez creando fanatismo en adolescentes de zonas rurales de la Provincia de Los Ríos, pues al ver consecutivamente estos programas prefieren adoptar otras costumbres y léxico ya que las consideran normales en ser imitadas y porque son reflejadas en el entorno que los rodea.

**PALABRAS CLAVES:** REALITY SHOWS – TELEVISIÓN – COMPORTAMIENTOS – IMAGEN PERSONAL – ADOLESCENTES – ECONOMÍA - AGRÍCOLAS

## **CASE STUDY INFLUENCE OF REALITY SHOWS IN ADOLESCENTS OF AGRICULTURAL ZONES OF ECUADOR.**

Nowadays there are various forms of entertainment, in recent years has varied, but the distraction that never ceased to be popular is television, a means that since its inception has been an essential device in the home. This is how television shows a growing influence in the new generations, as an educator, cultural and entertainment educator, determining ideas, habits and customs that are put into practice daily, to the point of molding tastes and achieving trend in the viewer, for this reason the present article is denominated "Influence of Reality Shows in the adolescents in agricultural zones of Ecuador". The methodology used is descriptive, based on the technique of the survey that was applied to students of the "Lautaro Aspiazú, High School of the Province of Los Ríos - Ecuador, being the largest school in the province of Los Ríos - Ecuador . It was possible to verify that the Reality Shows are a controversial television genre that constitute a source of influence in behaviors, attitudes and personalities, especially of the adolescents who are the most captive public. The programs present a mix of fiction and reality, show love relationships, and include the practice of different skills, beauty, strength, games, and dance competitions, as well as being interactive with the audience having an immediate response, in order to achieve more Rating and continue in the television market; For this research and analysis is focused to check the influence of programs such as Street 7, Combat and Dance the Night (BLN). We have also carried out an arduous bibliographical revision in the scientific theoretical foundation. In the most relevant

results it was possible to detect that 45% of adolescents prefer to watch reality shows instead of other television programs, in the most striking aspects to see them 54% of adolescents, said that they wanted to be like them or imitate them so much By his physical appearance as by his behavior, something that is alarming. Also 65% believe that Reality Shows exert a certain degree of influence on the behavior of adolescents. In conclusion was determined Reality Shows alter and transgress the human values sown in childhood creating fanaticism in adolescents of rural areas of the Province of Los Ríos, because to see these programs consecutively prefer to adopt other customs and lexicon since they consider normal in being limited and because they are reflected in the surrounding environment.

**KEYWORDS:** REALITY SHOWS - TELEVISION - BEHAVIORS - PERSONAL IMAGE – TEENAGERS – ECONOMY AGRICULTURAL.

## INTRODUCCIÓN

La televisión es uno de los medio de mayor alcance y más influyentes, donde se crean diversos espacios vinculados con “la fama” y dentro de estos se encuentran los Reality Shows, programas de gran auge en los últimos tiempos por cual requieren ser investigados debido a problemas acarreados en la sociedad en general.

En los últimos años, la televisión ecuatoriana ha insertado dentro de su parrilla de programación, colmando el horario estelar con emisiones televisivas de concursos tipos Reality Shows, y gracias a la alta rentabilidad conquistan a grandes y diversas audiencias.

Los Reality shows es una de las más grandes fábricas de los famosos teniendo tendencia mundial y están presente desde el siglo XX. En estos programas se crea un espectáculo de la vida de un grupo de personas a partir de la cotidianeidad y realidad de los mismos, por eso es traducida a la “tele realidad “.

Los protagonistas de los programas actúan de una forma normal sin regirse a un guion, improvisan mostrándose tal y como son, por ello no existe ninguna restricción por el medio de comunicación. Por lo general en este tipo de programas presentan situaciones dramáticas e intimidantes, es común escuchar chismes, peleas; además amoríos, competencias, concursos bailes, en fin una mezcla de géneros televisivos.

Es así, que la audiencia se convierte en fanática y seguidora del programa y sus participantes, porque muchos se sienten identificados con un participante en especial viéndolo como un modelo a seguir y lo idolatran. Sin lugar a dudas, se mantiene por la constante audiencia mantenida diariamente.

Esta investigación surge del interés de analizar profundamente la influencia de los Realities Shows en los adolescentes, por lo tanto el trabajo se desarrolla de la siguiente manera.

## **OBJETIVOS**

- Analizar la influencia de los Realitys shows en los adolescentes de la Provincia de Los Ríos.
- Investigar las principales influencias de los Reality Shows en los adolescentes.
- Diagnosticar el riesgo que conlleva en los adolescentes ver programas sin ningún beneficio personal.

## **METODOLOGÍA**

La metodología aplicada para la presente investigación es de índole descriptiva ya que hemos logrado detectar las realidades y los hechos del problema en la zona rural seleccionada para la investigación. Esta investigación es cuali - cuantitativa porque el manejo de información se realiza a través de encuestas que permiten la recolección de datos a través de encuestas y también entrevistas personales dirigidas a las autoridades, padres de familia, Orientador Vocacional y Director de Bienestar Estudiantil del plantel.

Para la realización del presente estudio fue necesario la participación de los adolescentes de 15 a 17 años del Colegio Fiscal Lautaro Aspiazu, en el cantón Palenque correspondientes al Quinto y Sexto de Bachillerato, se efectuaron 186 encuestas.

Las condiciones del plantel educativo Colegio Fiscal Lautaro Aspiazu , en el cantón Palenque, ubicado en la zona agrícola de la Provincia de Los Ríos, por encontrarse en una zona urbana marginal lo la mayoría de adolescentes se convierten en fanáticos y seguidores de los realitys shows y sus participantes, porque muchos se sienten identificados con un participante en especial viéndolo como un modelo a seguir y lo idolatran causando problemas en su comportamiento.

## **DESARROLLO**

Sin lugar a dudas la adolescencia es una de las fases de la vida más hermosa y quizás la más compleja, es una época donde los adolescentes, asumen nuevas responsabilidades y experimentan muchos cambios físicos, biológicos, sociales, etc. Los adolescentes se encuentran en una etapa de búsqueda de su propia identidad, por lo tanto se convierten en pequeñas esponjas haciéndoles proclives a imitar comportamientos a veces nefastos para su desarrollo.

Según la (UNICEF, 2002), cuando los adolescentes reciben el apoyo y el aliento de los adultos, se desarrollan de forma increíble, convirtiéndose en miembros plenos de sus familias y también dispuestos a contribuir, llenos de energía, curiosidad y de un espíritu que no se extingue fácilmente, los jóvenes tienen en sus manos la capacidad de cambiar los modelos de conducta sociales negativos y romper con el ciclo de la violencia y la discriminación que se transmite de generación en generación. Con su

creatividad, energía y entusiasmo, los jóvenes pueden cambiar el mundo de forma impresionante, logrando que sea un lugar mejor, no sólo para ellos mismos sino también para todos.

## **1. Definición de adolescencia**

(Nicolson D, 2002), afirma que la adolescencia es una etapa de transformación entre la infancia y la edad adulta, también es un ciclo de desarrollo social, emocional, biológico y cognitivo que al no tratarse satisfactoriamente puede acarrear problemas de comportamiento en la vida adulta.

Además, el autor explica que es un período donde los adolescentes se preocupan por más por su atractivo físico e imagen corporal, tomando a veces modelos o ideales a seguir de los medios de comunicación.

### **1.1 Medios televisivos en los adolescentes**

El medio televisivo es un componente del entorno, aunque el individuo no participe directamente, posee una influencia en su desarrollo personal. Por otra parte, la televisión se ha convertido en una verdadera institución de enseñanza que bien utilizada puede servir como medio de difusión que promueva programas que intervengan de manera positiva en el desarrollo y educación de los adolescentes

Ahora bien, se han preguntado: ¿cómo utilizan los jóvenes los medios televisivos y cómo pueden éstos contribuir en la formación de valores?, por su parte (Arnett J.J, 1995), explica sobre la base de la investigación empírica existente y enumera los usos que los adolescentes realizan de los medios:

- a) Entretenimiento;
- b) Formación de la identidad (de género, sexual, vocacional);
- c) Escapismo (ante preocupaciones o stress);
- e) Compartir e identificarse con la cultura adolescente (intereses, preocupaciones y valores). En este sentido y en un mundo tan globalizado, los adolescentes de diferentes países pueden verse identificados a través de ciertos modelos, ídolos, estilos de comportamiento, etc.

Entonces el consumo de la televisión puede facilitar al adolescente la sensación de compartir las mismas preocupaciones, intereses y valores, por ende es fácil estar identificado con algunos participantes, que son para ellos modelos e ídolos, y optan estilos de comportamiento conforme a los personajes de la televisión, realmente es un problema serio y al no ser tratado de manera crítica puede tener influencia negativa en los adolescentes.

### **1.2 La adolescencia y el consumo de televisión ficticia**

En la etapa de la adolescencia se construye la identidad, y los medios constituyen una fuente simbólica. La televisión trata aspectos que afectan el desarrollo de valores, estereotipos, prejuicios etc. (Medrano,C. & Aierbe, A., 2008).

Los medios de comunicación constituyen una rica fuente de recursos simbólicos con los que los adolescentes interactúan en la elaboración de la propia identidad, la jóvenes está continuamente comparando y contrastando el mundo de la televisión con su propio mundo social de acuerdo a un rango de criterios con el que ellos evalúan la realidad de las representaciones en la televisión.

## **2. Los Reality Shows y el comportamiento de los adolescentes**

Por lo general, a los adolescentes en su mayoría son quienes más les optan por ver los Reality Shows, pues es una forma de entretenimiento, de ocio y pasatiempo. Al ser los principales seguidores de estos programas se convierten en fans de ciertos participantes y en ocasiones son parte del “club de fans” manejando e interactuando por las distintas redes sociales.

Es en la adolescencia donde el ser humano empieza a generar cambios en su aspecto físico, de igual modo en lo racional, comienza a tener una forma de pensar completamente distinta, en donde inicia su sentido de ver la curiosidad de las cosas, es por eso que son muy propensos a ser influenciados de una manera directa o indirectamente por lo transmitido en la televisión.

*“Se han elaborado muchos de los estudios realizados en donde abundan en la función de que la televisión tiene como espejo para los y las jóvenes, público que presentan como especialmente sensible. Parten, por tanto, de un gran papel de influencia del medio, como han hecho en numerosas ocasiones los estudios anglosajones sobre los efectos”.* (Díaz A.J., 2012)

En la actualidad son evidentes los cambios producidos respecto a la publicitación de la vida privada y se produce un fenómeno mediático precisamente relacionado de muy diversas maneras con la exposición pública de la vida privada como forma de espectáculo televisivo. Así, son varios los productos de las programaciones que pueden incluirse en este grupo a los Reality Shows.

Los Reality Shows han llegado como una nueva propuesta televisiva que por cierto si es bien manejada da muchísimo dinero, “es más, si yo tuviera un canal de televisión programaría un Reality Show, porque da mucha plata... si es bien manejada...” (Rincón Omar, 2004)

Durante estos últimos años la televisión local ha sufrido un cambio en todo lo que es programación, con la aparición de este nuevo formato las cadenas televisivas han sabido aprovechar el éxito que tienen los Reality es por ello que esta es la nueva industria para los productores de los diferentes canales para obtener mayor ingreso financiero económico.

En la actualidad estos programas están ganando presencia en relación con otros de diferente tipo tanto así que han llegado a bajar el rating a otros programas que tienen costos elevados, esto es debido al formato que se manejan tanto así que logran atraer al televidente, en la disposición que permite que las personas se puedan convertir en jueces de la vida ajena.

Los Reality Shows están de moda no solamente en la programación de canales de televisión de muy diversos países, sino que también hoy son parte de reflexiones en el mundo académico (Castellanos A.M, 2004).

Por lo general este tipo de programas puede seguirse a través de la televisión común y corriente en horarios consignados por las televisoras, igualmente consultarse vía internet. Este tipo de programas se han transmitido en varios países como Alemania, Dinamarca, Venezuela, Colombia y Rusia. Estados Unidos, Holanda, Suecia, Austria, España, México, Argentina, Uruguay, Portugal, Brasil, Chile y Ecuador.

## **2.1. Ventajas y desventajas de los Reality Shows**

### **2.1.1. VENTAJAS**

**Lograr un sueño.-** Este tipo de programas ofrece a los competidores la oportunidad de cumplir los sueños y ganar grandes cantidades de dinero. Los espectadores al observar pueden pensar que ellos también pueden lograr lo mismo y aplicar a una postulación cuando haya casting.

**Fama inmediata.-** Los reality Shows facilitan una exposición donde las personas (participantes) no podrían conseguir en ningún otro lado, dándoles a estas personas el potencial de convertirse en muy populares y famosas y brindarles oportunidades en otras casas televisivas ya sea locales o fuera del país.

### **2.1.2. DESVENTAJAS**

**Perdida de la privacidad.-** Al firmar un contrato los participantes con los productores dan la liberación personal de vida y el derecho de grabar durante cada aspecto sucedido en el programa. Al ser personas públicas cualquier situación es expuesta ante el telespectador y están sujetos a críticas

**Efectos peligrosos a la reputación.-** Los participantes al entregar sus derechos de privacidad, no consideran los efectos que tendrán a largo plazo en el caso de involucrarse en comportamientos cuestionables pueden ser mal vistos ante el público y generar comentarios.

## **3. Medios de comunicación**

Los medios de comunicación masiva son aquellos se envían mensajes elaborados por un emisor y recibidos por un receptor, al ser masivo está direccionado a grandes grupos de personas, teniendo así

una gran audiencia; el mundo los conoce y son la radio, el periódico, la televisión, la publicidad, y últimamente el internet.

### **3.1. La televisión**

La televisión es un sistema de comunicación y transmisión basado en el envío y recepción de imágenes, este medio ha alcanzado gran difusión siendo usado por una significativa cantidad de personas para satisfacer sus necesidades de entretenimiento e información.

La televisión es una forma de comprensión con muchas pantallas, en las que cabe todo”, conforme a esto el autor sostiene que en la televisión hay diversos canales de televisión en los cuales hay contenidos de variedades de programación, por tal motivo cabe todo y no hay ningún tipo de prohibición para el telespectador (Cuhna Da Lima Jorge, 2012).

Hoy la televisión es uno de los medios de comunicación más importantes y tiene una influencia enorme en los jóvenes y adultos. Para muchas personas es la principal fuente de las noticias, conocimientos y entretenimiento, forma las opiniones, actitudes y sistemas de valores. La televisión tiene tres funciones principales: informar, entretener y educar (Enriquez Mauricio, 2012)

El autor señala que en los medios existen diferentes tipos para distintas finalidades; por ejemplo, dentro de la televisión hay programas educativos, culturales, de noticias e información, así como también de entretenimiento direccionados a varios públicos logrando adquirir finalidades.

### **3.2. Importancia de la televisión**

En los últimos tiempos la televisión se ha transformado en una herramienta eficaz que se ha ubicado con gran fuerza en la vida de las personas en general, por el hecho de permitir que los telespectadores puedan aprovecharla en múltiples niveles independientemente de sus necesidades, recursos, formaciones, y expectativas.

La televisión es más accesible a diferencia de otros medios, no sólo por situaciones económicas sino también culturales, ya que en muchos casos para acceder a un comprar un periódico es necesario saber leer, sin embargo la televisión permanece como un medio abierto que permite conocer noticias, entretiene y así mismo utiliza un lenguaje descifrable para miles de personas.

### **3.3. Características principales de la televisión**

Estas son las siguientes:



- La televisión es un medio de comunicación de gran importancia que llega a todos los hogares de del país y del mundo como también a diferentes clases sociales; por el cual tiene gran influencia en el comportamiento de los individuos y más en los niños y adolescentes.
- Los programas que se brindan en las diferentes cadenas de televisión los componen los productores y no los telespectadores. Estos tratan de ofrecer emisión televisiva en conformidad con los deseos y costumbres de la vida cotidiana del público aun cuando a veces resulte imposible satisfacer todos los gustos.
- Generalmente los programas de televisión son observados con la familia.

#### **4. Reality Shows**

A este grupo pertenecen los programas que proponen una competición entre personas, ofreciendo una supuesta realidad absoluta de los participantes sometidos a diversas pruebas. Aquí se encuadran los programas. Como: Calle 7, Combate y Baila la Noche (BLN), donde se encarga de documentar situaciones sin guion y con ocurrencias reales y actuales, en las cuales interactúa un elenco que hasta entonces es desconocido. Este género usualmente resalta lo dramático y conflictivo de la vida de los personajes, cuentan con uno o dos presentadores que informa de las novedades acontecidas entre los participantes en tiempo real.

Este nuevo género de programas de televisión sólo refleja el vacío de nuestra sociedad, la necesidad de imitar a alguien para ser reconocidos". Es decir, se consideran programas vacíos por la ausencia de contenidos sin ninguna aportación de interés educativo y cultural. (Ramírez Claudia Patricia , 2009)

##### **4.1. Características de los Reality Shows**

- Dentro del reparto del programa se puede encontrar a gente común y corriente, es decir, ninguno es actor.
- Brindan un espacio en el que los participantes pueden desahogar sus inquietudes delante de las cámaras y pueden emitir una opinión frente a hechos transmitidos.
- La transmisión en televisión abierta no es en tiempo real, ya que todo está editado y estructurado para cumplir los requerimientos que exige la televisión comercial.

## **RESULTADOS**

En el presente trabajo la muestra corresponde a un total de 186, estudiantes del Colegio Fiscal "Lautaro Aspiazú Cedeño" que es un establecimiento de educación secundario público ubicado en una zona urbana agrícola del cantón Palenque en la Provincia de Los Ríos.

En las preguntas más destacadas para llevar a cabo esta investigación se puede conocer que los adolescentes indican que los programas televisivos que captan mayormente su interés son en un 45% los realitys shows de competencias, seguido de un 24% por los programas de farándula. Al preguntarles sobre ¿cuál es el reality show de competencia de su preferencia?, se puede apreciar que el 51% de los adolescentes observa Combate, en cambio el 26% opta por Calle 7, el 17% por el programa Baila la Noche y a diferencia de un 6% con la alternativa que ninguno observa los Reality Shows mencionados en la pregunta.

Al investigar el punto de vista ¿Cómo considera a los Reality Shows mencionados anteriormente? En conformidad a los porcentajes un 47% sostiene que son Interesantes los Reality Shows, por consiguiente el 26% los considera Entretenidos, por otro lado un 14% afirma que son Educativos, mientras un 5% desde su perspectiva los ve como Violentos, ante un 8% como Aburridos.

En otra consulta el 54% de los adolescentes se sienten de Acuerdo y totalmente de acuerdo identificados con algún determinado participante de los Reality Shows, sin embargo un 29% Medianamente de acuerdo, el 10% están Totalmente desacuerdo y por último un 7% en Desacuerdo con tener afinidad hacia un participante.

Un 47% considera que reality shows ejercen cierto grado de influencia en el comportamiento de los adolescentes está totalmente de acuerdo en creer que los reality shows influyen en comportamiento de los adolescentes, a diferencia del 27% acuerdo y totalmente de acuerdo, un 17% está en desacuerdo, mientras el 9 % en total desacuerdo.

## **CONCLUSIONES**

Mediante la investigación realizada se pudo identificar los programas que tienen por preferencia ver los adolescentes de 15 a 17 años de Colegio Lautaro Aspiazu Sedeño del cantón Palenque zona agrícola de la Provincia de Los Ríos, y la influencia que tuvieron al ver estas programaciones como imitar y querer ser como un determinado personaje del medio público, usar frases o palabras, tener actitudes y comportamientos similares a los vistos.

Se comprobó que los programas de televisión de tipo reality shows por competencia que más sintonizan los adolescentes son: Calle 7, Combate y BLN, los tres gozan con un alto nivel de aceptación por su carácter de entretenimiento y es consumido con regularidad por los adolescentes en sus tiempos libres.

De acuerdo a la revisión bibliográfica por los autores citados se llega a la conclusión, que el adolescente en ocasiones busca un referente para tener su propia identidad, debido a la edad en que se encuentran

imperla la curiosidad por vivir nuevas experiencias distintas a la vividas en el hogar, es la televisión el medio que satisface sus necesidades, y les muestra sin ninguna restricción

Se ratifica que los Reality Shows alteran y transgreden los valores humanos sembrados en la niñez, pues al ver consecutivamente estos programas prefieren adoptar otras costumbres y léxico ya que las consideran normales porque son reflejadas en el entorno que los rodea.

Por consiguiente, se considera haber cumplido todos los objetivos planteados en el trabajo de titulación. A la vez el proyecto fue factible y de esta se logró buscar una solución para reducir el índice de audiencia de estos programas que carecen de calidad, y sin embargo causan efectos negativos en los adolescentes y la sociedad en general.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arnett J.J. (1995). Usos televisios de los adolescentes y su relacion con los valores .

Castellanos A.M. (2004). El nuevo hogar público.

Cuhna Da Lima Jorge. (2012). Importancia de los programas educativos en la televisión . *Ministerio de Educación*.

Díaz A.J. (2012). Audencia juvenil y los líderes de la telerrealidad. Murcia.

drogas, I. m. (4 de agosto de 2016). Obtenido de (idpc.net/es/publications/2016/06/informe-mundial-sobre-las-drogas)

Ecuador, C. d. (s.f.). Obtenido de

[http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley\\_organica\\_comunicacion.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf)

Enriquez Mauricio. (9 de Julio de 2012). El libre pensador.

Medrano,C. & Aierbe, A. (2008). Usos televisivos de los adolescentes y su influencia con los valores.

Miralles Castellanos, A. M. (2004). El nuevo hogar público. *Investigación & Desarrollo*, 12(1).

Nicolson D. (2002). Problemas de la adolescencia. *Guía práctica para el profesorado y la familia* .

Ramírez Clauda Patricia . (2009). *Revista virtual Mercatura* .

Rincón Omar. (2004). *Entrevista por la Universidad Andina Simón Bolívar*.

Serrano, M. (2000). *Factores Sociales y Economicos*. España: EDAF S.L.

UNICEF. (2002). *Adolescencia una etapa fundamental*.