



Lea el siguiente texto detenidamente y luego responda a la **Pregunta 1** en el cuadernillo de preguntas.

## La telerrealidad

### El fenómeno de los *reality shows*

La teleaudiencia, en muchos países, podría dividirse en dos categorías: los que ven *reality shows* y aquellos que no los ven. Existe una tercera categoría que, por su carácter casi clandestino, es poco conocida: la de los que dicen no verlos pero secretamente lo hacen. Es difícil identificarlos porque se niegan a admitirlo.

Hace unos años todos los días aparecía un nuevo programa con un tema diferente. La imaginación de sus productores parecía no tener fin; lo mismo creaban uno sobre el embarazo juvenil que otro sobre el dopaje en el deporte. La lista era interminable: el trabajo policíaco, el sistema judicial, el drama de la adicción a las drogas y el mundo de los tatuajes, entre otros.

### *Reality* no necesariamente significa realidad

Los *reality shows* siguen un formato y unas reglas, es decir, construyen una realidad que no existe. Además si una cámara te está siguiendo todo el tiempo y sabes que miles de personas te están viendo, la situación no es auténtica. Hay varios factores que apuntan a que el simple hecho de saber que alguien te mira influye directamente en tu comportamiento y al final terminas actuando. Un *reality show* presenta realidades fabricadas y muestra lo que quiere mostrar o lo que más va a impactar.

La búsqueda de ese impacto hace que el contenido de estos programas sea preocupante. Hay algunos que se producen con calidad y son aptos para la televisión comercial, pero otros muestran un lenguaje vulgar y comportamientos inmorales y lo único que hacen es contribuir a la degeneración de la sociedad.

### Razones por las que estos programas son tan populares

Los sociólogos no han podido ponerse de acuerdo sobre las razones de la popularidad de estos programas. Para muchos de ellos, la "curiosidad humana" (querer saber cómo viven los ricos y famosos; o cómo viven las familias marginales) es uno de los factores que atrae a los televidentes.

Es cierto que muchos *reality shows* desaparecen pero otros siguen batiendo récords de audiencia. Ni siquiera los debates presidenciales alcanzan esos niveles. Para muchos, los problemas de gente conocida (famosos solo por ser famosos) son más importantes que los que agobian a la nación.

Una de las causas de su proliferación, según algunos analistas, es de carácter económico: los *reality shows* cuestan menos que las telecomedias o telenovelas. Resulta más barato (aunque quizás más peligroso) producir un *show* en el que se siga la vida diaria de cuatro mujeres casadas con mafiosos encarcelados, que una serie televisiva, en la que sus actores ganan más de un millón de dólares por episodio.

Un análisis publicado recientemente en una revista de psicología explica que, bien sea por vivir otras realidades o por satisfacer nuestra curiosidad, los *reality shows* son pura droga. De hecho, la mayoría de estudios que se citan en la publicación explican que la telerrealidad se creó en parte para saciar esa sed de fisgoneo y que, a su vez, su consumo dice mucho del carácter de las personas. Además, los protagonistas de estos programas suelen ser personas diferentes con características que los hacen especialmente entretenidos y, por supuesto, provocan situaciones un tanto surrealistas.

Otras teorías sobre su popularidad defienden que vemos estos programas para buscar emociones. Esto no quiere decir necesariamente que nuestra vida sea aburrida. Quizás estamos pasando por una etapa en la que no sentimos que nos ocurran grandes cosas y necesitamos experimentar ese drama a través de la piel de los demás sin riesgo a fracasar o a hacer el ridículo.

Sin embargo, su consumo también puede tener un impacto negativo. Si vemos estos programas desde un estado emocional un poco inestable, el hecho de observar a gente atravesando experiencias súper emocionantes puede disparar nuestra ansiedad.

Cualquiera que sea la causa, lo cierto es que los *reality shows* se niegan a desaparecer a pesar de los cambios provocados en las tendencias televisivas con la aparición de plataformas de entretenimiento.

**BLANK PAGE**

---

Permission to reproduce items where third-party owned material protected by copyright is included has been sought and cleared where possible. Every reasonable effort has been made by the publisher (UCLES) to trace copyright holders, but if any items requiring clearance have unwittingly been included, the publisher will be pleased to make amends at the earliest possible opportunity.

To avoid the issue of disclosure of answer-related information to candidates, all copyright acknowledgements are reproduced online in the Cambridge Assessment International Education Copyright Acknowledgements Booklet. This is produced for each series of examinations and is freely available to download at [www.cambridgeinternational.org](http://www.cambridgeinternational.org) after the live examination series.

Cambridge Assessment International Education is part of the Cambridge Assessment Group. Cambridge Assessment is the brand name of the University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which itself is a department of the University of Cambridge.