



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA
EN COMUNICACIÓN SOCIAL

PROBLEMA:

“ANÁLISIS DEL PERIODISMO
SENSACIONALISTA EN LAS NOTICIAS DE
FARÁNDULA DESDE LA VISIÓN DE LOS
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN, PROGRAMA ONLINE
AGÁRRATE.”

AUTORA:

COELLO PINCAY ELVIRA MAGOLY

TUTOR:

MSC. MAYRA DUARTE MENDOZA MSC.DA

QUEVEDO - ECUADOR

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Al concluir una etapa maravillosa de mi vida quiero extender un profundo agradecimiento a la Universidad Técnica Babahoyo, extensión Quevedo.

Eres mi Alma Mater, te agradezco por haberme aceptado ser parte de ella y abierto sus puertas para poder estudiar mi carrera en Comunicación Social, es un orgullo formar parte de esta máxima casa de estudios.

Agradezco mucho a los diferentes docentes que pasaron cada semestre por las aulas quienes brindaron sus conocimientos, experiencias y su apoyo para seguir adelante día a día y surgir en mi vida profesional.

Agradezco también a mi asesor de tesina a la Msc. Mayra Duarte por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, así como también guiarme durante el desarrollo de la tesina.

Y finalmente agradezco a todos mis compañeros de clases durante todos estos años ya que, gracias al compañerismo, amistad y a poyo moral han aportado para seguir adelante en la carrera profesional.

Gracias infinitas a todos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



DEDICATORIA

Mi trabajo se lo dedico con todo mi amor y cariño.

A ti Dios ya que gracias a ti he logrado concluir mi carrera, me distes las fuerzas necesarias para no rendirme, por cuidar cada uno de mis pasos y por tu amor infinito que me has brindado.

También dedico a mis 4 hijas; Maholy, Melissa, Meylin y Melanie, quienes han sido mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día, nunca rendirme en todos estos años de estudios, por los momentos difíciles que hemos pasado, pero siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo, su amor y su comprensión para poder llegar a ser un ejemplo para ellas y para que la vida nos depare un futuro mejor.

Así también dedicarle a esa persona que me motivo a seguir estudiando, Fabricio Caseres, aunque no estés físicamente con nosotras, sé que desde el cielo siempre me cuida y me guía para que todo salga bien.

A mi hermana Jusleidy que con sus consejos y apoyo para que no me rinda para realizarme profesionalmente.

Finalmente les dedico este trabajo a mi familia, amigos, compañeros y demás personas que de una u otra manera han contribuido con un granito de arena para el logro de mi objetivo, de ser una licenciada en Comunicación Social.

RESUMEN

La investigación tiene como finalidad conocer el punto de vista de los estudiantes de la carrera de Comunicación, sobre el periodismo sensacionalista, que se lleva a cabo en el programa digital Agárrate.

A demás de conocer y distinguir el uso correcto de los contenidos que se ofrecen en el programa Agárrate, junto con la responsabilidad social que coadyuva a tener una mejor sociedad crítica de sus principios y valores.

Se encuentra dirigido, principalmente a los estudiantes y comunidad en general de la Universidad Técnica de Babahoyo, y todas personas que aportar con ideas a la investigación especialmente los estudiantes de semestre avanzados.

La investigación tuvo como sustento, textos y documentos científicos vinculados al tema para argumentar las fundamentaciones teóricas, metodologías aplicadas y las respectivas técnicas de investigación implementadas, la muestra aplicó un tipo de probabilística de estudiantes, permitiendo arrojar resultados por medio de encuestas a justificación apropiada y necesaria para la elaboración de un plan para informar noticias de farándula, desde el punto académico, ético y de responsabilidad social

Palabras claves: Periodismo sencionalista – noticias digital – programa de farándula

INDICE

| | |
|---|--------------------------------------|
| CARATULA..... | i |
| AGRADECIMIENTO..... | ii |
| DEDICATORIA | iii |
| AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL | ¡Error! Marcador no definido. |
| CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| RESUMEN | iv |
| RESULTADO DEL DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO | ¡Error! Marcador no definido. |
| INDICE..... | v |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| CAPITULO I..... | 2 |
| 1.1 MARCO METODOLÓGICO | 2 |
| 1.1.1 Definición del tema caso de estudio..... | 2 |
| 1.1.2. Planteamiento del problema | 2 |
| 1.1.3. Delimitación del problema..... | 3 |
| 1.1.4. Formulación del planteamiento..... | 3 |

| | |
|--|----|
| 1.2. Justificación | 3 |
| 1.3. Objetivo | 4 |
| 1.3.1. General | 4 |
| 1.4. Marco Teórico | 4 |
| 1.4.1. Marco Conceptual | 4 |
| 1.4.1.1. Periodismo | 4 |
| 1.4.1.2. Noticias | 5 |
| 1.4.2. Ética y valores del periodismo | 5 |
| 1.4.5. Público objetivo | 6 |
| 1.4.6. Programas Online | 6 |
| 1.5. Hipótesis | 7 |
| 1.6. Metodología de la investigación | 7 |
| 1.6.1. Métodos de investigación | 7 |
| 1.7. Técnicas de investigación | 8 |
| CAPÍTULO II | 9 |
| 2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN | 9 |
| 2.1. Desarrollo del caso | 9 |
| 2.2. Situaciones detectadas | 9 |
| 2.3. Soluciones planteadas | 10 |
| 2.4. Conclusiones | 11 |
| 2.5. Recomendaciones | 12 |
| BIBLIOGRAFÍA | 13 |

| | |
|--|----|
| ANEXO | 14 |
| Resultados de la encuesta | 15 |

INTRODUCCIÓN

Debido a la pandemia mundial registrada a inicios del año 2020, lo que causó el confinamiento en todo el mundo, los directivos de los diferentes medios de comunicación, vieron una oportunidad para ofertar programas On line (en línea), de diferentes tipos para tener ganar seguidores y generar ganancias porque las personas pasaron mucho tiempo en casa, y la tecnología es parte de casi todos los hogares; basándose el presente estudio en un programa sensacionalista.

Últimamente los programas sensacionalistas vienen teniendo una importante inclusión en la sociedad ecuatoriana, específicamente en relación a las noticias de farándula nacional. Esta forma particular de realizar comunicación, se mantiene dentro de los programas llamativos para los espectadores, debido al objetivo que mantienen, polemizar la vida personal o laboral de las figuras públicas conocidas en el país, para aumentar su público sin importar nada, confundiendo con amarillismo.

La investigación analizará las noticias de farándula desde la visión de los estudiantes de la carrera de comunicación, específicamente al programa online “Agárrate”, que tiene como objetivo indagar sobre las polémicas que envuelven a los personajes del ámbito del entretenimiento local y nacional, bajo la premisa de dar cabida a todos los involucrados en un tema.

Este trabajo de titulación, comprende: en el primer capítulo, planteamiento del problema, justificación, objetivos, marco metodológico e hipótesis; el segundo, recrea los resultados esperados, posibles soluciones planteadas, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

1.1 MARCO METODOLÓGICO

1.1.1 Definición del tema caso de estudio

Análisis del periodismo sensacionalista en las noticias de farándula desde la visión de los estudiantes de la carrera de Comunicación, programa online Agárrate.

1.1.2. Planteamiento del problema

Con la llegada de las tecnologías de información y comunicación, además de la revolución digital, aumentó el interés de la información sobre programas de entretenimiento digitales que cada día son atraídos no solo por el usuario joven sino también por usuarios adultos, creando contenidos polémicos que causan furor en su audiencia.

El periodismo sensacionalista, están catalogados por tener una información dudosa, falsa o dañina, además de repetitiva. Sin embargo, hablar de farándula ocasiona una ventaja adicional en el periodismo porque eso logra llamar la atención de quienes lo siguen, en caso de los digitales o quienes leen en caso de los medios escritos.

El programa de farándula Agárrate, transmitido en las tardes, donde realizan noticias de la vida de las personas famosas del entorno que se desarrolla el programa, utilizan un léxico ambiguo para confundir al público, además que los comentarios que hacen los presentadores tienen picardías, exageración y comparten imágenes que incitan al morbo para que quienes los siguen y quieran saber más del tema.

La investigación analizará desde la visión de los estudiantes de la carrera de Comunicación, el rol fundamental que juega el sensacionalismo, mal llamado

amarillista según varios autores especializados en el tema, especialmente en el programa online Agárrate.

1.1.3. Delimitación del problema

El programa Agárrate, es un programa de farándula que es transmitido en el canal digital Telepremier, en horario vespertino, durante una hora y media (15:00 a 16:30).

1.1.4. Formulación del planteamiento

¿Análisis del periodismo sensacionalista en las noticias de farándula, programa online Agárrate, influye en los estudiantes de la carrera de Comunicación?

1.2. Justificación

La investigación se justifica en cuanto pueda aportar con una búsqueda oportuna sobre el periodismo sensacionalista en las noticias de farándula, preciso en el programa online Agárrate, desde la perspectiva de los estudiantes de la carrera de Comunicación, por cuanto como estudiando en la materia, se forma un estereotipo imaginario mental, que pueda causar confusión sobre apearse a las normas deontológicas, bajo los parámetros de las leyes y lograr un público seguro, identificando las necesidades de tienen o prefieran.

El utilizar un estilo sensacionalista prudente, no solo desde su contexto, sino también desde las imágenes que se proyecta, los videos que se logra captar, generan una actitud positiva en que el público verá y comentará lo que se comunique.

Cuando se trata de un programa online de farándula, se escoge al programa Agárrate, ya que, tiene una forma particular de transmitir la noticia, agregan

información dudosa que no ha sido verificada, solo la comparten para generar audiencia y simpatía del público.

1.3. Objetivo

1.3.1. General

- Analizar el periodismo sensacionalista en las noticias de farándula desde la visión de los estudiantes de la carrera de Comunicación, programa online Agárrate.

1.4. Marco Teórico

1.4.1. Marco Conceptual

1.4.1.1. Periodismo

El periodismo es un concepto que se basa en la recopilación y análisis (ya sea de modo escrito, oral, visual o gráfico) de la información, en cualquiera de sus formas, presentaciones y variedades. La noción también describe a la formación académica y a la carrera propia de quien desea convertirse en periodista. (Merino, 2012).

1.4.1.1.1 Periodismo Sensacionalista

El periodismo sensacionalista es la publicación de noticias exageradas, sensacionalistas o falsificadas con el fin de captar la atención de los lectores y generar mayores ganancias. Actualmente, todo eso, más la violencia y ciertas formas de conducta aberrante, gozan de gran simpatía en los medios de comunicación por razones fundamentalmente económicas y falta de sentido estético. (Restrepo, 2009)

1.4.1.2. Noticias

Una noticia es un tipo de texto periodístico, tanto escrito como auditivo o audiovisual, que trata de una narración precisa o algún evento novedoso, de la actualidad y de interés público. Hay quien la distingue de la nota periodística, argumentando que la noticia es el relato contado en sí, mientras que la nota es el texto a través del cual se la cuenta.

La noticia es fruto de la recopilación de información por parte de uno o varios periodistas, ya sea porque estuvieron presente en el lugar de los hechos, o porque consultaron a quienes lo estuvieron, o bien porque consultaron documentación. (Etece, 2020)

1.4.2. Ética y valores del periodismo

La ética es una rama de la filosofía, que estudia la bondad y maldad de los comportamientos, la misma que analiza qué es un acto moral, cómo se justifica racionalmente un sistema moral y cómo se ha de aplicar posteriormente a nivel individual y a nivel social. (Paucar, 2009).

En toda profesión existen códigos deontológicos; es por eso que cada una se rige a normas éticas, como lo hace un abogado con su cliente, un doctor hacia su paciente, un arquitecto con su obra, un contador con las cuentas y un periodista con la sociedad. Por eso, al considerar que un periodista se dirige siempre hacia una masa global como público, es importante que su información sea veraz, objetiva, real. Lo que manifieste o escriba el comunicador, no sólo es verdad, debe ser real. (Paucar, 2009).

La imagen social del periodista, vista desde el prisma ético, es fuertemente ambivalente: por un lado es el héroe que llega hasta sacrificar su vida en una especie de martirio laico al servicio de la verdad y la justicia, es igualmente el aliado de los ciudadanos frente a los poderes políticos-económicos corruptos, capaz incluso de derrocarlos con su solo compromiso de la verdad. (Ortega, 2005).

1.4.5. Público objetivo

Es el conjunto de personas a la que va específicamente dirigida nuestra comunicación. Hay muchos ángulos desde donde definir un público objetivo. Una forma (no la única) es la de identificarlo con los consumidores potenciales de nuestro producto. Se supone que se trata del segmento de la población que presenta mayores expectativas de ventas (Gonzales & Carrero, 2008).

En referencia al público objetivo o target group (término en inglés), se describe a las personas y parte del mercado al cual dirigir la comunicación, fuerza de ventas, publicidad o marketing. Es de suma importancia realizar un estudio de mercado, identificar las necesidades, analizar el pro y contra para poder afinar y definir adecuadamente el target (Gonzales & Carrero, 2008).

1.4.6. Programas Online

Las aplicaciones online son concretamente programas creados por los desarrolladores que proveen de algunas herramientas a todo usuario que esté conectado a Internet y que acceda a ellas. (Cortez, 2014).

1.4.6.1. Ventajas de los programas online

Software siempre actualizado automáticamente. No hay que actualizar el equipo por requerimientos del programa. Compartir información del programa con mayor rapidez. Ahorro de costes de mantenimiento y actualizaciones (Cortez, 2014).

1.4.6.2. Programa Online Agárrate

Agárrate se llama el espacio de farándula en vivo, donde abordan polémicas que rodean a los personajes del ámbito del entretenimiento local y nacional, bajo la premisa de dar cabida a todos los involucrados en un tema. (Universo, 2021)

El espacio se emitirá de lunes a viernes, de 15:00 a 16:30, en el canal digital Telepremier que además de Agárrate, tiene noticiarios, programas matinales, espacios de farándula y entretenimiento, así como producciones infantiles y de ayuda social son parte de la programación. (Universo, 2021)

Varios personajes de televisión local han sido convocados para sumarse a este canal, que podrá ver en las redes sociales, tales como: Instagram, Facebook y YouTube.

1.5. Hipótesis

El análisis del periodismo sensacionalista influye en las noticias de farándula desde la visión de los estudiantes de la carrera de Comunicación, programa online Agárrate.

1.6. Metodología de la investigación

1.6.1. Métodos de investigación

1.6.1.1. Método cualitativo

Basándose en que la investigación debe realizar muestras de objeto de estudio para confirmar los resultados esperados, se utilizará el método de base lingüístico, debido a que, se analizará el contenido de un programa de farándula online.

1.6.1.2. Método cuantitativo

La investigación cuantitativa, se aplicará para obtener una información de general, y conocer a través de los números; la percepción de los estudiantes de la carrera de Comunicación, sobre el periodismo sensacionalista en las noticias de farándula.

1.6.1.3. Método Bibliográfico

Basándose en los conocimientos de los expertos, asentado en sus investigaciones mediante los libros, este método permitió tener datos bibliográficos teóricos importantes para entender conceptos nuevos y mejorar los resultados del proyecto.

1.6.1.4. Método Descriptivo

Dando contestación a las inquietudes de como ven los estudiantes el periodismo sensacionalista en las noticias de farándula, especialmente el programa Agárrate, se utiliza este método.

1.7. Técnicas de investigación

1.7.1. Observación

Esta técnica se utilizó para lograr obtener un mayor número de datos necesarios en la investigación, tales como los canales digitales u otros.

1.7.2. Encuesta

Esta técnica mediante las encuestas realizadas a los estudiantes de la carrera de Comunicación, permitió avanzar con la recopilación de datos que muestran los resultados de la investigación.

CAPÍTULO II

2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Desarrollo del caso

El estudio de investigación se realizó en la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión en Quevedo, se contó con la participación de 29 estudiantes matriculados en el octavo semestre paralelo “B” de la carrera de Comunicación Social, a quienes se les realizó una encuesta.

Se observó 10 videos de diferentes fechas del programa online “Agárrate”, que se transmite en el canal digital Telepremier, en horario de la tarde.

Para obtener una visión global del programa, se examinó con detenimiento el contenido del mismo, desde que inicia, la participación de los conductores y entrevistados, así también su lenguaje verbal y corporal, expresiones, imágenes, vestimenta, entorno del show y tiempo de duración.

2.2. Situaciones detectadas

Una vez realizada la encuesta a los estudiantes, se muestra el poco conocimiento que tienen sobre el periodismo sensacionalista y que como este es mal visto, sin

considerar también que el sensacionalismo puede ser usado para noticias productivas para la sociedad.

El programa Agárrate, siendo un medio que transmite noticia, no es bien visto por sus seguidores, causa interés muchas veces porque proyecta escándalo, pero una vez que se observa su contenido, ya la sensación es distinta porque no te enseña alguna experiencia positiva.

Los estudiantes observaron que el programa se enfoca que escandalizar la vida personal de sus entrevistados, y causando polémica entre los involucrados, demostrando que, no tiene principios ni profesionalismo periodístico, resumiendo en sí, ser un programa sin relevancia.

2.3. Soluciones planteadas

Los programas de farándula, deben modificar su principal objetivo, indagar la vida personal de los demás para exagerar y escandalizar el hecho que ocurrió, sino que deben enfocarse en publicar aspectos positivos de las personas para ejemplo de quienes lo siguen.

Los programas de farándula deben garantizar que en sus redacciones y publicaciones la calidad de sus contenidos, con rigor, apegado a las leyes pertinentes que preserven derechos fundamentales de todas las personas.

Los estudiantes y el público en general, deben tener conocimiento que los programas de farándula, proyectan hipótesis, sus noticias muchas veces son falsas, sin fundamentos, y que tiene como finalidad, llamar la atención de una manera escandalosa.

2.4. Conclusiones

El sensacionalismo dentro del programa Agárrate, exagera la noticia, usa un lenguaje peculiar, fuerte y llamativo, captan la atención de sus seguidores basándose en estrategias dramáticas al momento que narran los hechos y en muchas situaciones adulteran la información.

Los estudiantes demostraron que no todos ven el programa, es más, nunca lo había visto, porque no ven que tengan nada relevante de su interés. Ahora bien, los que, si observaron, manifestaron que en un 70%, el estilo del programa es sensacionalista y en sus publicaciones le faltan a la ética profesional, manipulan la información y a sus invitados.

La encuesta realizada para esta investigación demuestra que los estudiantes piensan que los programas de farándula, son de interés social y aunque no tienen una fuente confiable, las personas igual les gustan.

2.5. Recomendaciones

Los creadores de los programas digitales de farándula, especialmente el programa Agárrate deben demostrar mejor lenguaje y su fuente de información ser confiable, para que proyecte en los estudiantes o seguidores una imagen de ética y profesionalismo.

Los estudiantes deben observar y analizar programas de todo tipo de estilos periodísticos y en las aulas disertar los beneficios de los mismos o sus perjuicios para la sociedad, logrando formar futuros profesionales críticos y de conciencias ética.

Fomentar más investigaciones en los estudiantes sobre el periodismo sensacionalista, para que proyecten a sus nuevas generaciones publicaciones oportunas y prudentes.

BIBLIOGRAFÍA

Cortez, Á. Damián (2014). *Sistema Online*. Obtenido de www.sistemaonline.com

Etece, E. (2020). Obtenido de <https://concepto.de/que-es-la-noticia/>

Gonzales F. Fernando, & Carrero. (2008). *El público*.

Merino, J. Peter (2012). *Definición de periodismo*. Obtenido de

<https://definicion.de/periodismo/>

Ortega Jiménez Luís (2005). *El entorno del periodismo*. Editorial Quezada

Paucar T. Hugo (2009). *Los principios del periodismo*.

Restrepo, P. (2009). El periodismo de hoy. En P. Restrepo. Bogota.

Universo, D. E. (2021). *Diario EL Universo*. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/redes-sociales/>

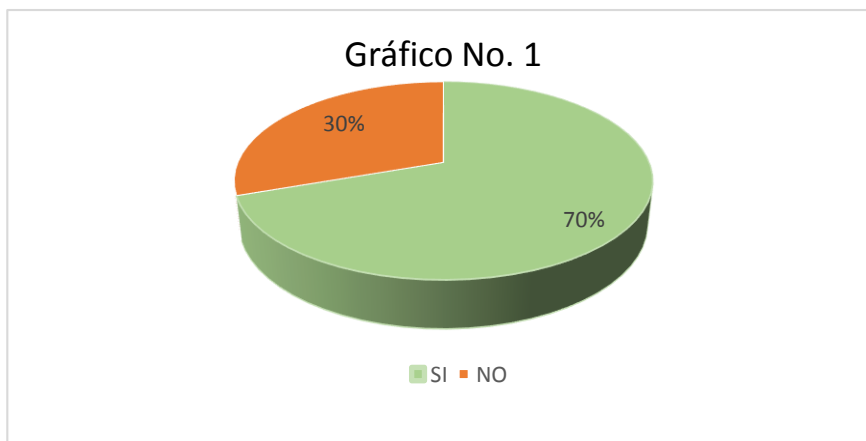
ANEXOS

Resultados de la encuesta

Los siguientes resultados fueron obtenidos por la encuesta que se realizó a 29 estudiantes de la carrera de Comunicación Social, de la Extensión Quevedo.

Pregunta No. 1. ¿Ha visto el programa digital Agárrate?

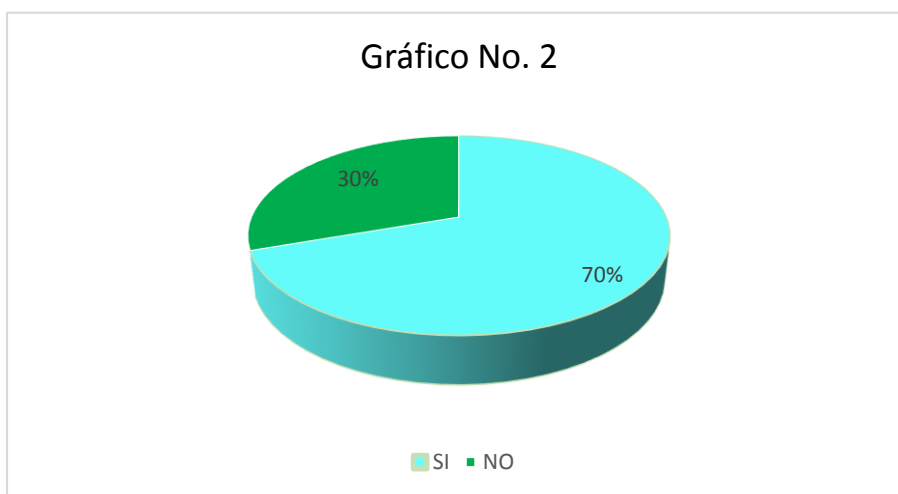
| Cuadro No. 1 | | |
|--------------|------------|------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 23 | 70% |
| NO | 10 | 30% |
| TOTAL | 29 | 100% |



Análisis: De acuerdo al resultado obtenido, el 70% de los encuestados ha visto el programa digital Agárrate, mientras que el 30%, no lo ha hecho

Pregunta No. 2 ¿Considera Ud. que el programa Agárrate mantiene un estilo periodístico sensacionalista?

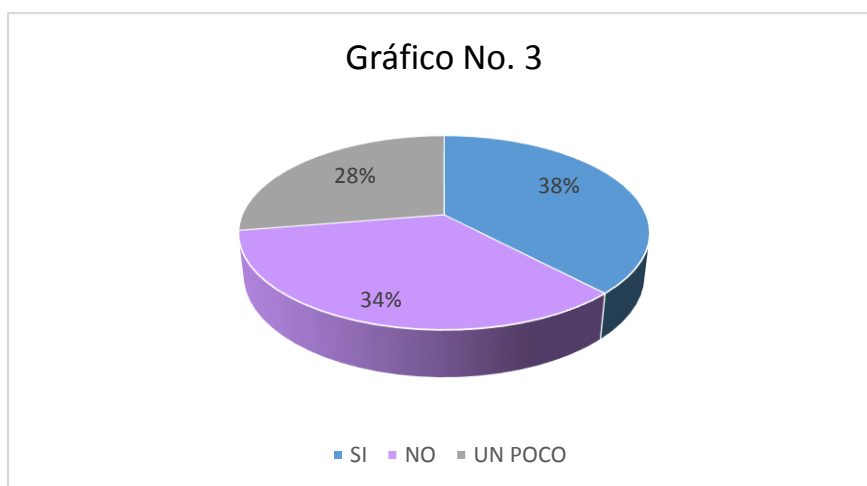
| Cuadro No. 2 | | |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 23 | 70% |
| NO | 10 | 30% |
| TOTAL | 29 | 100% |



Análisis: De acuerdo al resultado obtenido, el 70% de los encuestados, considera que el programa Agárrate mantiene un estilo periodístico sensacionalista, mientras que el 30%, no lo considera así.

Pregunta No. 3 ¿Cree que las noticias de farándula, deben tener un periodismo sensacionalista?

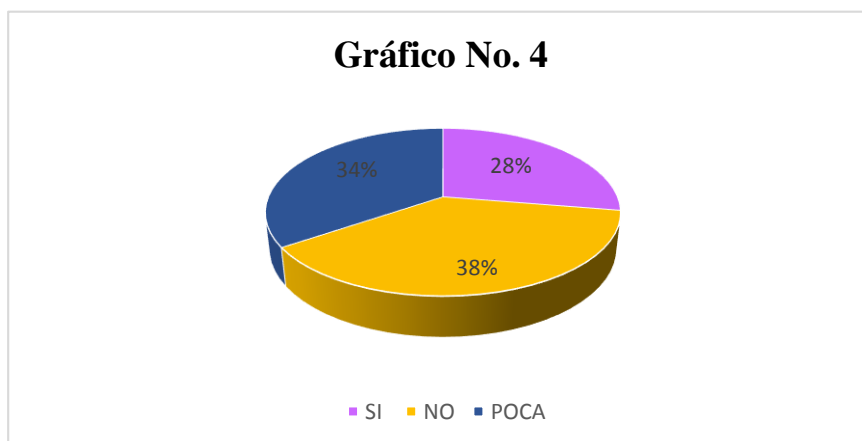
| Cuadro No. 3 | | |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 11 | 38% |
| NO | 10 | 34% |
| UN POCO | 8 | 28% |
| TOTAL | 29 | 100% |



Análisis: De acuerdo al resultado obtenido, el 38% de los encuestados, creen que las noticias de farándula, si deben tener un periodismo sensacionalista, el 34% cree no debe ser así y el 28%, piensan que solo un poco.

Pregunta No. 4 ¿Cree Ud. que el programa Agárrate, tiene una disciplina de ética en sus publicaciones de farándula?

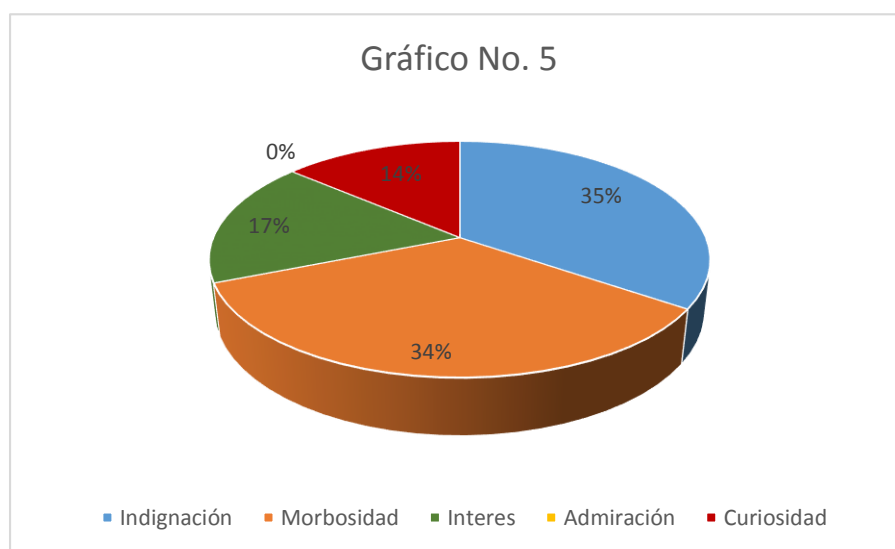
| Cuadro No. 4 | | |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 8 | 28% |
| NO | 11 | 38% |
| POCA | 10 | 34% |
| TOTAL | 29 | 100% |



Análisis: De acuerdo al resultado obtenido, el 38% de los encuestados, creen el programa Agárrate, no tiene una disciplina de ética en sus publicaciones de farándula, el 34% cree que tiene poca ética el programa y el 28% piensa que si tiene ética.

Pregunta No. 5 ¿Qué sensaciones provoca en usted las publicaciones del programa Agarráte?

| Cuadro No. 5 | | |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Indignación | 10 | 35% |
| Morbosidad | 10 | 34% |
| Interes | 5 | 17% |
| Admiración | 0 | 0% |
| Curiosidad | 4 | 14% |
| TOTAL | 29 | 100% |



Análisis: De acuerdo al resultado obtenido, el 35% de los encuestados, le provoca indignación el programa Agárrate, el 34% le causa una sensación de morbosidad, el 5% le causa interés, el 4% tiene curiosidad el programa y el 0%, o sea a nadie admira el programa.