

“UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN”

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



TESIS

“INFLUENCIA DEL REALITY SHOW ‘ESTO ES GUERRA’ EN LAS CONDUCTAS DE LOS ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE SECUNDARIA DEL TURNO MAÑANA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ‘NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES’ DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO – 2019”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL

TESISTA:

BACH. ELVIS ÍTALO GUILLERMO ESQUIVEL,

ASESORA:

MG. MARÍA JESÚS ROSAS VALDIVIA

GENERALIDADES

1.1. Título de la investigación:

“INFLUENCIA DEL REALITY SHOW ‘ESTO ES GUERRA’ EN LAS CONDUCTAS DE LOS ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE SECUNDARIA DEL TURNO MAÑANA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ‘NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES’ EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO – 2019”

1.2. Tesista : Bachiller ELVIS ÍTALO Guillermo Esquivel.

1.3. Asesora : Mg. MARÍA JESUS Rosas Valdivia

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a todos los hombres de ciencia, en memoria a las víctimas de ese misticismo fatal, misticismo que por su poder depredador no dudó en mantener en la más completa miseria a millones de inocentes.

AGRADECIMIENTO

A la Ciencia, por ayudarme a ver la realidad tal como es, a no pensar que el futuro está en las oraciones o rezos, que el resultado del trabajo es parte de nuestro sacrificio y no del castigo o premio de entelequias.

A los docentes, que no dudaron en enfrentarse al pensamiento de masas, al poder de organizaciones y sectas que comúnmente se les denominaron religiosas y políticas.

A los mártires de la ciencia que me permitió saber lo peligroso que son los poderes de facto, poderes religiosos-políticos que siempre vivieron confabulados en contra del progreso de la humanidad.

A mis padres, que me dieron esa oportunidad y privilegio para poder acceder a los estudios superiores, privilegio que lamentablemente es restringido para miles de hijos del pueblo. Y agradecerles por enseñarme a no agachar la cabeza ante nadie, a no ponerme de rodillas ante ningún poder; por darme esa valentía y humildad para conducirme por un mundo libre de hipocresía y apariencias; por sembrar el sentido de justicia para que algún día podamos derrotar esa lacra social de la pobreza, que no es más que la madre de todas las desgracias de la humanidad, dadas por los poderes político-religiosos para acaparar la economía.

A mi madre, por enseñarme el valor inmenso que tiene la mujer, razón más que suficiente para luchar por su liberación de todo prejuicio, liberación de ese machismo que solo generó desgracias y muertes en todas ellas.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la Institución Educativa ‘Nuestra Señora de las Mercedes’” tienen como objetivo principal conocer el grado de influencia en las conductas negativas de los mismo, tal como indica en nuestra hipótesis principal.

Este trabajo de investigación tiene por finalidad demostrar que sí hay influencia en las conductas negativas de los adolescentes de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, tales como alienación, pérdida de identidad y a al reforzamiento del machismo.

La investigación es de tipo básico, de nivel descriptivo, y de carácter cuantitativo.

La muestra constituida por 190 adolescentes del tercer grado del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, adolescentes cuyas edades fluctúan entre los 13 y 15 años de edad, de los cuales 95 son varones y 95 son mujeres, que se utilizó como instrumento para la recolección de datos un cuestionario, con el propósito de obtener resultados sobre la influencia del reality show en las conductas de los estudiantes.

Se concluyó que la influencia del reality show sí es negativa en las conductas de los adolescentes del tercer grado del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ÍNDICE	v
INTRODUCCIÓN	11

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Fundamentación del problema	13
1.2 Formulación del problema	14
1.2.1 Problema General	14
1.2.2 Problema Específico	15
1.3 Objetivos	15
1.3.1 Objetivo General	15
1.3.2 Objetivo Específico	15
1.4. Justificación e importancia	15
1.5 Viabilidad	17
1.6 Limitaciones	17

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del problema	18
2.1.1 A nivel internacional	18
2.1.1.1 María Concepción Medrano	18

2.1.1.2 Katuskia María Vallejo Flores	21
2.1.2 A nivel nacional	22
2.1.2.1 Cortez Osorio, Yanina Flor Ticse	22
2.1.2.2 Richar Centeno Torres	25
2.1.2.3 Luz Fiorella, Hercilia Núñez	28
2.1.3 A nivel local	30
2.1.3.1 Elena Ramos Villanueva	30
2.1.3.2 Aceval Cienfuegos, Himler Jacson	31
2.1.3.3 Teodor Ordóñez, Sherly Ybeth	32
2.2 Bases teóricas	34
2.2.1 Programa televisivos	35
2.2.1.1 Reality Show	35
2.2.1.2 Programas de concurso	45
2.2.2 Teorías sobre la adolescencia	45
2.2.3 Conductas negativas	49
2.2.3.1 El carácter	49
2.2.3.2 El comportamiento	50
2.2.3.3 La conducta	50
2.2.3.1. Principios del Conductismo	52
1. Tipos del Aprendizaje	52
a. Condicionamiento Clásico	53
b. El Conexionismo	54
c. Aprendizaje Asociativo	55
d. Condicionamiento Operante	55

1.1 Refuerzo y Castigo	56
1.1.1. Refuerzo	56
1.1.2. Castigo	57
1.1.3. Estímulo Discriminativo	58
e. El Aprendizaje Social	59
2.3. Lenguaje y niveles del lenguaje	59
2.3.1. Nivel Subestándar	60
2.3.2. Nivel Estándar	60
2.3.3. Nivel Super estándar	60
2.4. Machismo	60
2.3 Definición de términos básicos	61
2.3.1 Ética	61
2.3.2 Derecho	61
2.3.3 Reality show	61
2.3.4 Conductas	62
2.3.5 Transculturación	62
2.3.6 Adolescencia	62
2.4 Hipótesis generales y específicas	62
2.4.1 Hipótesis General	62
2.4.2 Hipótesis Específico	62
2.5 Operacionalización de variables, dimensiones e indicadores	63
2.5.1 Variables	63
Variable Dependiente	63
Variable Independiente	63

2.5.2 Indicadores	63
Variable Independiente	63
Variable Dependiente	63
Dimensión	64

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Nivel y tipo de investigación	66
3.2 Diseño de la investigación	66
3.3 Determinación del universo y población	66
3.4 Determinación de la muestra	66
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	67
3.6 Procesamiento y presentación de datos	67
3.7 Procedimiento	68
3.8 Potencial Humano	68
3.9 Recursos Materiales	68
3.10 Recursos Financieros	68

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados	69
4.2 Discusión de resultados	110
CONCLUSIONES	115
Recomendaciones	117
Citas Bibliográficas	119
Referencia Bibliográfica	120

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación “Influencia del reality show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los estudiantes del tercer grado de secundaria de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ se da ante la necesidad de conocer cuánto influencia el reality show en las conductas de los adolescentes, sabiendo que el programa no tiene un formato educativo ni informativo, más que basado en el escándalo mediático. Este programa tiene contenido estereotipado que los estudiantes mismos reconocen, sexistas y con alto contenido machista, lo que genera un grado de permisibilidad en tema de violencia sexual en contra de las mujeres.

Si bien es cierto que el estudio realizado por el Centro de Estudios Sociales y Mediáticos de la Universidad Señor de Sipán-CESMUSS¹ en el trabajo Adolescentes y reality shows, arrojó que los estudiantes no solo ven el programa sino también tenían un buen concepto por las competencias, las diversiones y el generar toda una expectativa en el televidente al ventilar las intimidades de los personajes. Pero también es necesario considerar que en el 2016 se dio movimientos de protestas ciudadanas en contra de estos programas, denunciando el grado de morbosidad y violencia que se veía en horario familiar, es por esa misma razón que los adolescentes ahora respondieron que son conscientes que este reality show no es cultural y sí negativo, a pesar de ello sí hay influencia en nuestra población investigada.

En 1994 la maestra Elena Ramos Villanueva, en su trabajo de investigación “la televisión y su influencia en el hábito alimenticio de la población de Las Moras-Huánuco” concluyó que efectivamente los spots publicitarios presentaban un alto grado de influencia en el consumo de la población, en la preferencia de productos occidentales que no tienen valor nutricional y el desprecio por los productos

tradicionales, generando de esta manera un alto grado de alienación por las conductas inestables por ser parte de las poblaciones migrantes.²

A nivel nacional hubo estudios como la de Cortez Osorio, Yanina Flores Ticse y Carmen Gregaria, en su trabajo de investigación titulado 'Los programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I.E. N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho 2014', donde concluyeron que hay una directa relación de programas televisivos o reality shows en el comportamiento de los estudiantes del nivel primario, y donde recomiendan que los docentes deben utilizar estrategias adecuadas para evitar que los estudiantes asuman conductas de ocultar sus sentimientos, lo que perjudica el desarrollo emocional y cognitivo. Y a nivel internacional también se conoció trabajos de investigación como la de Katuska María Vallejo Flores y Geanella Lilibeth Lara Morán (2017-Ecuador), denominado "Estudio de caso influencia de los reality show en los adolescentes de zonas agrícolas del Ecuador", aplicado en adolescentes cuyas edades oscilan entre los 15 y 17 años, donde concluye los reality shows alteran y transgreden los valores humanos sembrados en la niñez, donde los adolescente adoptan otras costumbres muy distintas a las suyas, generando de esta manera un comportamiento alienante.

El objetivo principal del estudio fue determinar el grado de influencia del reality show 'Esto es Guerra' en las conductas negativas de los estudiantes del tercer grado del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“INFLUENCIA DEL REALITY SHOW ‘ESTO ES GUERRA’ EN LAS CONDUCTAS DE LOS ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE SECUNDARIA DEL TURNO MAÑANA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ‘NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES’ EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2019”

1.1. Fundamentación del problema:

Los medios de comunicación se han convertido en un instrumento importante dentro de la familia y por ende de la sociedad, un instrumento que alimenta a todo ser humano todos los días del año, sin parar, de información que viene desde los medios físicos como el periódico, pasando por la tv y la nueva revolución que aglomera en un solo canal a todos ellos, el internet. En este caso nos centraremos en el programa televisivo de reality show ‘Esto es Guerra’ que es emitido por el canal América Televisión, por ser un instrumento infaltable en todos los hogares, para saber cuál es el grado de influencia que ejerce este programa de ‘competencia’ aparentemente sana, en las conductas negativas de los adolescentes. Y por qué en los adolescentes, porque es una etapa muy difícil donde el ser humano entra en conflicto emocional, cambios de comportamiento que son propios del desarrollo humano, donde tienden a imitar estereotipos de personajes que hacen de todo pero menos educar, y son estos personajes los que se convierten en referentes. La influencia que ejercen en los adolescentes es tal que no solo se limita a la moda, sino que todo se convierte en moda, no solo desde la forma de vestir y comportarse en el público en su forma de

interrelacionarse con el grupo social, sino también en sus vidas privadas como son la alimentación (en el de consumo de productos chatarras) y la perspectiva que tienen para su futuro. Así mismo está la transculturación y enajenación de la persona, donde el adolescente en su afán de parecerse más a estos personajes de los reality show, empiezan primero a avergonzarse de sus raíces para luego negarlas completamente, lo que termina desencadenando en el problema de discriminación social, y conllevando a una vida de promiscuidad. Y por último, la otra mala influencia que generan estos programas es la violencia contra la mujer al venderlas como las generadoras de todos los problemas sentimentales, lo que refuerza el machismo en un país donde la violencia contra las mismas sigue siendo una fuerte preocupación, y Huánuco no escapa de esta cruda realidad. Por eso el filósofo austriaco Karl Raimund Popper no se equivocó en llamar en su obra a la televisión como la mala maestra. Es por esta misma razón la importancia de conocer la influencia que ejercen el reality show de 'Esto es Guerra' en la conducta de los adolescentes de 13 a 15 años del tercer grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es el grado de Influencia de los Reality Show de 'Esto es Guerra' en las conductas de los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la Institución Educativa Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019?

1.2.2. Problema específico

¿Qué cambios de conductas en la actualidad adoptaron los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la Institución Educativa Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019 después de ver el reality show de 'Esto es Guerra'?

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar el grado de Influencia de los Reality Show de 'Esto es Guerra' en las conductas de los estudiantes del tercer grado del turno mañana de la Institución Educativa Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019.

1.3.2. Objetivo específico

Identificar los cambios de conductas que adoptaron los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la Institución Educativa Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019 después de ver el reality show de 'Esto es Guerra'.

1.4. Justificación e importancia

El hecho que la televisión, como uno de los medios de comunicación, sea parte de nuestro hogar, el instrumento por la cual chicos y grandes se alimentan todos los días, generando una dependencia casi peligrosa en cuanto al mensaje emitido, es preocupante. Preocupante porque ya no es un secreto que los programas reality show, en este caso 'Esto es Guerra', emitido de lunes a viernes por América Televisión, en horario familiar de 7:00pm a 8:30pm, prácticamente ha desplazado por completo no solo la tutela de los padres de familia sino también

de la enseñanza que debería impartir los docentes, prueba de ello es que cuando un reportero de televisión salió con cámara en mano y dos bloques de fotografías; uno, donde estaban los rostros de los héroes nacionales y otro grupo de Esto es Guerra, cuando el reportero entrevistaba a los estudiantes de secundaria y enseñando las fotografías de los héroes nacionales les preguntaba si los conocían sus respuestas eran que no, claro ese desconocimiento era acompañada por risas de los mismos, pero 'el no sé', 'no los conozco' dieron un tremendo giro cuando el reportero les mostró el otro grupo de fotografías donde estaban los personajes de 'Esto es Guerra', y los estudiantes ipso facto respondieron acertadamente los nombres de los mismos. O escuchar a las madres de familia decir que el reality show de Esto es Guerra, es educativo porque hace preguntas de cultura general y les recuerda sus años de estudiante, nos pone en la obligación de corroborar cuánto influye este reality show de 'Esto es Guerra' en las conductas negativas de los adolescentes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la Institución Educativa Nuestra Señora de las Mercedes en la ciudad de Huánuco 2019, porque si eso está pasando entonces es lógico que esos personajes de los reality show están sirviendo de referente en los adolescentes, quienes sin criterio alguno, por la misma edad y la poca madurez que tienen esta población vulnerable, terminarán imitando todas las actitudes negativas que venden ese programa por la televisión nacional, peligrosidad como ya lo había advertido el famoso Herbert Marshall McLuhan, quien en sus investigaciones señaló que los mensajes emitidos por los medios (electrónicos) no se limitan a un contenido o a una mera información sino que una de sus características es modificar el movimiento de las relaciones y las actividades humanas, en este caso esa modificación sería perjudicial para

nuestros adolescentes, cuyo futuro se limitaría a un mero sueño de tener un buen porte físico, estar en escándalos, ser famoso y como resultado tener dinero, y no sería exagerado decir que esa misma línea estuvo siguiendo la política, donde los candidatos tenían bien claro que no importa el escándalo sino el hacerse conocido, o como muchos siguieron ese cuestionado camino para llegar a incursionar en el mundo de la televisión.

Y por eso este trabajo de investigación nos permitirá conocer la influencia que el programa televisivo Esto es Guerra genera en los estudiantes del tercer grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, y así contribuir a la educación para que tome medidas y estrategias para evitar que los adolescentes sigan expuestos al programa televisivo en mención.

1.5. Viabilidad

El presente proyecto sí es viable porque utilizamos los instrumentos propios de nuestra realidad.

1.6. Limitaciones

Una de las grandes limitaciones que se presentó en este trabajo de investigación es el tiempo, porque es demasiado corto.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema:

2.1.1. A nivel Internacional

2.1.1.1. María Concepción Medrano Samaniego y Santiago Palacios Navarro (2006, España)

Investigación: ¿Es tan perjudicial la televisión que ven los jóvenes y adolescentes?

(Is watching television really so bad for young children and teenagers?)

Conclusiones:

1. De acuerdo a los datos obtenidos en nuestro estudio piloto, tal y como se ha expuesto, el consumo televisivo (números de horas) de los adolescentes y jóvenes no se puede decir que sea alarmante. Igualmente se puede afirmar que el tiempo que dedican a ver la televisión no impide la realización de otras actividades. Respecto a la dieta televisiva, no son los programas más perjudiciales los que seleccionan los adolescentes y jóvenes. Es decir, no son los programas de menor calidad los que más les agradan. Más bien, la tendencia es la contraria si tenemos en cuenta que los informativos pueden contribuir a su instrucción. Estos datos se alejan bastante de la tendencia general, si consideramos que los magazines y los Talk Show son programas que suponen una importante fuente de público

(30% y 20%) para las televisiones generalistas, con variaciones según las distintas cadenas (Tele 5 y Antena 3) respectivamente.

2. Estos resultados, a pesar de que nuestro trabajo recoge una muestra muy pequeña y no pretendemos realizar ninguna generalización, coinciden con los encontrados por Livingstone y Bovill (2001) en un estudio europeo con muestras de Dinamarca, Francia, Alemania, Finlandia, España, Suiza, Suecia, Inglaterra e Israel. En esta investigación encuentran que los temas elegidos por los jóvenes son muy similares, con muy pocas diferencias respecto al contexto de referencia. Los temas favoritos son, deporte, series de ficción, informativos, comedias, acción. El origen geográfico, no es capaz de explicar las diferencias entre los jóvenes, aunque sí se hallan diferencias respecto al género y la edad. Igualmente Basterretxea (2005) en una investigación realizada con adolescentes en el País Vasco encuentra que son las series de ficción uno de los contenidos preferidos por los mismos.
3. En un análisis más detallado y si nos fijamos en la variable edad se puede observar que son los sujetos más jóvenes los que disponen de más aparatos de televisión. Sin embargo, como era previsible, a medida que aumenta la edad también se dedica más tiempo a otras actividades como la lectura. Cuando se les pregunta por la frecuencia de ser la televisión el tema de

conversación, las respuestas nos indican que los más jóvenes hablan de la televisión con sus amigos, pero no con sus padres.

4. Compartimos con otros autores (Ferrés, 2000; Rivière, 2003; Del Río, Alvarez y del Río, 2004, Marcellán y Aguirre, 2005; Montero 2006) la idea de que la televisión se ha convertido en un medio muy potente de penetración cultural, de socialización y de transmisión de valores. Aunque en virtud de los hallazgos que se están realizando en investigación, es obligado preguntarse por qué se teme tanto a la televisión si no posee tanta capacidad para imponer sus significados. La capacidad de influencia de la televisión no es ni tan directa, ni tan generalizada como en muchas 198 M^a Concepción Medrano Samaniego y Santiago Palacios Navarro 199 ¿Es tan perjudicial la televisión que ven los jóvenes y adolescentes? ocasiones se prejuzga. No obstante, resulta necesario aprovechar el propio medio como instrumento de comunicación y educación de las nuevas generaciones. Las series, los deportes, la propia publicidad, los Reality Shows, etc., se pueden convertir en espacios muy aprovechables desde el punto de vista educativo, precisamente por su preferencia por lo narrativo frente a lo discursivo. Así mismo también urge realizar estudios rigurosos que analicen con profundidad la compleja relación entre los jóvenes y la televisión.

**2.1.1.2. Katuska María Vallejo Flores y Geanella Lilibeth Lara Morán
(2017-Ecuador)**

Trabajo de investigación: “Estudio de caso influencia de los reality shows en los adolescentes de zonas agrícolas del Ecuador”

Conclusión:

1. 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.
2. 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 impera 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.

3. 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.
4. 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.

Link: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/07/influencia-reality-shows.html>

2.1.2. A nivel nacional:

2.1.2.1. Cortez Osario, Yanina Flor Ticse Ulloa y Carmen Gregaria (Lima-2014)

Tesis: “Los programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I.E. N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho 2014”

Conclusiones:

1. Nuestra hipótesis general sostiene que los programas televisivos de concurso tienen una directa relación con el comportamiento de los estudiantes del 111 Ciclo de Educación Primaria de la IE N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho de Cajamarquilla, 2014. Concluimos que efectivamente Sí existe

una relación directa entre los programas televisivos de concurso y el comportamiento de los estudiantes del nivel primario, tal como podemos derivar del tratamiento estadístico de la hipótesis general, en donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; por lo que deducimos que con un adecuado tratamiento psicopedagógico de parte de los docentes, podemos lograr que la influencia de los programas de concurso de televisión sean lo más mínimo, en su comportamiento y rendimiento académico de los estudiantes.

2. Nuestra primera hipótesis específica señala que existe un alto nivel de incidencia interpersonal de los programas televisivos de concurso en el comportamiento tímido de los estudiantes del 111 Ciclo de Educación Primaria de la IE N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho de Cajamarquilla, 2014. Concluimos que efectivamente Sí existe un nivel de incidencia interpersonal entre los programas televisivos de concurso en el comportamiento tímido de los estudiantes del nivel primario, tal como podemos derivar del tratamiento estadístico de la primera hipótesis específica , en donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; por lo que deducimos que con un adecuado tratamiento psicopedagógico podemos evitar, en lo posible, la influencia televisiva en el comportamiento tímido de los estudiantes y buscar la forma de revertir para el logro académico
3. Nuestra segunda hipótesis específica señala que la cultura de los programas televisivos de concurso sí tienen relación directa

con el comportamiento de ocultar sentimientos de los estudiantes del 111 Ciclo de Educación Primaria de la IE N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho de Cajamarquilla, 2014. Concluimos que efectivamente sí existe un nivel de relación muy alto entre la cultura de los programas televisivos de concurso con el comportamiento de ocultar sentimientos de los estudiantes del nivel primario, tal como podemos derivar del tratamiento estadístico de la primera hipótesis específica , en donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; de lo cual nos permite señalar que los docentes deben utilizar estrategias adecuadas para evitar que los estudiantes asuman conductas de ocultar sus sentimientos, lo que perjudica el desarrollo emocional y cognitivo.

4. Nuestra tercera hipótesis específica señala que el uso de los vestidos en los programas televisivos de concurso tiene una alta incidencia en el comportamiento egoísta de los estudiantes del 111 Ciclo de Educación Primaria de la IE N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho de Cajamarquilla, 2014. Concluimos que efectivamente sí existe un nivel de incidencia muy alto entre el uso de los vestidos en los programas televisivos de concurso en el comportamiento egoísta de los estudiantes del nivel primario, tal como podemos derivar del tratamiento estadístico de la primera hipótesis específica , en donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; de lo cual nos permite señalar que los docentes deben utilizar persuadir a los estudiantes que

busquen su propia identidad y se vistan de acuerdo a su realidad social y económica.

5. Nuestra cuarta hipótesis específica, señala que el lenguaje de los programas televisivos de concurso tiene una influencia significativa en el comportamiento de celo de los estudiantes del 111 Ciclo de Educación Primaria de la IE N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho de Cajamarquilla, 2014. De la investigación realizada concluimos que efectivamente sí existe un alto nivel de influencia entre el lenguaje de los programas televisivos de concurso en el comportamiento de celo de los estudiantes del nivel primario, tal como podemos derivar del tratamiento estadístico de la primera hipótesis específica , en donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna; de lo cual nos permite señalar que los docentes deben utilizar generar conciencia del uso pertinente del lengua para lograr integrarnos social y culturalmente en un mundo globalizado.

Link:

<http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/204/267%20TESIS%202014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

2.1.2.2. Richar Centeno Torres (Lima-2016)

Tesis: “Tv Basura: El caso de los programas basura Combate y Esto es Guerra UNMSM”

Conclusiones:

1. Los programas Combate y Esto es Guerra son producto de la tendencia actual en televisión -no solo nacional- de despertar en los televidentes el morbo, la curiosidad, el interés banal por las ocurrencias en pantalla y los camerinos. De eso se trata el reality, de exponer las supuestas “vivencias reales” de los participantes de este tipo de programas para satisfacer a la teleplatea. Para ello se escogen personajes adecuados (de un determinado perfil) y se preparan guiones para el desarrollo de sus actuaciones. Todo es parte de un entramado televisivo bien montado que llega de contrabando a su público objetivo: niños y adolescentes que cada día están a las expectativas de las peleas, romances y escándalos de los participantes de estos programas.
2. Los antecedentes más cercanos a este tipo de programas –de competencias y concursos juveniles como De dos a Cuatro o Campaneando- carecían de esos ingredientes que fueron importados de otros formatos, como los talk show y farándula. Es decir, mantienen una estructura típica de programa de competencias, pero le han agregado componentes prestados para tener más impacto mediático y en el rating.
3. El éxito de este tipo de programas –con puntos de rating- coincide con la ausencia de una oferta adecuada –más cultural, educativa y entretenimiento sano- para los niños y jóvenes. Ellos ocupan el horario 94 donde antes reinaban programas musicales, de concursos y dibujos animados, dirigido a los

chicos para que disfruten de la TV después de las tareas escolares.

4. Es evidente que la violencia, el sexismo, el morbo y el escándalo no solo están presentes, sino que son ingredientes esenciales de este tipo de programas dirigidos a un público altamente receptivo y de poca capacidad crítica.
5. Todos los especialistas coinciden en que la violencia que transmite la TV estimula conductas agresivas en los televidentes. Es indudable, además, que afectan en otros aspectos la forma de ser de las personas que la consumen, sobre todo a aquellos que no tienen la capacidad de discernir los contenidos y sus mensajes ocultos. En este panorama, los niños son más vulnerables a los efectos nocivos de los programas de TV que tienen contenidos de violencia, porque – entre otras cosas- a ellos les cuesta diferenciar entre la realidad y la fantasía. Sin embargo, se debe tener en cuenta que la influencia de la TV no es permanente ni ilimitada, sino que se mide según el tiempo que se le dedica. Finalmente, el consumo de TV en el hogar depende en gran medida de las decisiones que se tomen en la familia, tanto por los padres de familia como los hijos. 95
6. La primera responsabilidad por el éxito de estos programas y el daño que pueden causar en los menores recae sobre los padres de familia, quienes tienen la potestad de regular internamente en el hogar el consumo de televisión. En segundo lugar, el

Estado cumple un rol fundamental en la educación y formación de los niños y adolescentes, a través del sistema educativo formal y los medios de comunicación que están en su ámbito, y también a través de normas que puede aplicar en la promoción de valores y cultura, sin afectar la libertad de expresión de los medios comerciales. En tercer lugar, la empresa televisiva, que puede orientar mejor sus contenidos a favor de la sociedad y no contar con una oferta de programas solo basada en criterios comerciales. En cuarto lugar, los anunciantes tienen un poder de veto fundamental para decidir qué contenidos quieren apoyar con su publicidad como parte de su responsabilidad social como empresas. Finalmente, la sociedad civil, aunque no directamente, tiene y cumple un rol fiscalizador que muchas veces da resultados, como las campañas que se organizan para denunciar a este tipo de programas a través de medios alternativos, como las redes sociales.

Link:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4763/Centeno_tr.pdf;jsessionid=6FFA050FF3EF2EC028590CC61354D855?sequence=1

**2.1.2.3. Luz Fiorella, Hercilia Nuñez Jenny Hermelinda y Peña Berrocal
(Jauja 2016)**

Tesis: “Percepción sobre los reality shows de los adolescentes de la academia preuniversitaria ‘Pitágoras’ Jauja-2016”

Conclusiones:

1. Respecto al objetivo general se concluye que, la percepción de los adolescentes de la Academia Preuniversitaria "PITÁGORAS" JAUJA-2016, sobre los Reality Shows es de entretenimiento e imitación de estilos de comportamiento, evidenciándose que el 61.33% de adolescentes ven siempre estos programas, así mismo el 68% lo consider~ muy entretenido y una buena alternativa de diversión. Además el65% afirma que la imitación de los estilos de comportamiento de los concursantes es frecuente en el círculo de amigos
2. Los contenidos de los Reality Shows considerados entretenidos por los adolescentes de la Academia Preuniversitaria "PITAGORAS" JAUJA-2016 son: romances (escándalos, decepcione amorosas y peleas), retos (de altura, rapear, de imitación e ingerir alimentos desagradables), Juegos (de fuerza, de agilidad), Competencias (circuitos de guerra) y bailes (sugestivos), destacando entre los adolescentes más entretenido los romances con un 28%, seguido por los retos con el20%.
3. Los aspectos que perciben los adolescentes de la Academia Preuniversitaria "PITAGORAS" JAUJA-2016 de los Reality Shows que son reproducidos en su dinámica social se evidencia que son: El protagonismo social (llamar la atención, ser conocidos y vender imagen de moda), el lenguaje (agresivo y plagado de lisuras), relaciones de pareja (infidelidad y relaciones sin compromiso), vestir (ropa sugestiva), estética

corporal y la competencia agresiva (amenazas e insultos), resaltando que el protagonismo social es el 83 que se imita más entre los adolescentes con el afán de mostrarse a los demás y resaltar en el grupo, alcanzando un 24%, seguido' por la imitación del lenguaje, la forma de expresar y la simbología del lenguaje usado con un 20%.

4. Los programas televisivos de Reality Show de mayor preferencia por los adolescentes de la Academia Preuniversitaria "PITÁGORAS" JAUJA-2016, son: "Esto es Guerra" predominando entre los adolescentes con el 66,67% y . . seguido del programa concurso "Combate" con un 24% de preferencia por los adolescentes.

Link:

http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/825/TTS_76.pdf?sequence=1&isAllowed=y

2.1.3. A nivel local:

2.1.3.1. Elena Ramos Villanueva (Huánuco-1994)

Tesis: “La televisión y su influencia en el hábito alimenticio de la población de Las Moras, Huánuco”

Conclusiones:

1. Los habitantes del AA.HH. La Florida del Comité 4 Nolberto Aro, Las Moras-Huánuco 1994, presentan un alto grado de influencia de los spots publicitarios de los productos alimenticios elaborados.

2. Los pobladores de la Florida, han cambiado en mayor grado sus hábitos alimenticios tradicionales por los occidentales, debido a la fuerte influencia ocasionados por los spots publicitarios difundidos por el canal 5Tv Panamericana Televisión.
3. La conducta de los habitantes del AA.HH. La florida es muy flexible e inestable, por su situación de emigrantes, por eso, con gran facilidad se dejan influenciar por los spots publicitario y consecuentemente adquieren nuevos hábitos y formas de vida.
4. Los spots publicitarios crean necesidades superfluas en los televidentes, orientadas al consumo de bienes totalmente alejados de su realidad, tal es el caso del AA.HH. La Florida.

2.1.3.2. Aceval Cienfuegos, Himbler Jacyson

Tesis: Influencia del programa 'Esto es Guerra' en la comunicación asertiva de los estudiantes del 5to año de secundaria del colegio nacional de Aplicación de la Unheval de Huánuco -2015

Conclusiones:

1. Acerca de los hábitos televisivos, se observa que el promedio de horas continuas viendo la televisión es de 2-4 horas (60,5% (23).
2. En cuanto a los programas de televisión de preferencia se observa que el 36,8% (14) de los estudiantes en estudio prefieren ver programas de entretenimiento, seguido de un 18,5% (6) ven programas culturales/divulgativos y un 15,8% (6) ven programas informativos y películas de ficción; de la misma manera, se puede observar que entre los programas de

televisión de entretenimiento son los Reality-Shows (28,9% (11) y los concursos 26,3% (10).

3. En tanto a la identificación con los personajes del programa concurso 'Esto es Guerra', se observa que el 92,1% (35) de los estudiantes en estudio no se encuentran identificados con el programa y solo el 7,9% (3) regularmente se encuentra identificado.
4. Referente a la percepción de la producción del programa concurso 'Esto es guerra', se aprecia que la mitad de los estudiantes tienen una percepción muy mala 50% (19), seguida de mala 34,2% (13), 10,5% (4) regular y un mínimo de estudiantes refiere ser buena 5,3% (2).
5. Sobre la influencia del comportamiento y actitudes de erotismo y sexualidad que demuestran los personajes del programa concurso 'Esto es guerra', un 81,6% (31) de los estudiantes en estudio respondieron que no hay ninguna, aunque en porcentajes mínimos de 18,4% (7) refieren algunas veces.

2.1.3.3. Teodor Ordoñez, Sherly Ybeth

Tesis: Influencia del programa reality 'Esto es guerra' en la violencia de género en adolescentes de la institución educativa Nuestra Señora de las Mercedes – Huánuco 2017

Conclusiones:

1. Respecto a la exposición al programa Reality 'Esto es Guerra', se encontró que el 57,3% de adolescentes acostumbran ver este programa reality; mientras que el 42,7% restante no

observan este tipo de programa, evidenciándose que la mayoría de adolescentes son televidentes asiduos de este programa reality en su vida cotidiana, y por tanto, se expone de manera frecuente a los contenidos y secuencias de este programa en su programación televisiva diaria.

2. En cuanto a la violencia de género, se evidenció que el 74,5% de adolescentes entrevistados señalaron que no presentan este tipo de violencia en su relación de pareja; y el 25,5% refirieron que sí presentan episodios de violencia de género en su vida cotidiana; identificándose que la violencia de género se constituye en una problemática latente en esta institución educativa, que se manifiesta de manera preponderante en los adolescentes que tienen una relación de pareja o enamoramiento.
3. Al analizar la relación entre las variables se pudo concluir que el Programa Reality 'Esto es Guerra' influye de manera significativa en la formación de conductas de violencia de género de los adolescentes de la institución educativa Nuestra Señora de las Mercedes –Huánuco 2017; siendo este resultados estadísticamente significativo ($\chi^2= 14,992$; $p=0,000$); encontrándose que la mayoría de adolescentes que presentaron episodios de violencia de género fueron aquellos que acostumbraban sintonizar o ver el programa reality 'Esto es Guerra'.

4. Se encontró que el contenido del programa reality 'Esto es Guerra' influye en el desarrollo de las conductas de violencia de género en la muestra en estudio ($X^2= 10.291$ $p= 0,001$); apreciándose que el 19,1% de adolescentes que consideraron que el contenido del programa reality era violento, fueron los que presentaron episodios de violencia de género en su interrelación con personas del género opuesto.
5. Y, por último, se identificó que los personajes del programa reality 'Esto es guerra' influyen en el desarrollo de las conductas de violencia de género en la muestra en estudio ($X^2= 5,722$ $p= 0,017$); evidenciándose que el 19,7% de adolescentes que señalaron que los personajes del programa reality eran violentos, fueron los que tuvieron conductas de violencia de género en sus relaciones de pareja o con personas del sexo opuesto.

2.2. Bases teóricas:

2.2.1 La Televisión:

El concepto de televisión, por lo influyente que se ha vuelto durante muchos años, ha trascendido a lo que someramente el Diccionario de la Real Academia Española lo denomina como un aparato o sistema de transmisión de imágenes a distancia, que en la emisora se transforman en ondas electromagnéticas y se recuperan en el aparato receptor. Su transcendencia conceptual se puede ver en la percepción que diferentes pensadores tienen sobre ella, como por ejemplo el escritor vienés Karl Popper, en su última

obra denominada 'Televisión es mala maestra', conceptualiza a la televisión como un elemento negativo para la sociedad, elemento –para él- que incluso pone en riesgo la misma democracia, razón por la cual la idea del vienes era que 'una democracia no puede existir sino se somete a control a la televisión, que se ha convertido en un poder político colosal, potencialmente, se podría decir, el más importante de todos, como si fuese Dios mismo quien hablara'. No es el único filósofo contemporáneo, tenemos también al alemán Herbert Marcuse quien refirió que los medios deberían ser intervenidos, refiriéndose sobre todo a la televisión. Frente a esto y no tanto contraponiéndose, porque la referencia que se hace con los medios es poniendo como principio la responsabilidad, hacemos referencia a los dos renombrados economistas Daron Acemoglu y James A. Robinson, quienes en su libro 'Por qué fracasan los países', sostienen que la democracia será posible si se garantiza la libre expresión y ejercicio de los medios de comunicación.

2.2.2 Programas televisivos:

Los programas de televisión son los espacios audiovisuales con contenido y con título, que tiene la finalidad de captar la atención del televidente o tele espectador, finalidad que se expresa en diferentes géneros, ya sea para entretener, informar, publicitar, propagandizar. Uno de estos diferentes géneros para el estudio de nuestra investigación es el reality show:

2.2.2.1. Reality Show

Es necesario conocer primero el significado del término Reality Show, para saber de qué se trata. Reality Show es un término inglés siendo realidad la traducción de Reality, y show espectáculo, que al conjugar ambas palabras no sería más que el significado de 'espectáculo de la

realidad', que luego se le dio variantes como 'demostración de la realidad', que llevado a la televisión, tomaría el nombre de Telerrealidad, o como Uberto Eco lo denominaría programa de la neo-televisión.³ Obviamente que la 'traducción' como Telerrealidad, 'espectáculo de la realidad' o Neo-televisión, no se masificaron en el habla hispano sino, al contrario, fue el término inglés que prácticamente se adaptó a nuestro idioma español para quedar simplemente como Reality Show. Y qué es y quiénes actúan en un reality show. El reality show se convirtió en un formato televisivo donde se muestra sucesos reales, o así pretenden hacerlos pasar, a las personas comunes en un determinado espacio. Y aquí viene la parte más importante de este formato televisivo. Una de las características para ser un reality show es que sus protagonistas son personas reales, vale decir que son personas que no tienen que imitar a ningún personaje ni mucho menos seguir un guion o libreto, así esté siguiendo lineamientos el protagonista tiene que dar a entender a sus observadores o televidentes que sus acciones son naturales y nada armado. Estos protagonistas son reunidos en una casa, un departamento, o en todo caso en un escenario donde se pueda ver como si estuvieran en su casa, donde la convivencia ante las cámaras es importante para que la población día a día pueda seguir de cerca qué es lo que hacen sus nuevos y desconocidos personajes que actúan mostrando sus intimidades. ¿Y cómo los eligen? Las productoras de televisión realizan todo un concurso o casting, para elegir como parte de los miembros del reality show. Si en los

principios se vio como un experimento, éste se transformó como combustible para la morbosidad de los televidentes, con lo que quedaría como tal. Pero vayamos a ver los antecedentes del reality show.

Medina y Villarreal, 1998, en su investigación indicaron que en los años 40 y 60, antes, durante y después de la guerras mundiales, surgió programas que hacían 'interactuar' a los televidentes, ¿de qué manera? Buscando a familiares desaparecidos, lo que generaba en el espectador una sensación de morbo, curiosidad, el gran triunfo que obtuvo este tipo de programas fue lograr que los espectadores se identificaran con las historias de los protagonistas o les despertara curiosidad.⁴ Durante este periodo, en 1948, el primer programa reality show fue Candy Camere en Estados Unidos, programa del tipo 'cámara oculta'; dos años más tarde inicios del 50', en EE.UU. aparecieron concursos como 'Mis América'.

Ya en los 70' los programas de reality show comenzaron a añadir más elementos a su contenido, de tal manera que aparecieron los programas con familias, concursos con premios, regalos y de a poco se daba bastante importancia a la vida del protagonista, generando así para más adelante la vida en directo de los concursante en directo. Llegaron los 90', y los reality show, como género, se convirtió en un boom, porque los productores comenzaron a transmitir la vida cotidiana de las actividades de sectores de la sociedad, y los presentaban sutilmente como el día a día en las comisarías, hospitales, y otras instituciones que fácilmente eran convencidos por

la pantalla chica. Los reality show eran exitosos y seguía despegando. En Holanda apareció la primera edición del programa 'Gran Hermano', un 16 de setiembre de 1999, claro que el verdadero título estaba en inglés 'Big Brother', lo que serviría de insumo para su propagación al resto del planeta, como el caso de España donde surgen programas denominados 'blancos' y 'familiares', 'Sorpresa, Sorpresa' o 'Lo que necesita es amor'.

¿Gran Hermano, de qué se trataba para tal éxito?

Este reality show consistió en hacer convivir a un grupo de 12 jóvenes totalmente desconocido entre ellos, los mismos que fueron seleccionados a través de un casting, para que convivan en una casa ya diseñada para vigilarlos durante las 24 horas del día, porque en todos los ambientes habían instalado cámaras y micrófonos ocultos. Los jóvenes convivientes se les habían prohibido tener cualquier tipo de contacto con el exterior, por lo que les habían privado de televisión, radio, internet, música, libros, etc. Para hacerlo más interesante esta producción, decidieron hacer girar en cuatro bases bien definidas: La vuelta a lo básico en su rutina diaria, el sistema de eliminaciones, las pruebas semanales propuestas por Gran Hermano y el confesionario, donde los participantes expresaban sus pensamientos, sentimientos, deseos entre otros. Dentro de un proceso de votación secreta, cada semana los concursantes dan los nombres de los compañeros que quieren ver fuera de la casa. Finalmente, los que obtienen la mayor puntuación son los nominados. Siempre añadiendo nuevos factores

como el poder de veto, la nominación por parte de la audiencia, las cartas, entre otros.

Tras una semana aproximadamente, se les comunica la decisión de la audiencia, que ha estado votando para decidir quién debe ser expulsado. En ese mismo instante, el concursante elegido debe abandonar la casa. Comienza entonces una entrevista en primicia para el programa. El último que permanezca en la casa será el ganador de una buena suma de dinero, la cual ha variado notablemente entre las diferentes versiones internacionales.

Inicialmente, la casa en la que tenían que convivir durante el concurso era muy básica, como suficiente la de contar con agua, energía eléctrica, muebles comida, prohibiendo cualquier tipo de lujo. Esto añadía un elemento de supervivencia al concurso, incrementando así la posibilidad de crear tensión en la casa. Ahora, en cambio, casi todas las versiones cuentan con una casa completamente equipada y acondicionada con la última tecnología, además de otros lujos como sauna, *jacuzzi*, suite VIP, etc.

Como obligación, los concursantes tienen diferentes tareas para mantener la casa, y deben afrontar las pruebas semanales propuestas por el equipo de producción, que se dirige a ellos a través de la voz, nunca la imagen, del *Gran Hermano*. Las pruebas son diseñadas para comprobar su capacidad de trabajo en equipo y su espíritu de comunidad. Los habitantes de la casa tienen un presupuesto semanal para adquirir comida y otros productos necesarios que variará según superen o no las pruebas.

El programa está hermanado con internet. Los resúmenes diarios son necesariamente editados, por lo que el concurso es emitido en muchos países, sin interrupciones, en la red. Este proceso ha sido tan exitoso que se ha comenzado a cobrar por este servicio. En algunos países, la emisión en internet fue suplementada con actualizaciones vía correo electrónico, WAP o SMS. La convivencia es además emitida en muchas ocasiones a través de plataformas de televisión digital.

Independientemente del rechazo que ha generado en distintos medios, el programa ha sido un éxito comercial en todo el mundo. Las críticas se centran básicamente en que los aspectos irónicos de la obra de George Orwell son adaptados erróneamente con el único propósito de crear entretenimiento para grandes masas. Más concretamente, la naturaleza *voyeurística* del formato, donde los concursantes acceden voluntariamente a ceder su privacidad a cambio de un premio, ha sido origen de grandes controversias.

Por este motivo, las pretensiones científicas con las que se inició el programa han sido puestas en duda por la comunidad académica sistemáticamente, aunque algunos antropólogos, sociólogos y filósofos hayan utilizado el éxito del concurso para estudiar la cultura de masas y el fenómeno pop en las nuevas generaciones.

Es en Holanda donde se descubre lo lucrativo que puede ser para la publicidad de las empresas, y de aquí los españoles la adaptan.

Es cierto que los españoles también tuvieron su programa reality show, con el título '¿Quiere usted ser torero?', emitido en 1949, pero

lo que marcó un antes y un después para los españoles, fue el programa 'Gran Hermano', emitido un 23 de abril del 2000 en TeleCinco, conducido por la presentadora Mercedes Milá. Este programa tuvo gran acogida que superó todos los niveles de rating, registrando un 36% de share en la primera gala y cerrando en su gran final con un sorprendente e histórico 70,8%. Su primera edición se convertiría en la más vista de la historia del reality show con el promedio porcentual de 51,2% equivalente a un 9,885.000 espectadores, simplemente abismal. A raíz de este rotundo éxito los españoles aprovecharon seguir cosechando estrenando programas como 'Superivivientes', emitido en el canal TeleCinco, que luego pasaría a formar parte de Antena 3, pero con el nombre de 'La Isla de los Famosos', continuando con otra producción denominada 'El bus' que tenía casi la misma trama de la primera emisión de 'Gran hermano', con la diferencia que el encierro ya no era una casa sino un autobús que recorría las diferentes provincias españolas. A pesar de todos los esfuerzos solo llegaron a un 24%, por lo que los directivos ya no volvieron a renovar más el formato.

Esta corriente no se quedó en Europa, los americanos también lo adoptamos, siendo EE.UU. el principal país a donde llegó, luego pasaría a toda Latinoamérica. Así como la teoría Asiática de Alex Hrdlicka, quien sostiene, como uno de los aspectos para el poblamiento de América, que el hombre tuvo que pasar por el estrecho o 'puente de Beringia' y desde el norte empezó el

poblamiento de nuestro continente, algo así pasó con estos programas Reality Show, por eso

Así se puede decir que los Reality Shows surgen como plataforma donde la gente descubre, se identifica y se inmiscuye en los problemas reales o, en su mayoría, armados de otras personas, bajo el manto de una competencia por un premio, lo que mantiene concentrados a los televidentes, y donde las empresas auspiciadoras aprovechan de propagandizar sus productos.

Influencia de los realty show:

Si bien es cierto que los medios de comunicación, en especial las audiovisuales, generan una tremenda influencia en los televidentes, investigaciones que ya vienen desde los estudios que hiciera el escritor Herberth Marshal McLuhan, cuando refería que 'los mensajes emitidos por los medios (electrónicos) no se limitan a un contenido o a una mera información sino que una de sus características es modificar el movimiento de las relaciones y las actividades humanas',⁵ hay programas que se crearon específicamente para atraer a aún más a los televidentes y mantenerlos concentrados, tal como son los realty show, donde la temática de esas producciones televisivas se basan directamente en hacer público la vida íntima de los personajes que trabajan dentro de esos programas, reales y otras veces inventadas (lo que comúnmente suele señalarse en los medios como eventos armados), generando así una atmósfera de suspenso en el espectador para con la vida de cada uno de sus personajes. El chisme, la exposición de la vida íntima, de sus problemas y otras miserias genera

en el espectador las ansias de saber qué es lo que sucederá con sus personajes, cómo acabará, y eso –que linda con el morbo- es lo que termina haciendo del espectador una persona adicta a ese tipo de programas. Al meterse en la vida íntima de esos personajes el televidente no solo se queda viendo sino, como todo ser humano, tiende a imitar el comportamiento de los concursantes, imitación que se da sin una previa evaluación de que ese tipo de programas solo genera problemas en tema de identidad, porque recordemos que los personajes que suelen concursar en estos programas son forjados, con rasgos casi extranjerizados, que nada les acerca con las culturas y sociedades de nuestro país. Otro problema que también genera es en el campo de la nutrición, donde el televidente al verse bombardeado de productos publicitados dentro de la programación y en los cortes comerciales, no les da tiempo de sopesar si el producto que les es ‘vendido’ es realmente nutritivo o no, o cuán dañino puede ser para la salud de la persona, esta falta de criterio es secundado por el gusto y disgustos que muestran los participantes de los reality show, en los diferentes medios de comunicación, como es el último caso de una concursante de programas de estos formatos, nos referimos a Alessia Drago, quien no tuvo reparo alguno al decir por su cuenta de Instagram que le da asco el emoliente, una bebida hecha a base de hierbas, curativa por cierto (05 de marzo 2019). O como cuando los participantes de ‘Esto es Guerra’ (Angie y Gino) tienen como reto comer el suri, potaje típico de la selva, quienes en sus rostros se ve la expresión de querer vomitar, sin saber siquiera que el suri tiene

grandes aportes proteicos (Programa del 27/02/15), o la participante Katty cuya expresión es de rechazo cuando es obligada a comer la nariz del cerdo. Igual, en el programa del 09/10/2015 presentan a la participante Michelle quien recibe con mucho desagrado comer mazamorra de ojo de pescado, igual lo hacen con la cebolla; o, lo más indignante, cuando a la participante Laura le toca, como reto, comer mazamorra de Tocosh, donde no solo la participante pone una expresión de tristeza, como si lo que va comer es basura, sino también se les escucha a los demás participantes decir 'qué asco, qué asco' y se tapan la boca en señal de evitar un vómito (<https://www.youtube.com/watch?v=ElAIPjsZla4>). ¿Qué mensaje se les da a los niños, ese sector que tiene problemas de anemia y desnutrición crónica infantil, del sector que más audiencia tiene? Ni qué decir en la moda que ellos influyen en los niños, adolescentes y jóvenes, que no solo se basa el vestimenta o look, sino también en la fisonomía extranjerizada (en caso de algunos peruanos) y el porte físico, como punto primordial para lograr éxito.

Los reality show a lo largo de su existencia fue escalando y tomando nuevas estrategias, tales como no solo quedarse en el horario del programa que se transmite, sino venderse dentro de programas de noticieros y hacer creer a la población que la vida íntima de un concursante también puede ser vendida como si se tratara de una necesidad pública e interés nacional.

2.2.2.2. Programas de concurso.

Los programas de concurso están producidos para mantener captado al espectador manteniéndole a la expectativa cuál de sus personajes favoritos pueden ganar o quién desee que pierda, pero lo malo en este tipo de programas se genera violencia física y verbal, que un niño o adolescente al ver este tipo de comportamientos que no solo no son castigados por el canal que lo transmite sino son aplaudidos y hasta justificados por los mismos televidentes. Diferentes estudios realizados sobre todo por psicólogos, han coincidido en que si a un niño se le somete a ver la televisión donde hay mucha violencia contra personas que no son de su grupo, terminará imitándolo y, peor aún, pensará que perder el control en un juego debe tener como consecuencia las agresiones verbales y física, el niño al ver estos espectáculos va imitar tal como Gadow y Sprafkin (1989) indicaron a los 29 bomberos.

Para Gadow y Sprafkin (1989) “el hecho de ver en la pantalla de TV conductas agresivas, inducirá una conducta similar en los niños los que la aprenderán por imitación”.⁶

Los niños también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables y perfectamente funcionales.

2.2.3. Teorías sobre la adolescencia

Granville Stanley Hall (1884-1924), pedagogo y psicólogo estadounidense, es considerado el precursor del estudio científico de la adolescencia, a partir de la publicación en 1904, de dos volúmenes titulados ‘Adolescence’. Hall

aplicó el punto de vista evolucionista del naturalista inglés Charles Darwin a la hora de conceptualizar el desarrollo adolescente. Así, el factor principal del desarrollo, para él, residía en factores fisiológicos genéticamente determinados, siendo el ambiente un factor secundario.⁷ Sin embargo, reconocía que en la adolescencia los factores ambientales jugaban un papel mayor que en periodos anteriores y que era necesario contemplar dinámicamente la interacción entre la herencia y las influencias ambientales para determinar el curso del desarrollo de los jóvenes en este periodo. La idea central de Hall fue la de identificar la adolescencia como un periodo turbulento dominado por los conflictos y los cambios anímicos (un periodo de "tormenta y estrés", expresión tomada de la literatura romántica alemana), claramente diferenciado de la infancia, y en que el adolescente experimenta como un nuevo nacimiento como ser biológico y social. Ya hemos visto como frente a esta visión biologicista y de crisis, autores como Margaret Mead contraponen, desde un punto de vista antropológico, una visión sociocultural donde los aspectos biológicos tienen una relevancia menor y en la que los aspectos críticos del curso adolescente son relativos a la cultura de una determinada sociedad. En la actualidad, las concepciones principales sobre la adolescencia se pueden resumir en tres tendencias dominantes (Delval, 1996): la perspectiva **psicoanalítica**, la **cognitivo-evolutiva** y la **sociológica**.⁸ Cada una de ellas explica aspectos particulares del cambio adolescente partiendo de sus presupuestos teóricos. En la perspectiva **psicoanalista** explica la adolescencia el resultado del brote pulsional que se produce por la pubertad (etapa genital), que altera el equilibrio psíquico alcanzado durante la infancia (etapa de latencia). Este

desequilibrio incrementa el grado de vulnerabilidad del individuo y puede dar lugar a procesos de desajuste y crisis, en los cuales están implicados mecanismos de defensa psicológicos (fundamentalmente la represión de impulsos amenazantes) en ocasiones inadaptables. Con la pubertad se inicia la fase genital en el individuo, que se prolonga hasta la edad adulta. En esta fase se produce una reactivación de los impulsos sexuales (reprimidos durante la fase de latencia anterior, correspondiente a la infancia a partir de los seis años) que conduce al individuo a buscar objetos amorosos fuera del ámbito familiar y a modificar los vínculos establecidos hasta ese momento con los padres. Este proceso se interpreta como una recapitulación de procesos libidinales previos, especialmente los referidos a la primera infancia, semejantes a un segundo proceso de individuación. Así, el adolescente está impulsado por una búsqueda de independencia, esta vez de índole afectiva, que supone romper los vínculos afectivos de dependencia anteriores. Durante el periodo de ruptura y sustitución de vínculos afectivos, el adolescente experimenta regresiones en el comportamiento, tales como la de identificarse con personajes famosos, sean estas artistas, deportistas o actores. Existe esa combinación con ideales abstractos pegados a la belleza, la religión, la política o la filosofía. Y la inestabilidad emocional en las parejas, el conflicto entre los deseos y los pensamientos, el cambio repentino en los estados de ánimo y comportamiento, la actitud de rebeldía y el no estar conforme con nada, hacen de esto estados de ambivalencia. En conjunto, el individuo tiene que ir construyendo una noción de identidad personal que implica una unidad y continuidad del yo frente a los cambios del ambiente y del crecimiento

individual. Debe integrar los cambios sufridos en los distintos aspectos del yo (por ejemplo en el ámbito de su autoimagen y autoconcepto) y establecer procesos de identificación y compromiso respecto a valores, actitudes y proyectos de vida que guíen su tránsito a la vida adulta. En este proceso, el sujeto puede experimentar crisis de difusión de la identidad (expresadas en el esfuerzo de los adolescentes por definirse, sobredefinirse y redefinirse a sí mismos) con resultados inciertos. Entonces, el psicoanálisis se basa en los factores internos en el curso adolescente, lo que genera conflictos en la integración de la sociedad, sea menor o mayor.

*Desde la perspectiva **cognitivo-evolutiva*** y tomando como referencia al epistemólogo, psicólogo y biólogo suizo, considerado el padre de la epistemología genética, la adolescencia es vista como un periodo en el que se producen importantes cambios en las capacidades cognitivas (), y por tanto, en el pensamiento de los jóvenes, asociados a procesos de inserción en la sociedad adulta. Durante esta etapa los jóvenes acceden en un grado u otro a formas de razonamiento propias de lo que se denomina pensamiento formal, que serán tratadas con mayor detalle en el capítulo siguiente de este volumen. Estas nuevas capacidades cognitivas les capacita para el desarrollo de un pensamiento autónomo, crítico, que aplicará en su perspectiva sobre la sociedad y en la elaboración de proyectos de vida. Desde esta perspectiva la adolescencia se produce, pues, por una interacción entre factores individuales y sociales.

Y por último, *desde el punto de vista **sociológica***, la adolescencia es el periodo en el que los jóvenes tienen que consumir los procesos de socialización a través de la incorporación de valores y creencias de la

sociedad en la que viven y la adopción de determinados papeles o roles sociales. Por eso en este punto de vista la adolescencia es vista como el resultado individual de las tensiones que se generan en el ámbito social, cuando las generaciones de jóvenes reclaman un estatus de independencia en la sociedad, es decir pasan de una condición de dependencia a otra contraria, independencia. La situación de segregación social de la que provienen y el alargamiento de los procesos de tránsito a la sociedad adulta les colocan en una situación de vulnerabilidad. Por tanto, aquí la adolescencia se atribuye principalmente a causas y factores sociales, externos al individuo.

2.2.4. Conductas.

Siempre hubo esa confusión entre lo que es carácter, comportamiento y conducta, por eso, para tratar este tema de conductas negativas, existe la necesidad de explicar de manera general cada una de ellas:

2.2.4.1. El Carácter.

El carácter es la manifestación de las cualidades interiores que posee un individuo. Si bien puede haber rasgos generales asimilables con otros, cada uno configura un patrón propio. Temas como sus intereses particulares, los valores, la moral y la visión del mundo son parte de este rasgo distintivo, además de la forma en que articula sus pensamientos e ideas. Como cada persona tiene un carácter diferente, es difícil poder cambiar de raíz esta cualidad en otro. Incluso existen investigaciones que señalan que algunos rasgos del carácter, la misma que define la personalidad, pueden ser heredados.

2.2.4.2. El comportamiento

El comportamiento es la forma de actuar de cada individuo. Es la exteriorización de su ser interior. Esta forma se sustenta en las acciones y las reacciones que lleva adelante, y, a diferencia del carácter, se puede cambiar. Es así que una misma persona puede tener distinto tipo de comportamiento, según el entorno en el que se desenvuelve. Así hay personas que en la vida social se manifiestan de una manera y en la vida familiar de otra manera, ambas muy distintas y en muchos casos, hasta diametralmente opuestos.

2.2.4.3. La Conducta.

La conducta aparece como una escala de valoración social de la interrelación que existe entre el carácter y el comportamiento. Las acciones en la sociedad o mundo exterior, la que conocemos como comportamiento, marcadas por el carácter, que es lo nuestro o lo interior, conforman la conducta, que no es otra cosa más que la forma cómo nos conducimos en el mundo, con la diferencia que ésta se hace como una construcción de pilares internos que derivan de hechos de impacto social, en positivo o negativo.

Si bien es cierto, el tema de conductas –en este caso conductas negativas- es más de índole de la especialidad de la psicología, para nuestro trabajo vamos a ver un concepto más general, porque en esto se basa nuestra investigación. De esta manera las conductas negativas se pueden definir como aquellas que no va de acuerdo a los cánones sociales, como la obediencia por ejemplo. Estas conductas empiezan a manifestarse a partir de los cinco años de

edad, donde los niños ya tiene nociones básicas de qué cosas son buenas y qué cosas no, como por ejemplo tirar las cosas al piso está mal, orinarse en la sala está mal, gritar y no obedecer a los padres está mal, y tantos otros casos que se puede citar. La desobediencia a estas reglas primerizas implantadas por los padres se les conoce como conductas negativas, claro que este rompimiento de reglas puede tener gradualidades que pueden ir desde faltas simples hasta faltas graves, según la edad que puede tener el sujeto de estudio. Hasta un momento dado las conductas negativas se pensaba que era solo porque no estaba aprendiendo bien las enseñanzas impartidas por los padres. En las investigaciones que realizaron estudios de la psicología determinaron que las conductas negativas también podrían deberse a un 'Trastorno por déficit de Atención e Hiperactividad' (TDAH), que la padecen un sector de la población infantil, este trastorno es biológico, de origen neurológico, provocado –según los estudios- por la noradrenalina y la dopamina, neurotransmisores cerebrales que controlan las áreas del cerebro responsables del autocontrol y la inhibición del comportamiento inadecuado. Por otro lado tenemos a los niños que tienen mala conducta y que no padecen el TDAH, estos tienen otras causas, como el sentir que no tiene la suficiente atención y hará todo para llamar dicha atención, o el que se dé cuenta que el que se encarga de dar las reglas no la cumple, no hay coherencia, entonces en el niño o adolescente terminará desencadenando en un acto de rebeldía. En ambos casos, los que la padecen el TDAH y las que

no, al estar expuestos a un programa que normaliza el mal comportamiento, como son los reality show, donde sus personajes se comportan mal y no les pasa nada, reforzaría las conductas negativas que desde la infancia trataron de reprimirla y, entrado a la etapa más difícil que es la adolescencia, esto se volvería una bomba de tiempo para el adolescente quien al estar en busca de un referente, de un superhéroe a quien imitar termina copiando a los personajes que son vendidos por la televisión como modelos.

2.2.4.1 Principios del conductismo

Ahora vayamos a ver los principios fundamentales que suman a las teorías conductuales. Según los psicólogos Violeta Arancibia C, Paulina Herrera P. y Katherine Strasser S., en su libro Manual de Psicología Educacional ellos explican que la conducta está regida por leyes y sujeta a las variables ambientales, como que la persona responde a las variables de su ambiente; en otras palabras, las condiciones externas estimulan a los individuos a actuar de cierta manera, ya sea realizando una conducta o evitándola. Pero también la 'conducta es un fenómeno observable e identificable y ésta puede ser modificada, por eso no se equivocan los autores cuando señalan que las conductas mal adaptativas son adquiridas a través del aprendizaje y pueden ser modificadas también por ellas.⁹

1. Tipos de aprendizaje en la teoría conductual

Dentro de la teoría conductual, el aprendizaje se puede dar desde procesos distintos, según las cuatro posturas psicológicas:

Condicionamiento clásico, Asociación por Contigüidad, Condicionamiento Operante y Observación e Imitación.

a. Condicionamiento clásico:

Esta teoría se basa en estímulos y respuestas, experimento que Iván Petrovich Pavlov, hiciera con perros a través de carne y campana, lo que se denominó estímulo y la salivación que el perro producía tras escuchar la campana era el estímulo, obviamente que Pavlov denominó a cada elemento con estímulo neutro (campanita), estímulo incondicionado (carne) dando como resultado el estímulo condicionado (salivación).¹⁰ Esta misma lógica se utilizó en la explicación de ciertos comportamientos humanos, pero luego llegó el padre del conductismo, el estadounidense John Broadus Watson, uno de los más importantes estudiosos de la psicología del siglo XX, quien sus estudios lo hizo con niños y ratas, para saber cómo ciertos estímulos podrían cambiar su perspectiva radicalmente a algo que antes consideraba no solo como algo normal sino también inofensivo. Y esto es lo que vemos en los reality shows, cuando ciertos estímulos como el sonido y los rostros de asco que ponen los competidores de Esto es Guerra al comer un producto altamente nutritivo, pero visto en el programa solo como un reto. Estos estímulos generan en los adolescentes lo mismo, al escuchar o ver los productos alimenticios que previamente ya presenciaron de los retos con la comida, al

identificar esos mismos productos lo asociará y empezará a escasear. Y lo mismo pasa en el tema las II.EE., “

“Así por ejemplo, una materia nueva en la situación de aprendizaje puede ser un estímulo neutro para el alumno, que no le provoca una respuesta emocional importante. El profesor, la sala o el ambiente que rodea al alumno, son estímulos incondicionados, que pueden ser agradables o desagradables: escritorio cómodo o incómodo, profesor amistoso o distante, etc. Si el alumno asocia la materia nueva con los estímulos agradables, probablemente presentará una respuesta condicionada de agrado frente a esa materia. Por el contrario, si asocia la materia con estímulos desagradables, probablemente responderá con desagrado a la materia”.

b. El conexionismo

El estudio de esta corriente psicológica considera que el aprendizaje se basa en el **ensayo y error**, propuesta por el psicólogo y pedagogo estadounidense Edward Lee Thorndike, que luego de señalar que esta forma de aprendizaje se da tanto en animales inferiores como en seres humanos, denominando más tarde ya no como ensayo error, sino selección y conexión. A diferencia de los experimentos anteriores que lo hicieron con perros, niños y ratas, aquí lo hicieron con gatos, que no por ‘entendimiento’ sino por un tema de azar el animal aprende a alcanzar su objetivo y según vaya acertando más y más, irá reforzándolo.

c. Aprendizaje Asociativo

Este principio señala que si dos sensaciones ocurren juntas, en forma repetida, acaban por asociarse, generando que si después una de las sensaciones es evocada, la que se transforma en estímulo, la otra sensación automáticamente también, a la cual se le denomina respuesta. Esta corriente fue propuesta por el psicólogo estadounidense Edwin Ray Guthrie (1886-1959).¹¹.

d. Condicionamiento Operante

Basado en el fortalecimiento del comportamiento a causa de un resultado favorable, a lo que se suele llamar refuerzo, generando que ese comportamiento vuelva a repetirse, dependiendo del ambiente tal como esta corriente postula. Los teóricos Edward Lee Thorndike, psicólogo y pedagogo estadounidense, y Burrhus Frederic Skinner, psicólogo, filósofo social, inventor, también estadounidense. Para estos dos psicólogos estadounidenses, son las condiciones externas como la sociedad, el ambiente, la misma historia de vida, las que determinan y explica la conducta del ser humano. Para Skinner la conducta es una variable dependiente de las consecuencias, llamado también refuerzo, explicación muy diferente al postulado en el condicionamiento clásico donde la conducta depende del estímulo que la anteceden. Skinner presenta el modelo de tres términos en que un estímulo discriminativo que es la influencia ambiental antecedente, permite la aparición de

una respuesta que es seguida de un estímulo que refuerza, a lo que llaman consecuencia, y esto aumenta la probabilidad de que la respuesta se produzca en el futuro, a menos que haya otro factor que interrumpa esa probabilidad, como puede ser el castigo.

Antecedentes-Comportamiento-Consecuencias

Refuerzo y Castigo

Es innegable que el castigo puede disminuir las probabilidades que se repitan un determinado comportamiento, todo lo contrario si es que se trata de un refuerzo. Pero definamos ambos conceptos:

1. Refuerzo

El refuerzo es la acción de repetir una conducta después de un efecto provocado, así podemos tener entre refuerzo positivo y refuerzo negativo. Los refuerzos positivos son aquellas acciones que al ser presentadas aumentan la probabilidad de que vuelva a ocurrir, en cambio en los refuerzos negativos, las acciones al ser quitadas aumentan la probabilidad de que la respuesta vuelva a ocurrir.

Así mismo es necesario saber que los refuerzos también se clasifican en primarios y secundarios. Los refuerzos primarios son los que tienen que ver con la satisfacción de necesidades biológicas, comidas y bebidas, mientras que los refuerzos secundarios son aprendidos por asociación con los primarios.

Según los teóricos, no para todos funciona un mismo refuerzo.

2. Castigo

El castigo es la disminución en la conducta mediante la manipulación de las consecuencias, por lo que tiene que ser inmediato para evita que la conducta se vuelva a repetir. Aquí también hay tipos de castigo, como castigo positivo y castigo negativo. El castigo positivo no es más que cuando la persona recibe una acción desagradable, mientras que el castigo negativo es todo lo contrario, al sujeto se le quita una acción o acto agradable.

‘Para que un castigo o refuerzo sea efectivo, debe cumplir con ciertas condiciones. La primera, es la contingencia temporal, que significa que el castigo será más efectivo mientras menor sea el intervalo de tiempo que transcurra entre el comportamiento indeseado y el castigo. La segunda se refiere a la constancia; esto implica que el castigo será efectivo cuanto más constante sea; no basta con castigar una conducta a veces: debe castigarse cada vez que se presente para que efectivamente disminuya su aparición. Finalmente, la eficacia depende de la medida en que se refuercen conductas alternativas. No basta con señalarle a la persona qué conducta no debe emitir, sino que además hay que señalarle qué es lo que debe hacer en cambio (Papalia y Wendkos, 1987).¹²

3. Estímulo Discriminativo

Se llama estímulo discriminativo cuando el comportamiento es modificado manipulando tanto los antecedentes como las consecuencias, para lo cual se manejan con claves o señales haciendo ver cuáles son comportamientos que lleve al sujeto a consecuencias positivas y cuáles a las negativas.

e. El aprendizaje social

Planteado por el psicólogo canadiense Albert Bandura, quien valida todos los estudios anteriores sobre los mecanismos de aprendizaje, pero sugiere también que hay otras formas de aprendizaje que son muy importantes para el desarrollo de la personalidad es el '***Aprendizaje por observación o vicario (imitación)***'. Con esta teoría explican que la mayoría de las conductas humanas son aprendidas y no innatas, que son contraladas por influencias ambientales más que fuerzas internas, por lo que la conducta modificada por consecuencias recompensatorias constituye un procedimiento importante en el aprendizaje conductual. También señalan que los mecanismos de aprendizaje son conductistas por su forma, que el aprendizaje es cognitivo. Para esta corriente el ser humano es un sujeto intencional y reflexivo, con capacidad de simbolización, previsión, vicaria (imitativa), autorregulación y autorreflexión. Y por último, que el aprendizaje se da por la observación, llamado vicario o 'modeling', porque quien lo aprende lo hace con las experiencias de otros sujetos.

Importante, es necesario saber que Bandura apunta que el aprendizaje vicario ocurre a través de cuatro etapas, el primero donde el sujeto presta atención observando al modelo, el segundo el sujeto codifica bajo formas de memoria la conducta modelada a lo que se le llama retención. El tercero es la reproducción motora de la conducta observada. Y el cuarto y último componente es la incentivación o motivación, donde el comportamiento se determina con aquella acción que se ensaya, que se modela.

2.3. Lenguaje y niveles del lenguaje:

El lenguaje, según la lingüística, es la capacidad que tiene el ser humano para poder comunicarse mediante un código lingüístico, sus deseos, sentimientos, etc. Ludwig Josef Johan Wittgenstein, autor de obras como 'Tractatus lógico-philosophicus', 'Investigaciones filosóficas', 'Cuadernos azul y marrón', señala que la realidad es lo que se puede describir con el lenguaje, aclarando que es un lenguaje puramente descriptivo y no la realidad en sí, por lo que cobrara notoriedad una de sus tan famosas frases: 'Los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo'. En el tractatus lógico pihlosophicus el autor traza límites del significado, de separar lo que puede decirse y lo que no puede decirse, por lo que los críticos del autor austriaco indican que para él no todo puede decirse de forma sensata, existen para Wittgenstein, límites a una expresión de los pensamientos.

Las clasificaciones de los niveles de lenguaje solo tienen algunas variaciones, siendo la más conocida el Nivel Subestándar, Nivel Superestándar y Nivel Estándar, las mismas que serán explicadas a continuación:

2.3.1. Nivel Subestándar:

Es aquella que es utilizada por los sectores menos educados y de bajo nivel cultural, donde la persona que lo utiliza posee un léxico muy restringido. Dentro de este nivel también se encuentran las palabras obscenas o vulgares.

2.3.2. Nivel Estándar:

En este nivel la persona utiliza una gramática reconocida por el conjunto mayoritario, que no es más ni menos que otras, vale decir que aquí la persona utiliza las mismas herramientas que el resto, igualdad en el uso, tal como señalaría el escritor español Juan Carlos Moreno Cabrera, en su libro 'La dignidad e igualdad de las lenguas'.

2.3.3. Nivel Súper estándar:

Es un nivel más avanzada de la lengua, reducido para sectores privilegiados, cuyo uso exclusivamente científico y técnico, por lo que se dice que este nivel no es común o general.

2.4. Machismo:

El machismo no es más que una creencia fuertemente marcada en la percepción de la sociedad, donde creen que los varones por ser varón son superiores a las mujeres, generando así toda una condición no solo de desigualdad en todo ámbito social sino también de menosprecio por la condición que tienen de ser mujer. Pero los diversos estudios señalan también que el machismo no necesariamente está en el varón sino también en muchas mujeres que fueron criadas y educadas en familias patriarcales. Y justamente que una de las estudiosas, compatriota nuestra, María Emma Mannarelli, en su libro 'La Domesticación de las mujeres: Patriarcado y género en la historia peruana',

señaló que las diversas agresiones desde lo físico y sexual hasta lo psicológico no es por un tema mal concebido de enfermedad mental sino por la misma concepción machista que tienen los varones, concepción que les hace ver a las mujeres como si fueran objetos sexuales que no tiene más valor que para eso. Para lo cual, en la investigación que realizó la escritora, tuvo que comparar sociedades completamente distintas, pero donde el común denominador era el sistema patriarcal con alta dosis de machismo y los resultados expuestos en los altísimos índices de agresión sexual contra las mujeres.

2.5. Definición de términos básicos:

2.5.1. Televisión: Según el DRA, es el sistema de transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas.

2.5.2. Televisión Comunicativa: Es el medio de comunicación masiva e mayor importancia, por donde se transmite los mensajes, conocimientos a la mayor cantidad de la población.

2.5.3. Ética: Es la disciplina filosófica que estudia el comportamiento de las personas delimitada entre el bien y el mal, sujeta a las normas sociales, costumbres y la moral.

2.5.4. Derecho: Es un conjunto de normas y principios reglamentados en una nación para una buena convivencia y el respeto a parámetros establecidos por su idiosincrasia, costumbres, valores.

2.5.5. Reality Show: programas de televisión basados en la transmisión de un concurso donde los participantes compiten por un premio, añadido a eso la exposición de la vida íntima, algunos ciertos y muchos creados, con la finalidad de mantener concentrado a los televidentes.

2.5.6. Conductas: Es el resultado de la interacción entre el carácter (interno) y el comportamiento (externo), todo moldeado de acuerdo al grupo social donde se desenvuelve.

2.5.7. Transculturación: Es la pérdida de la identidad de una persona para adoptar una extraña, siendo lo peligroso que al adoptar una extraña llega a negar todo lo que tiene que ver con sus raíces.

2.5.8. Adolescencia: Es una etapa del desarrollo humano donde se genera cambios no solo a nivel físico sino también a nivel psicológico. Es una etapa de transformación donde se deja una etapa para entrar a otra muy distinta que es la adultez.

HIPÓTESIS, VARIABLES, INDICADORES Y DEFINICIONES OPERACIONALES

2.6. Hipótesis generales y específicos:

2.6.1. Hipótesis General

Los adolescentes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la institución educativa Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019, ven constantemente el programa de reality show Esto es Guerra, entonces tendrán un alto grado de influencia en sus conductas.

2.6.2. Hipótesis Específico

Los adolescentes del 3er grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019, ven constantemente el programa reality show de 'Esto es Guerra' entonces han

adquirido conductas negativas de alienación, pérdida de identidad, exposición al consumo de sustancias tóxicas como el alcohol y otras drogas.

2.7. Operacionalización de variables, dimensiones e indicadores

2.7.1. Variables:

***Variable Independiente:**

Programa televisivo reality show 'Esto es Guerra'.

***Variable Dependiente:**

Conductas negativas de los adolescentes del 3er grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019.

2.7.2. Indicadores:

- Indicadores para la variable independiente:

- * Horario
- * Frecuencia
- * Duración
- * Estereotipos de personajes

- Indicadores para la variable dependiente

- * Edad
- * Sexo
- * Tipo de familia
- * Situación económica

Dimensión:

* I.E. Nuestra Señora de las Mercedes.

Variables	Dimensión	Indicadores
Variable independiente: Programa televisivo reality show 'Esto es Guerra'	Contenido Tipo de programa Mensaje	Agresivo Sexista Alienante Horario Frecuencia Duración Estereotipos de personajes

<p>Variable dependiente:</p> <p>Conductas negativas de los estudiantes del 3er grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes</p>	<p>Desobediencia</p> <p>Alienación</p> <p>Rompimiento de normas sociales</p>	<p>Edad</p> <p>Sexo</p> <p>Tipo de familia</p> <p>Situación económica</p> <p>Uso de lenguaje inadecuado</p>
--	--	---

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Nivel y tipo de investigación

El nivel de investigación con la que trabajamos es **descriptivo** porque detallamos las conductas de los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la Institución Educativa 'Nuestra Señora de las Mercedes'. Y el tipo de investigación que adoptamos es **cuantitativo** porque los resultados estarán basados al número de nuestra población.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de investigación con la que trabajamos es la **No Experimental** porque no manipulamos para nada nuestras variables, solo nos limitamos a describir el fenómeno de nuestro estudio.

UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3. Determinación del universo y población

Nuestro universo es la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes y nuestra población son los 379 estudiantes del 3er grado de secundaria del turno mañana.

3.4. Determinación de la muestra

Para determinar la muestra aplicaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)E^2 + Z^2 pq}$$

Determinando los valores:

n: Muestra

N: Población que es igual a 379 estudiantes

Z: Puntuación de confianza que es igual a 1.96

p: Probabilidad de éxito que es igual a 0.5

q: Probabilidad de fracaso que es equivalente a 0.5

E: Margen de error que es igual a 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 379}{(379 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{363.9916}{1.9054}$$
$$n = 191.03$$

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para nuestro trabajo de investigación aplicaremos las técnicas de información bibliográfica, la encuesta y la estadística y nuestros instrumentos a utilizar son las fichas de texto, cuestionario, cuadros y gráficos estadísticos.

3.6. Procesamiento y presentación de datos

Los datos recogidos se procesaron con gráficos estadísticos.

3.7. Procedimiento

El trabajo de campos se realizó con un cuestionario de 17 ítems a todos los adolescentes del 3er grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes.

ASPECTO ADMINISTRATIVO Y PRESUPUESTO

3.8. Potencial Humano

El trabajo de investigación se realizó con el asesoramiento de la docente María Jesús Rosas Valdivia.

3.9. Recursos materiales

MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
Papel bond	2	Millares	30.00
Laptop	1	50	80.00
Lapiceros	1	5	5.00
Internet	1	80	120.00
Fotocopias	2	80	12.00
Cuaderno	1	1	5.00
Pasajes	4	32	128.00
Total			S/380.00
10% de Imprevistos			S/38.00
Total			S/418.00

3.10. Recursos financieros

El trabajo de investigación es autofinanciado

CAPÍTULO 4

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados.

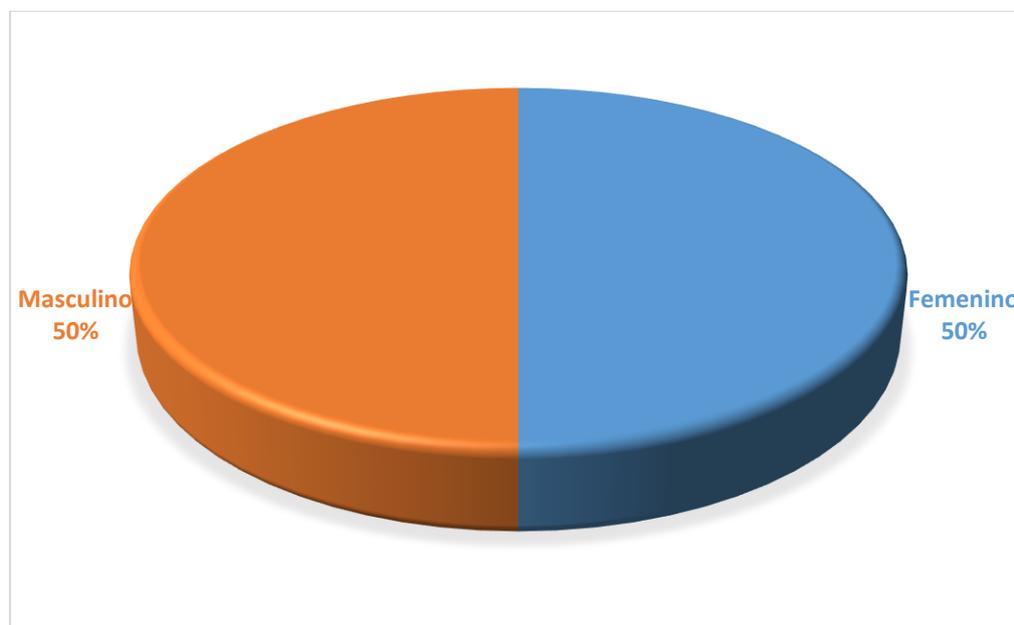
Análisis de la percepción de los adolescentes sobre el reality show 'Esto es Guerra'

La investigación se realizó con una muestra constituida por 190 estudiantes del 3° grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, adolescentes cuyas edades fluctúan entre los 13 y 15 años, de los cuales 95 son mujeres y 95 varones, los mismo que nos permitirán conocer la percepción de los adolescentes sobre el reality show Esto es Guerra.

TABLA N° 1

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
FEMENINO	95	50%
MASCULINO	95	50%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 1



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco – 2019”.

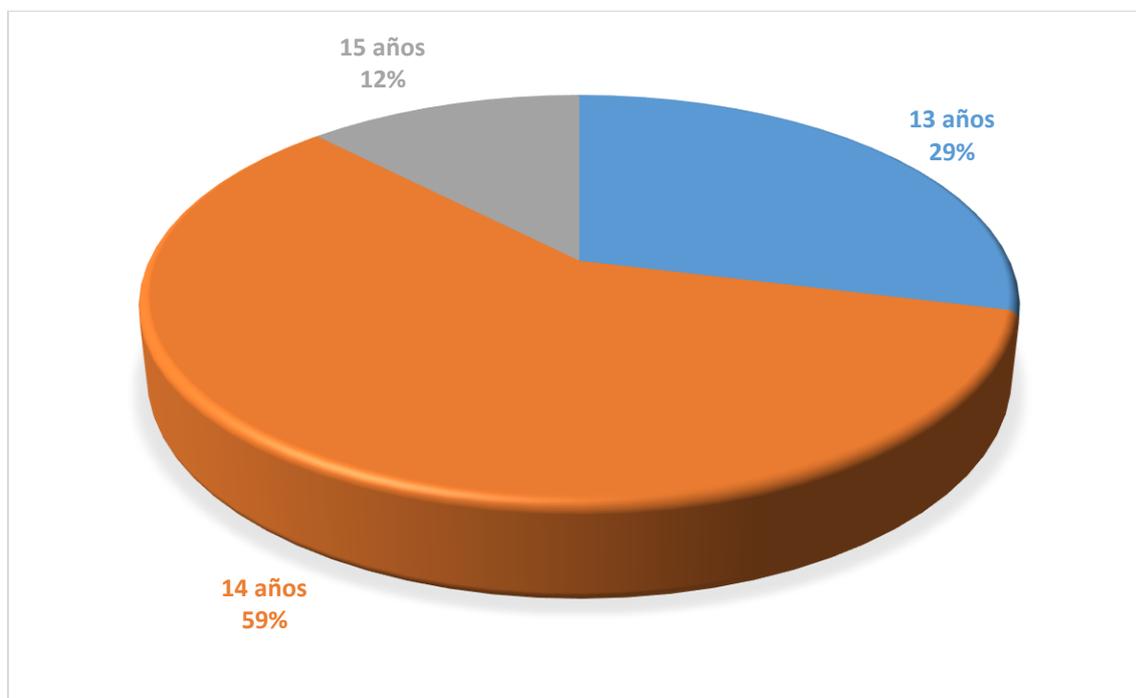
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 1, se puede ver que de los 190 estudiantes encuestados, existe una paridad en la cantidad de mujeres y varones en el tercer grado del nivel secundario del turno mañana, siendo 95 varones y 95 mujeres, haciendo un total de 190 estudiantes.

TABLA N° 2

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
13	55	29%
14	112	59%
15	23	12%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N°2



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco 2019”.

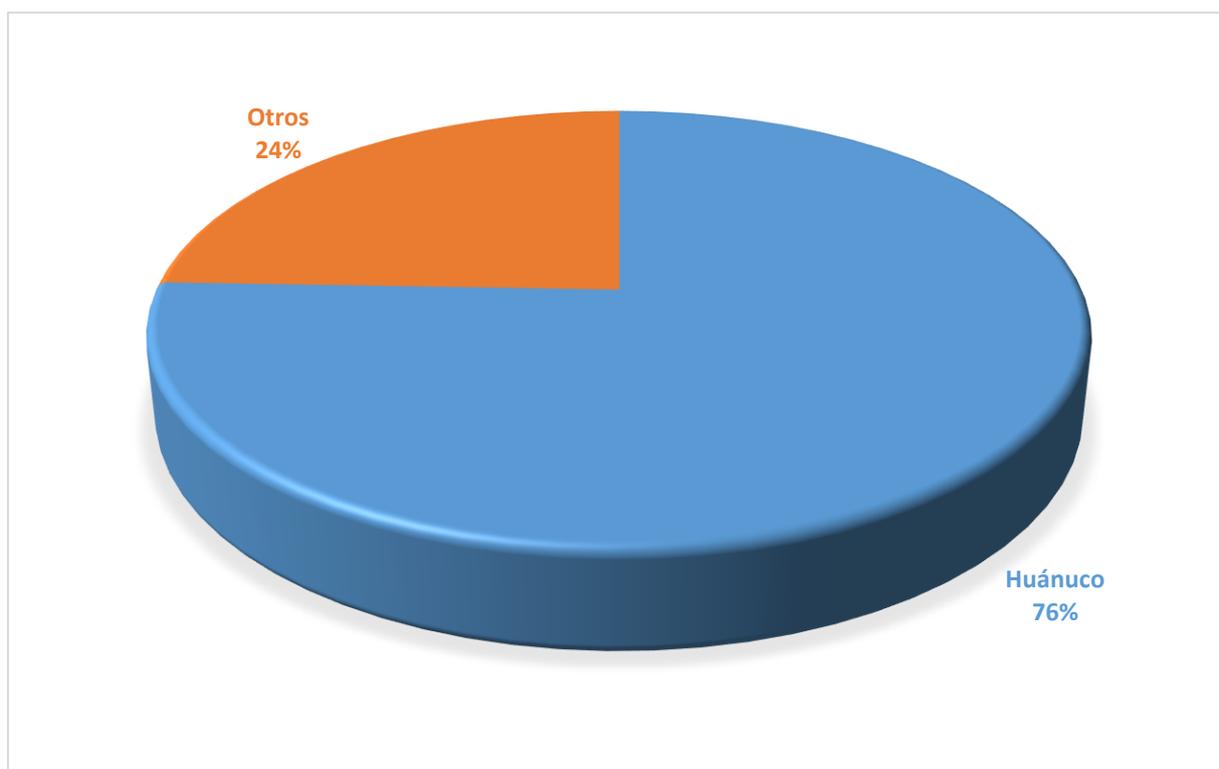
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 2, se puede observar que las edades de los adolescentes encuestados están entre los 13 y 15 años, siendo los estudiantes de 14 años los que registran el 59%, lo que representan más de la mitad de nuestra población encuestada, seguido por los estudiantes cuya edad son de 13 años representando el 29% de la población encuestada y por último una mínima cantidad, pero presente, corresponde a los estudiantes de 15 años con un 12% del total de encuestados.

TABLA N°3

LUGAR DE NACIMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
HUÁNUCO	144	76%
OTROS	46	24%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N°3



Fuente: Encuesta de la "Influencia del Reality Show 'Esto es Guerra' en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. 'Nuestra Señora de las Mercedes' de la Ciudad de Huánuco - 2019".

INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 3 se observa que los estudiantes del 3er grado del turno mañana son nacidos en Huánuco en su mayoría, representando el 76%, mientras el resto que está seleccionado en 'otros' representa el 24%.

TABLA N° 4

¿VES EL REALITY SHOW 'ESTO ES GUERRA'?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	63	33%
No	127	67%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 4



Fuente: Encuesta de la "Influencia del Reality Show 'Esto es Guerra' en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. 'Nuestra Señora de las Mercedes' de la Ciudad de Huánuco - 2019".

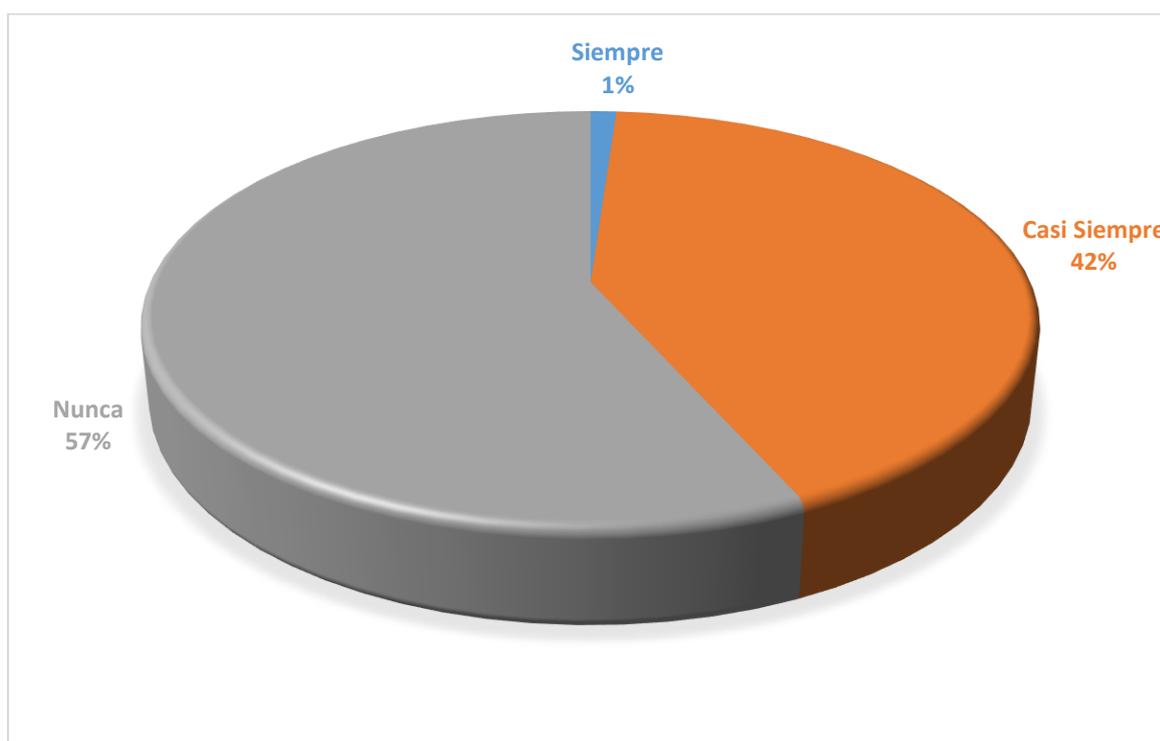
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 4 se observa que los estudiantes que ven el reality show 'Esto es Guerra' representan el 33% y los que no lo ven un 67% de la población encuestada.

TABLA N° 5

¿CON QUÉ FRECUENCIA VES EL REALITY SHOW ESTO ES GUERRA?	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	1%
CASI SIEMPRE	80	42%
NUNCA	108	57%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 5



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

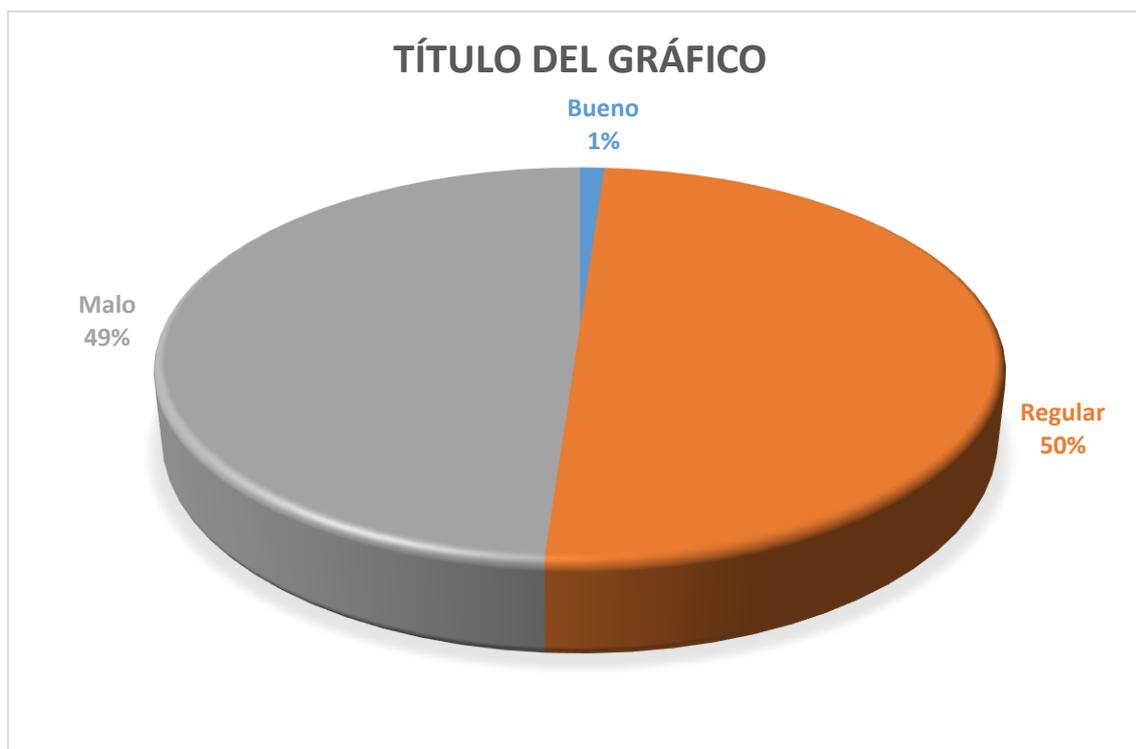
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 5 se observa que el 57% de estudiantes respondieron que nunca ven el reality show Esto es Guerra, seguido por un 42% de estudiantes que dicen ver casi siempre, y solo 1% que respondieron que siempre ven. Como se puede ver, entre los que nunca y los que siempre ven existe una gran diferencia.

TABLA N° 6

¿CÓMO CALIFICAS EL REALITY SHOW 'ESTO ES GUERRA'?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Bueno	2	1%
Regular	95	50%
Malo	93	49%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 6



Fuente: Encuesta de la "Influencia del Reality Show 'Esto es Guerra' en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. 'Nuestra Señora de las Mercedes' de la Ciudad de Huánuco - 2019".

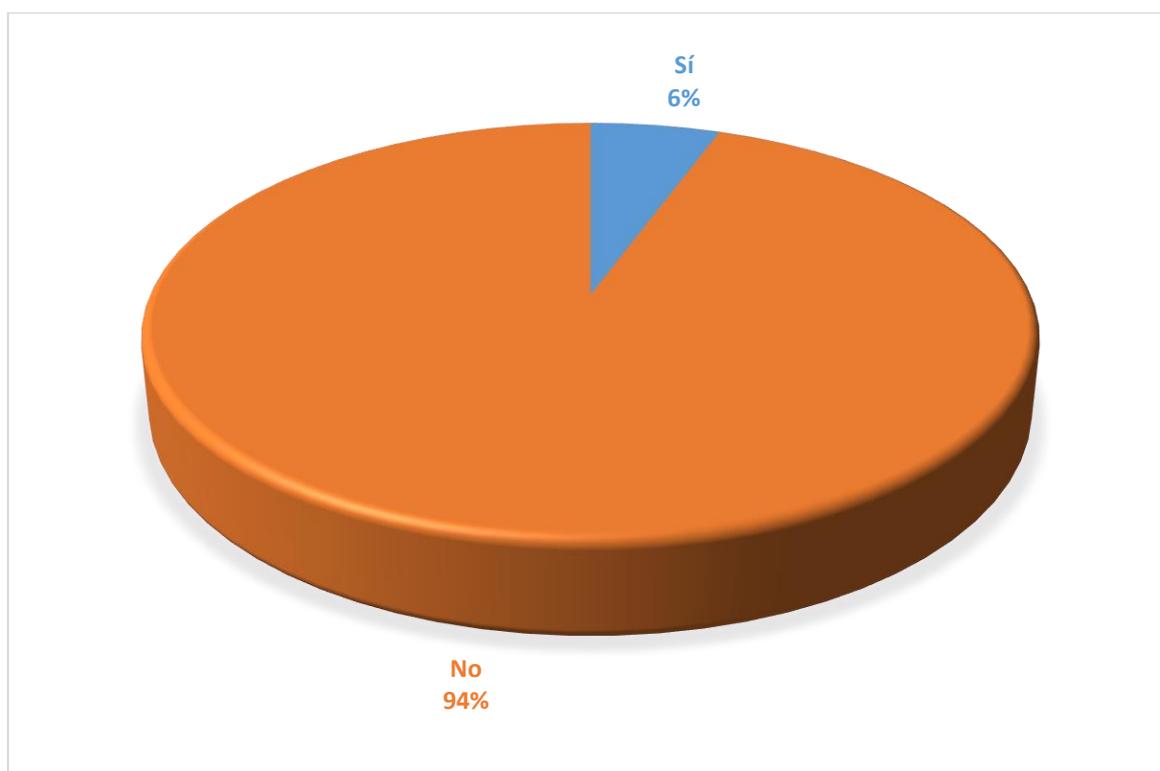
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N°6 se observa que el 49% de los estudiantes encuestados califican de malo el reality show 'Esto es Guerra', mientras un 50% de regular y solo un 1% consideran que es bueno; como se puede ver, casi la mitad de nuestra población encuestada considera que el reality show Esto es Guerra es malo.

TABLA N° 7

¿TE IDENTIFICAS CON ALGÚN PERSONAJE DEL REALITY SHOW ESTO ES GUERRA?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	11	6%
No	179	94%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 7



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

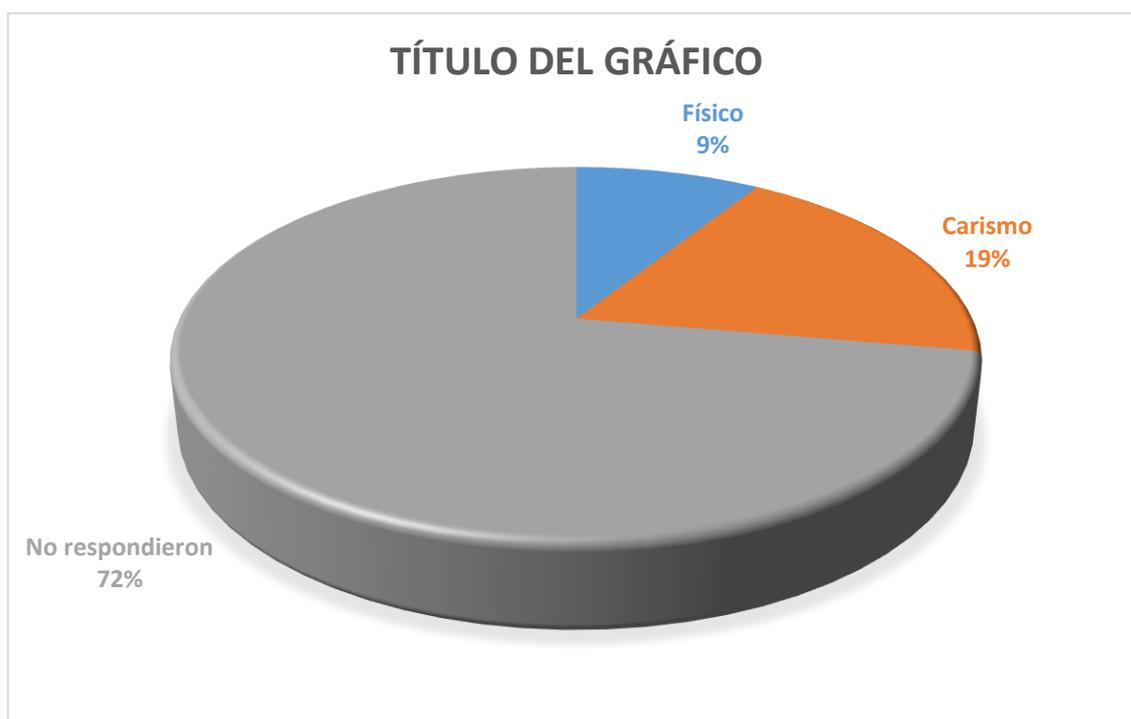
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 7, se observa que el 94% de los estudiantes encuestados respondieron que no se identifican con ningún personaje del reality show 'Esto es Guerra', mientras que, todo lo contrario, solo un 6% de los mismos respondieron que sí se identifican.

TABLA N° 8

¿CUANDO TE IDENTIFICAS QUÉ VALORAS MÁS?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Físico	17	9%
Carisma	36	19%
No respondieron	137	72%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 8



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

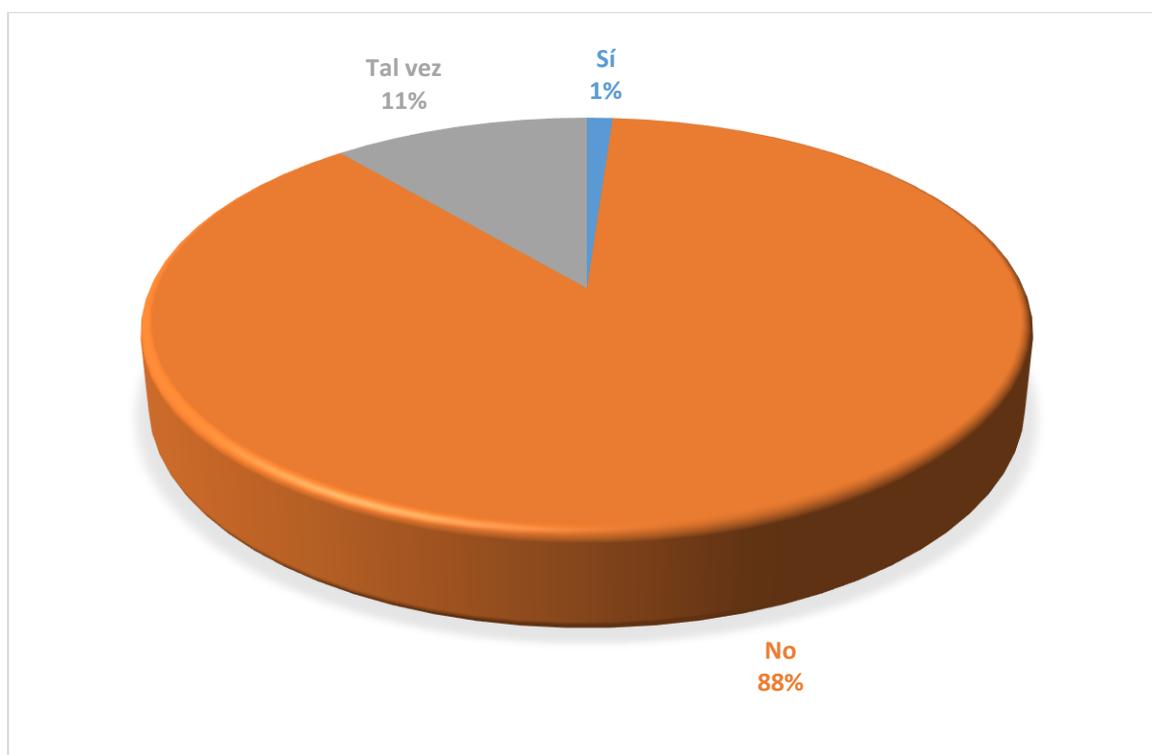
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 8, se observa que solo un 9% se identifican con el físico de los competidores de 'Esto es Guerra', un 19% con el carisma que tienen dichos personajes, y un 72% que decidieron no responder la pregunta.

TABLA N° 9

¿SI TU SUEÑO ES SER COMO LOS PARTICIPANTES DE ESTO ES GUERRA, ESTARÍAS DISPUESTO A CONSUMIR CUALQUIER TIPO DE PRODUCTO PARA SER COMO ELLOS (AS)?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	2	1%
No	167	88%
Tal vez	21	11%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 9



Fuente: Encuesta de la "Influencia del Reality Show 'Esto es Guerra' en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. 'Nuestra Señora de las Mercedes' de la Ciudad de Huánuco - 2019".

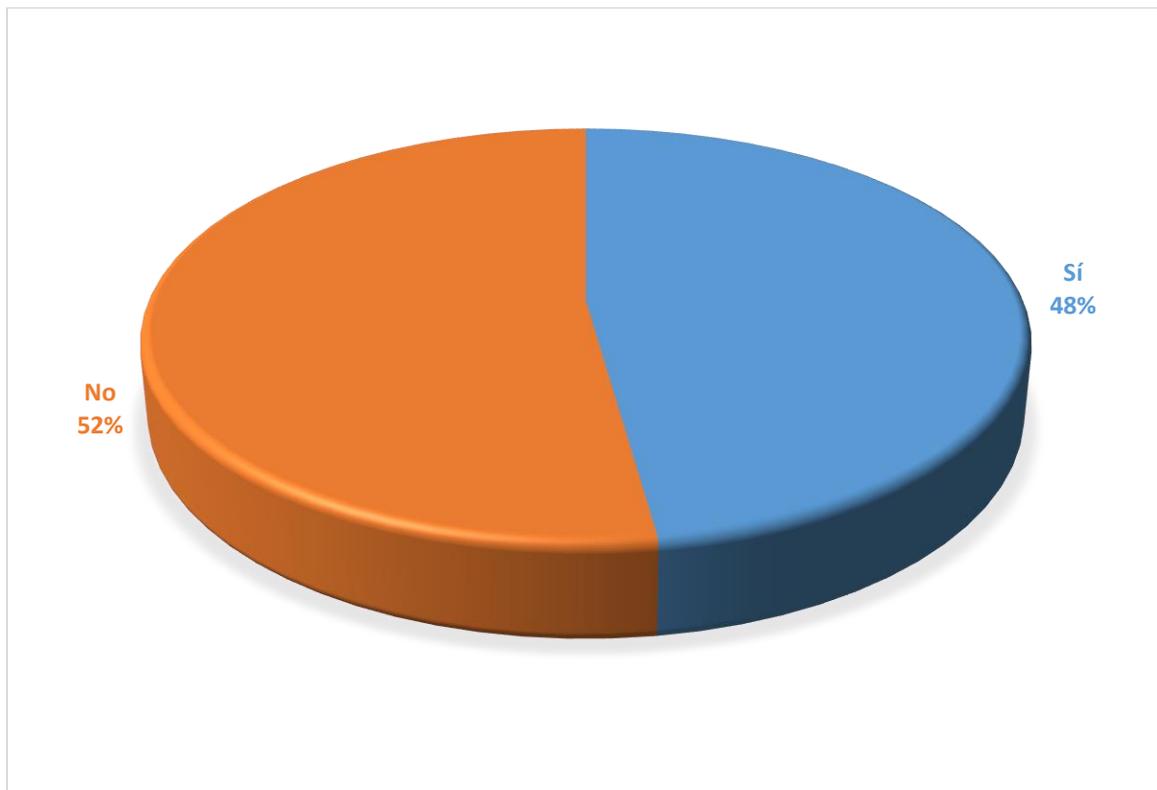
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 9, se observa que un 1% de los estudiantes estarían dispuestos a consumir cualquier sustancia para parecerse a los personajes del reality show 'Esto es Guerra', seguido por un 11% que refieren que tal vez podrían consumir, mientras un sorprendente 88% respondieron que no consumirían cualquier producto para ser como los integrantes de Esto es Guerra.

TABLA N° 10

¿LAS MUJERES SON RESPETADAS POR LOS COMPETIDORES EN EL REALITY SHOW ESTO ES GUERRA?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	91	48%
No	99	52%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 10



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

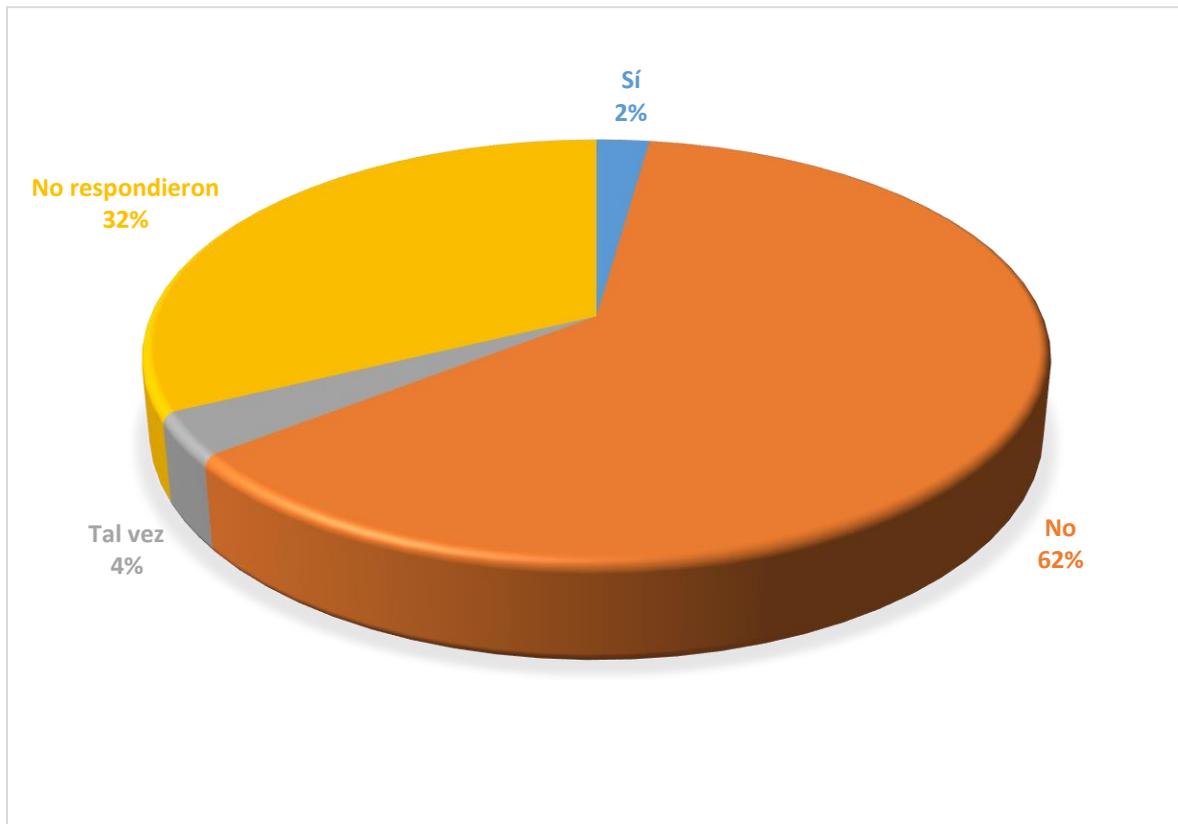
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 10, se observa que para el 48% de los estudiantes encuestados, las mujeres del reality show 'Esto es Guerra' sí son respetadas, mientras que para el 52% consideraron que no lo son.

TABLA N° 11

¿LAS MUJERES DEL REALITY SHOW 'ESTO ES GUERRA' SUFREN MALTRATOS POR PARTE DE SUS COMPAÑEROS?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	4	2%
No	118	62%
Tal vez	8	4%
No respondieron	60	32%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 11



Fuente: Encuesta de la "Influencia del Reality Show 'Esto es Guerra' en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. 'Nuestra Señora de las Mercedes' de la Ciudad de Huánuco - 2019".

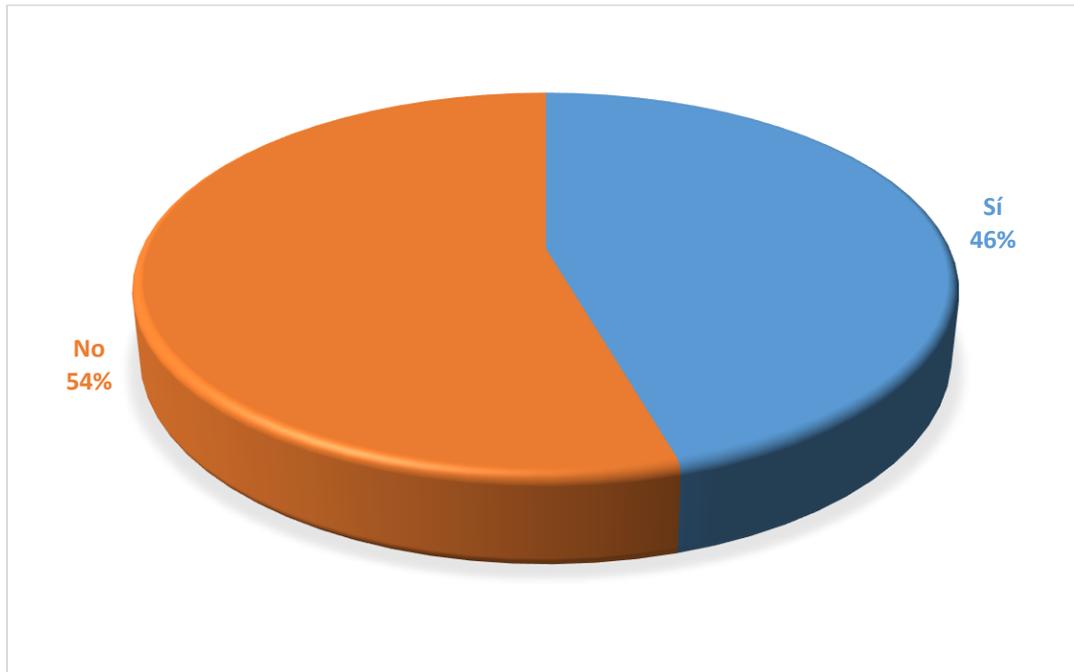
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 11, se observa que el 62% de nuestra población encuestada respondieron que no vieron maltrato alguno a las competidoras de 'Esto es Guerra', un 4% de los mismos respondieron que tal vez, para un 2% las mujeres sí son maltratadas, y un 32% decidieron no responder la pregunta.

TABLA N° 12

¿EXISTE AGRESIONES ENTRE LOS INTEGRANTES DEL REALITY SHOW ESTO ES GUERRA?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	87	46%
No	103	54%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 12



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

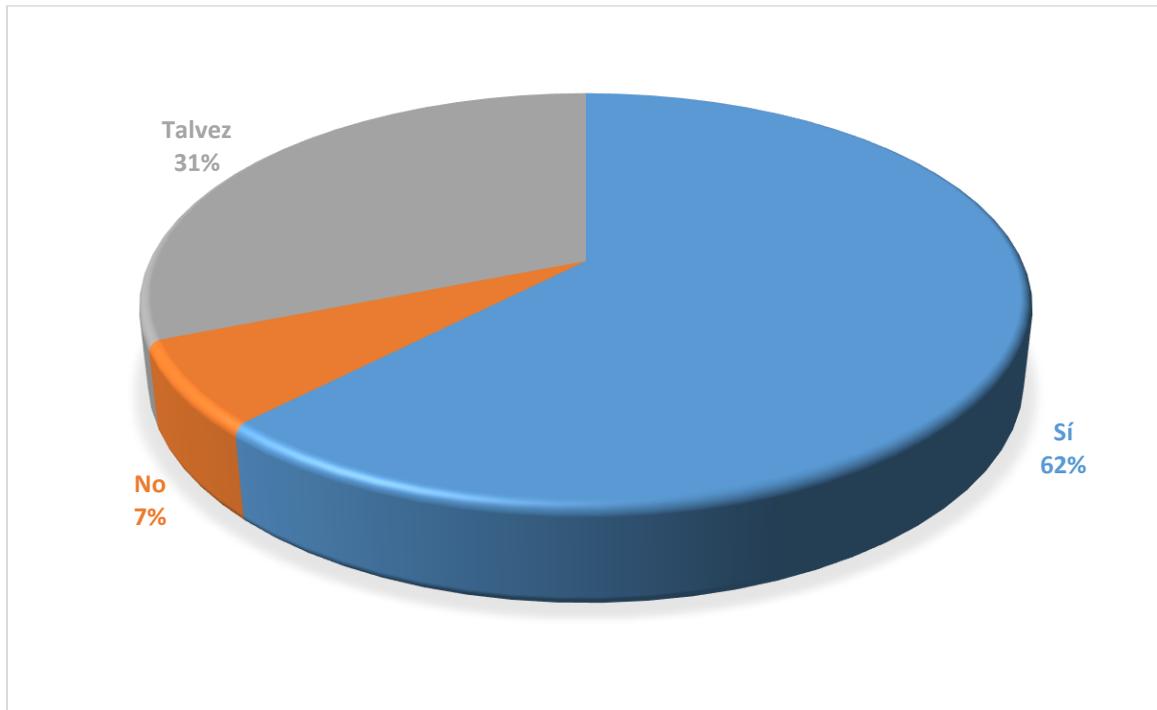
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 12, el 46% de los estudiantes encuestados respondieron que sí existe agresiones entre integrantes de Esto es Guerra, mientras que para el 54% respondieron que no existe.

TABLA N° 13

¿LAS PRENDAS QUE UTILIZAN LAS MUJERES EN EL REALITY SHOW 'ESTO ES GUERRA' INCENTIVA AL ACOSO Y VIOLENCIA SUXUAL?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	118	62%
No	13	7%
Tal vez	59	31%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 13



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

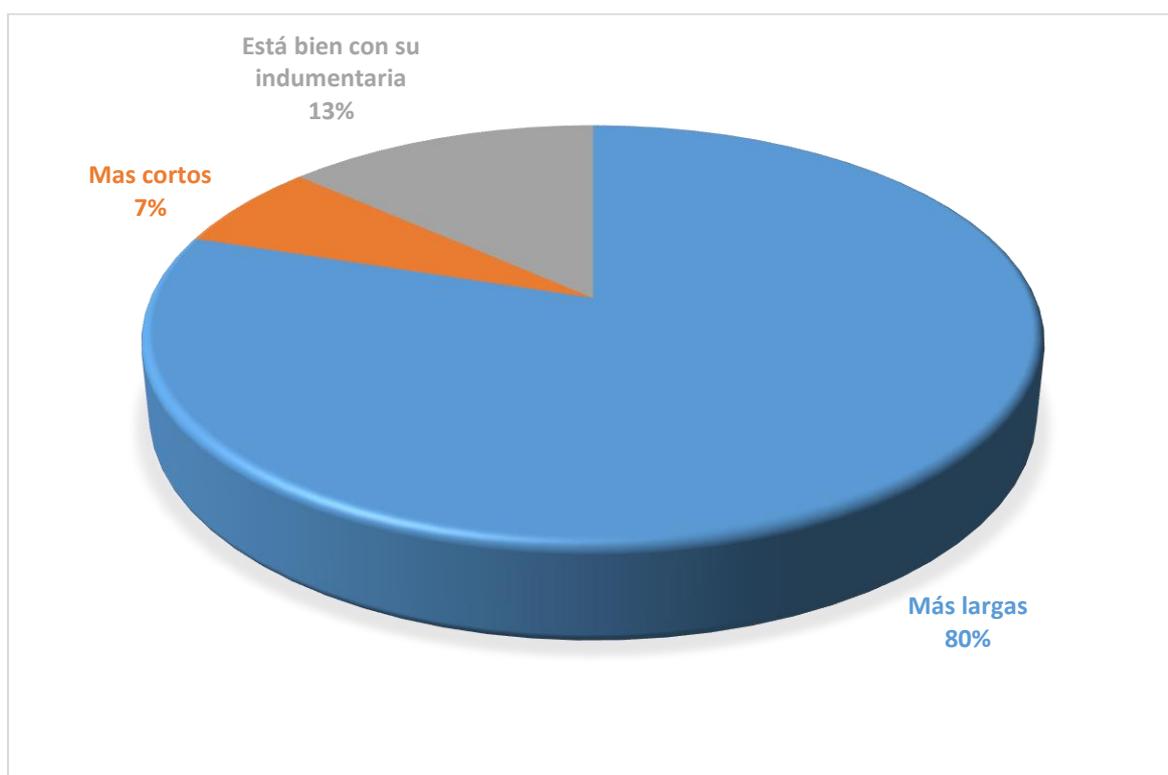
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 13, se observa que el 62% de los estudiantes encuestados consideran que las prendas que utilizan las participantes de 'Esto es Guerra' si incentivan al acoso y violencia sexual, solo un 7% consideran que no, mientras el 31% consideraron que tal vez incentivarían al acoso y violencia sexual.

TABLA N° 14

¿CÓMO DEBEN SER LAS PRENDAS QUE UTILIZAN LAS MUJERES EN EL REALITY SHOW 'ESTO ES GUERRA'?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Más largas	152	80%
Más cortos	13	7%
Está bien con su indumentaria	25	13%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 14



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

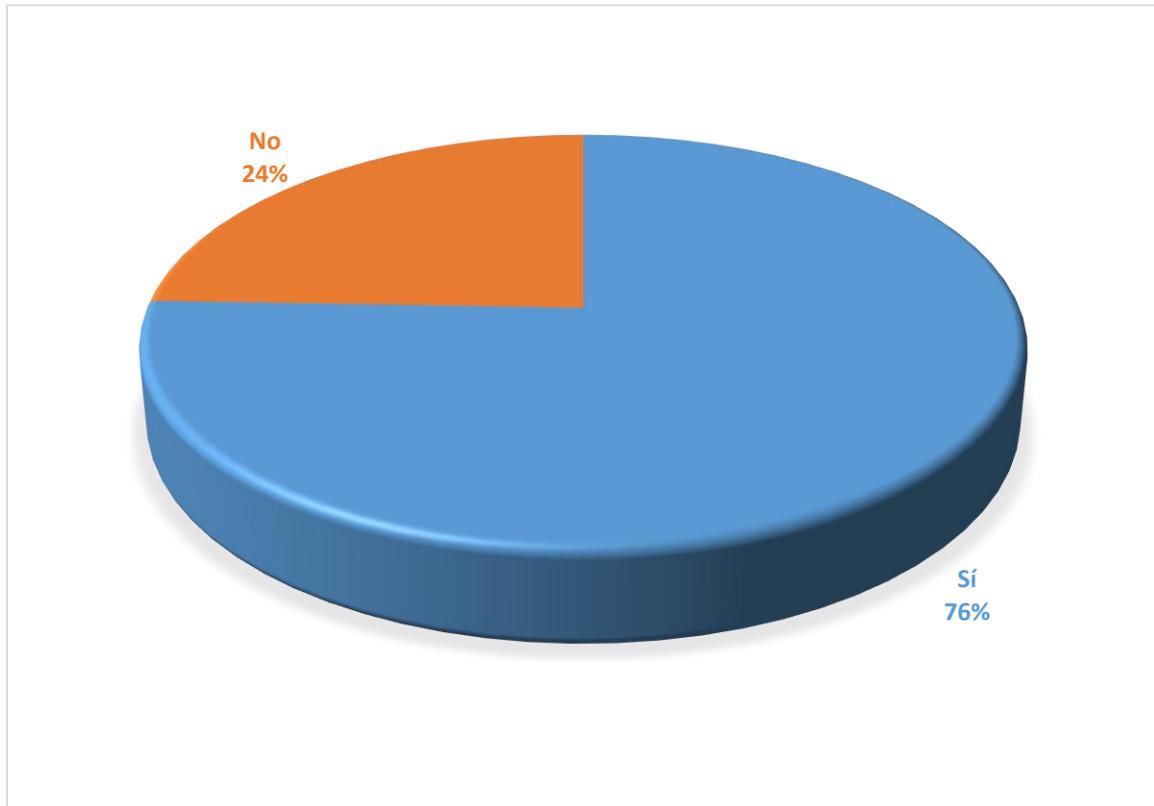
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 14, el 80% de los estudiantes encuestados consideran que las prendas que llevan puesto deberían ser más largas, seguido por un 13% que consideran que las prendas que llevan las concursantes está bien, y solo un 7% consideran que deberían ser más cortos.

TABLA N° 15

¿TUS COMPAÑEROS DE TU SALÓN HABLAN LENGUAJE INADECUADO?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	144	76%
No	46	24%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 15



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

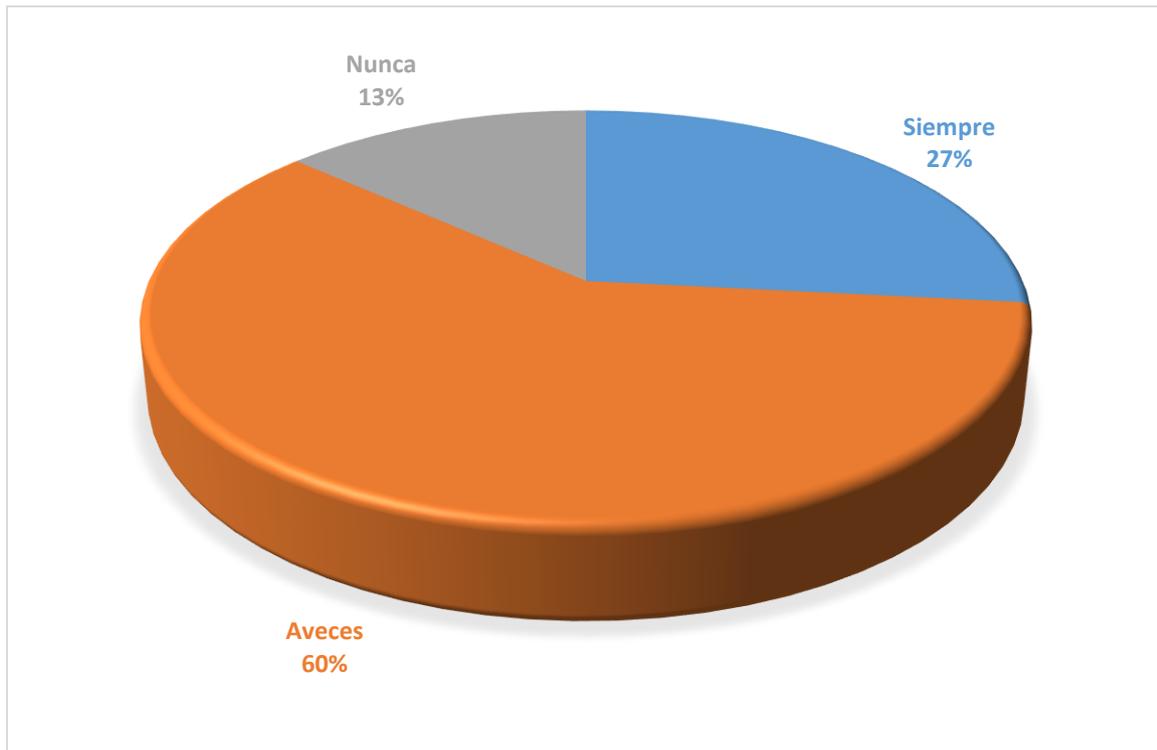
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 15, se observa que para el 76% de los estudiantes encuestados sus amigas y amigos sí suelen hablar lenguaje inadecuado, mientras que para un 24% consideran que no.

TABLA N° 16

¿TUS COMPAÑEROS DE CLASE CON QUÉ FRECUENCIA HABLAN LENGUAJE INADECUADO?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	51	27%
A veces	114	60%
Nunca	25	13%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 16



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

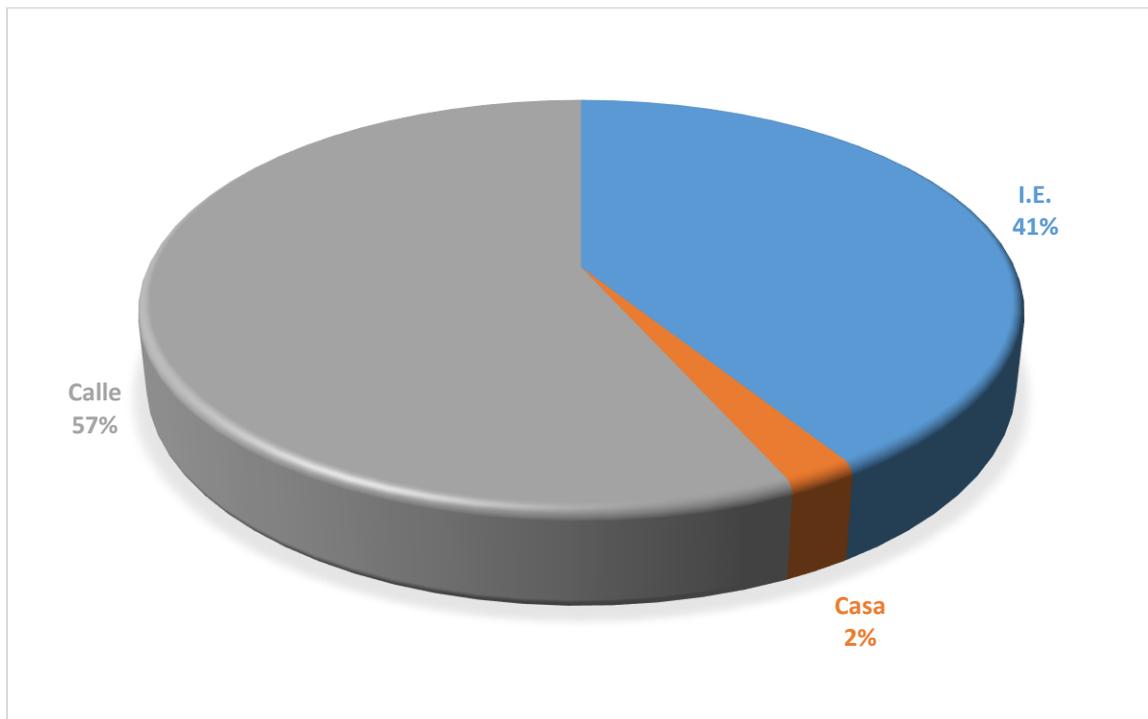
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 16, se observa que el 27% señalaron que sus compañeros de clase siempre suelen hablar lenguaje inadecuado, mientras que para el 60% a veces y un 13% indicaron que nunca.

TABLA N° 17

¿DÓNDE MÁS UTILIZAN LENGUAJE INADECUADO TUS COMPAÑEROS DE CLASE?	CANTIDAD	PORCENTAJE
En la I.E.	78	41%
En la casa	4	2%
En la calle	108	57%
TOTAL	190	100%

GRÁFICOS N° 17



Fuente: Encuesta de la “Influencia del Reality Show ‘Esto es Guerra’ en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. ‘Nuestra Señora de las Mercedes’ de la Ciudad de Huánuco - 2019”.

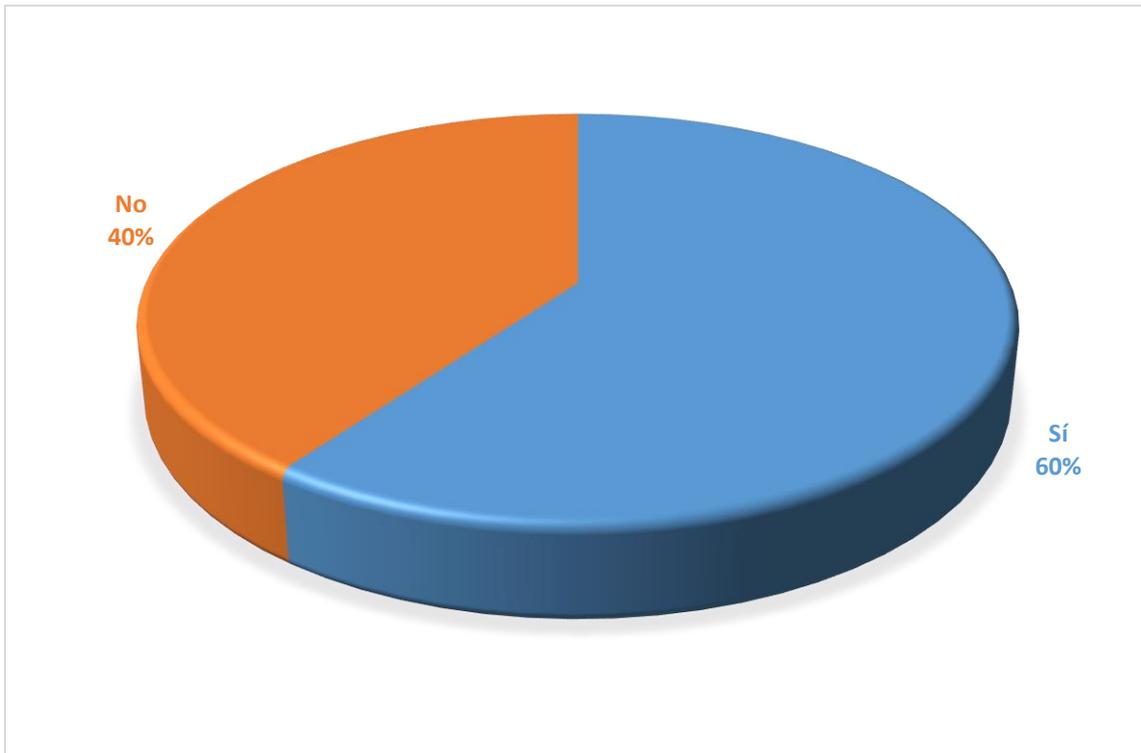
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 17, se observa que para el 41% los estudiantes encuestados es en la I.E. donde hablan más términos inadecuados, un 2% respondieron que lo hacen en la casa, y un 57% en la calle.

TABLA N° 18

¿EN EL REALITY SHOW UTILIZAN LENGUAJE INADECUADO?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	114	60%
No	76	40%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 18



Fuente: Encuesta de la "Influencia del Reality Show 'Esto es Guerra' en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. 'Nuestra Señora de las Mercedes' de la Ciudad de Huánuco - 2019".

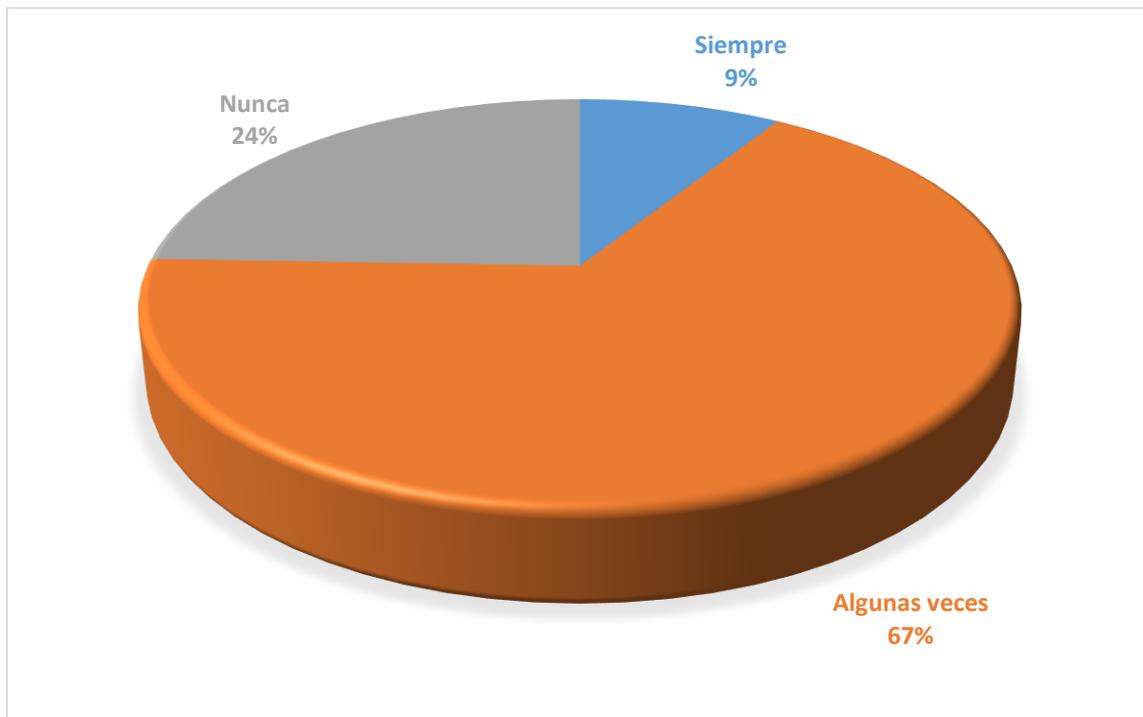
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 18, se observa que el 60% de los estudiantes encuestados respondieron que sí escucharon lenguaje inadecuado en el reality show 'Esto es Guerra', y un 40% respondieron que no.

TABLA N° 19

¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHAS LENGUAJE INADECUADO EN EL PORGRAMA TELEVISIVO 'ESTO ES GUERRA?'	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	17	9%
Algunas veces	127	67%
Nunca	46	24%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 19



Fuente: Encuesta de la "Influencia del Reality Show 'Esto es Guerra' en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. 'Nuestra Señora de las Mercedes' de la Ciudad de Huánuco - 2019".

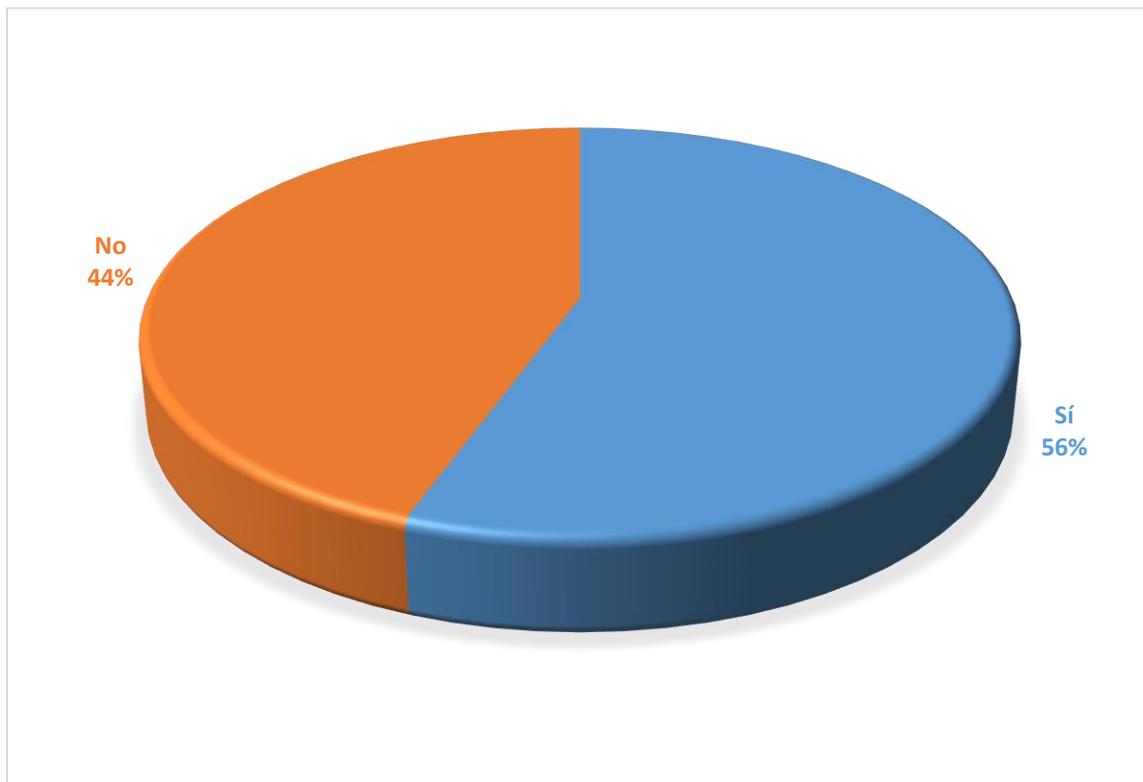
INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 19, se observa que el 9% de los estudiantes encuestados respondieron que siempre escucharon términos soeces en el programa Esto es Guerra, un 67% respondieron que algunas veces y nunca el 24%.

TABLA N° 20

¿EL LENGUAJE QUE UTILIZAN LOS CONCURSANTES DE 'ESTO ES GUERRA' TIENE CONNOTACIÓN SEXUAL?	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	106	56%
No	84	44%
TOTAL	190	100%

GRÁFICO N° 20



Fuente: Encuesta de la "Influencia del Reality Show 'Esto es Guerra' en las conductas de los adolescentes del 3er Grado de Secundaria del Turno Mañana de la I.E. 'Nuestra Señora de las Mercedes' de la Ciudad de Huánuco - 2019".

INTERPRETACIÓN

En la tabla y gráfico N° 20, se observa que los estudiantes encuestados el 56% respondieron que el lenguaje que utilizan los personajes de 'Esto es Guerra' sí tiene connotación sexual, mientras que para el 44% no existe la connotación sexual.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a la hipótesis, donde se señala que la influencia del reality show 'Esto es Guerra', es fuerte en los adolescentes del 3° grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, según los resultados vimos que el 33% de los estudiantes encuestados respondieron que sí ven, pero en el trabajo de investigación no solo consideramos las respuestas de los estudiantes, sino también tomamos en cuenta a los docentes, auxiliar y la psicóloga de la I.E., quienes respondieron una guía de entrevista, donde todas sin excepción indicaron que efectivamente sí hay una gran influencia del reality show 'Esto es Guerra', influencia más que positiva, negativa. Si bien es cierto que el 67% de los estudiantes encuestados respondieron que no ven el programa, otro gran porcentaje fueron en la misma línea al señalar que no se identifican con ningún personaje del reality show. Si existe una fuerte influencia de Esto es Guerra en la conducta de los adolescentes, ¿por qué los estudiantes responden en algunas preguntas que ellos no ven el programa, y tampoco quisieran parecerse a los personajes de Esto es Guerra? Esto tiene una respuesta. Recordemos que a partir 30 de enero de 2015, jóvenes organizados del colectivo 'Salgamos A Las Calles Perú', salieron a las calles a expresar su rechazo contra los programas reality show por los excesos que generaban los personajes del programa; estos duros cuestionamientos generó que todo el país se movilizara en contra del programa, exigiendo desde el cambio de horario hasta el cierre del programa; estas movilizaciones tuvieron fuertes efectos sociales y también empresariales. A raíz de las protestas y de los constantes cuestionamientos que se hicieron viral por las redes sociales, este programa ya no era visto como un programa que fácilmente se podía recomendar ver con la familia, es como si la sociedad hubiera tomado cierto grado de conciencia de lo que son estos

programas. En efecto, lo que se puede señalar es que si un gran porcentaje respondió que no ven el programa, podría ser porque existe una corriente que cuestiona a estos programas, lo que genera en los adolescentes cierto cuidado o reserva al mostrar su preferencia por los reality show. Por eso existe un nivel casi intermedio donde los estudiantes adolescentes prefieren mantenerse reservados en cuanto a las preferencias por este tipo de programa, como podemos evidenciar cuando un 42% de los estudiantes encuestados respondieron que ven 'Esto es Guerra' casi siempre, a diferencia del 57% que respondieron nunca. Si visitamos los restaurantes o cualquier centro comercial en horas de la tarde, vamos a darnos cuenta que en su mayoría están sintonizando 'Esto es Guerra', lo que podría significar que lo mismo pasa en los hogares. Según los resultados que íbamos obteniendo pareciera que el reality show 'Esto es Guerra' no solo hubiera perdido su arrolladora sintonía, sino también con ello el nivel de influencia que ejercieran sobre los adolescentes del tercer grado del turno mañana. Pero los resultados de si están pendientes o no del programa se pueden visualizar cuando el 48% respondieron que sí vieron maltratos contra las mujeres, y el resultado es que el gran porcentaje de los estudiantes llegaron a tener una percepción negativa hasta en la vestimenta de las mujeres, porque el 62% respondieron que las prendas que las mujeres de Esto es Guerra utilizan, incentivan al acoso y violencia sexual. Como se ve, los adolescentes sí están pendientes del programa, conocen de los problemas que hay en esa trama novelesca puesta intencionadamente en el formato, tal como los directivos y productores de estos reality show confesaron a un medio escrito de cobertura nacional (<https://peru21.pe/espectaculos/fenomeno-realitys-juveniles-90398>). Si los escándalos son o no armados, creados intencionalmente para mantener cautivo al público televidente no es motivo de nuestro estudio, pero sí es cierto lo que puede

generar en la percepción de los televidentes adolescentes del 3° grado del turno mañana. Estos resultados no solo nos dicen del grado de exposición de los estudiantes al reality show 'Esto es Guerra', sino también nos indica que generan percepciones en los televidentes, percepciones, claro, con un sentido más machista. Esta mala influencia del reality show se torna más peligrosa cuando se relaciona la forma de vestir de la mujer con los resultados que puede terminar en agresiones sexuales, percepciones que siempre dan los agresores sexuales. En la tabla y gráfico N° 14 a los estudiantes se les preguntó si las prendas que utilizan las mujeres en el reality show 'Esto es Guerra' incentiva al acoso y violencia sexual, las respuestas fueron realmente sorprendentes porque un 62% de la población encuestada, que es más de la mitad, están seguros que sí las puede convertir en víctimas de violencia sexual solo por llevar ropas cortas o diminutas, el otro 31% respondieron que tal vez, mientras solo un 7% dijeron que no. La influencia es negativa de estos programas por eso generó que los estudiantes encuestados tomen una marcada posición respecto a la vestimenta de las mujeres, donde un 80% considera que las vestimentas de las mujeres deben ser más largas, solo un 13% que está bien con su indumentaria y un 7% que deben ser más cortos, tal como se puede observar en la tabla y gráfico N°14.

Tal como los teóricos de las Conductas hacían referencia a la forma de cómo los seres humanos aprenden, sobre todo la teoría del aprendizaje vicario o por imitación, donde refieren que el sujeto aprende prestando atención y observando al modelo, que consiguientemente llevará a la práctica o en términos más ajustados a la psicología, a una reproducción motora de la conducta observada del modelo. Y claro, ya hemos visto que los reality show juega con el suspenso, con el morbo de meterse en la vida más íntima de los participantes, verdad o no, armado o no, pero esa sensación genera en el espectador, y más en los adolescentes la sensación de qué sucederá y qué le

pasará al que rompe las normas. Aquí viene el problema, que si al participante que se mete en escándalos y que obviamente el castigo es lo que menos le espera, sucede todo lo contrario, no le pasa nada, sigue con el trabajo y gana más protagonismo en los medios de comunicación, como si el comportamiento incorrecto fuera premiado. Entonces el adolescente, al ver estos resultados, asocia todo el comportamiento del competidor y llega a una conclusión, que todo aquel que tenga los atributos del participante del reality show no le pasará nada, adoptando todo un proceso de imitación. Cuando imitan, imitan todo, desde la forma de vestirse, de comportarse, de hablar, el de tener el porte físico, la forma cómo piensa y hasta en la nutrición. Es cierto que muchos de los competidores del reality show Esto es Guerra son extranjeros, que no necesariamente les va gustar nuestras comidas ancestrales, pero el formato que ellos siguieron no escatimaron en que muchos de los productos comestibles que entraba en el concurso como reto, eran tomados por los participantes como nauseabundo y que solo comerían por tratarse de un tema extrema, así los peruanos hemos sido testigos de cómo platos ancestrales y de alto valor nutricional como el tocosh por ejemplo ha sido puesto en la mesa de los participantes como comida extrema, donde, obviamente, han 'comido' pero con asco, tratando incluso de vomitar (fuente <https://www.youtube.com/watch?v=EIAIPjsZla4>). Lo mismo pasó con otros productos, como la cebolla, el hígado, entre otros. Si un adolescente, que está en proceso de formación ve todo esto, obviamente que también va hacer lo mismo, sentir asco y hasta vergüenza por dichos productos nutritivos, cuando los niveles de desnutrición y anemia son fuerte en nuestro país. De la misma manera, la imitación va ser igual en la relación con otras personas, que no va dudar en pasar por encima del otro porque no le pasará nada, porque eso es lo que ve en la tv, en el reality show, donde no se castiga sino se premia con grandes titulares como si fuera de interés

nacional, donde la moda extranjera que traen los participantes pronto termina alienando a los espectadores.

CONCLUSIONES

1. Los adolescentes del tercer grado del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, saben que el reality show 'Esto es Guerra' no es bueno, por eso es que el 57% de los estudiantes dijeron que nunca ven el programa.
2. Los estudiantes saben que en el reality show Esto es Guerra utilizan lenguaje inadecuado, pero termina influyendo en su uso cotidiano, ya sea en sus casas en la calle o en las instituciones educativas, tal como dieron los resultados que un 76% de los estudiantes reconocen que sus compañeros utilizan lenguaje inadecuado, estos resultados se ven reforzados con la aplicación de la guía de entrevista a los docentes, auxiliares y psicólogo de la institución educativa.
3. Que los estudiantes hayan respondido que el uso de las ropas que utilizan las mujeres del reality show Esto es Guerra incentivaría al acoso y la violencia sexual señala el grado de influencia negativa que está generando en los menores, porque lejos de normalizar la forma de vestirse de las participantes y aceptar tal como están, genera un grado de machismo solapado tratando de tomar decisiones por las mujeres, esto se corrobora cuando el 80% de los estudiantes indicaron que las ropas de las mujeres deben ser más largas.
4. Los estudiantes son conscientes de las agresiones que existe en el reality show Esto es Guerra, tal como el 46% reconocieron en la encuesta, por tanto están expuestos a un grado de violencia que terminarían normalizando en las relaciones sociales y sentimentales.
5. La mayoría de los estudiantes encuestados tienen la edad de 14 años, el 42% de ellos ven casi siempre el reality show Esto es Guerra, y son los que califican de regular su contenido, lo que quiere decir que no es rechazable para ellos, y como están en una edad donde los procesos de socialización se refuerzan a

través de la incorporación de valores y creencias de la sociedad, tomar como referencia a los participantes de Esto es Guerra no les sería rechazable.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que el Ministerio de Educación (Minedu) a través de las Direcciones Regionales de Educación (DRE) y las Unidades de Gestión Educativa Local (UGEL) puedan tomar iniciativas para generar espacios donde los estudiantes puedan invertir su tiempo y reforzar el trabajo en la consolidación de valores, para que ellos mismos puedan ser conscientes de lo perjudicial que puede resultar los reality show y así tomar sus propias decisiones cuando de acceder a los medios de comunicación se trata.
2. A los docentes que incentiven el interés por la lectura, para que los adolescentes tomen más importancia en cultivar la cultura y evitar, por ellos mismos, el consumo de programación dañina. También generar espacios donde los estudiantes puedan practicar no solo las diferentes disciplinas del deporte sino también danzas, concursos de poesías.
3. Todas las instituciones educativas deben contar con psicólogos para que puedan trabajar con la salud mental de los adolescentes, para que oriente a los estudiantes sobre el tipo de información que consume y cómo puede beneficiarlos o perjudicarlos, así el estudiante pueda tomar consciencia cuando de elegir se trata.
4. A los padres de familia y/o apoderados, tener mayor comunicación en el hogar con sus hijos para genera confianza y cuando se trata de ver televisión o acceder a otros medios de comunicación hacerlo junto a sus hijos para orientarles a ver programas culturas, a practicar juntos el deporte u otras actividades donde su menor hijo pueda sentirse fortalecido por el amor que infunden sobre él, es la única manera para evitar que el adolescente busque ese vínculo en otros lados equivocados.

5. Todos los sectores de la sociedad, instituciones y organizaciones sociales, exijan el cumplimiento de la 'Ley de Horario de Protección al Menor' y el 'Código de Ética para la prestación de servicio de radiodifusión comercial', donde se considera horario familiar desde las 6:00pm hasta las 8:00pm.

CITAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Centro de Estudios sociales y Mediáticos de la Universidad Señor de Sipán (2014). Estudio de Investigación: “Adolescentes y Reality Shows, estudio de opinión en dos instituciones Educativas de Chiclayo y Lambayeque”. Pag. 9
2. Ramos Villanueva, Elena, “La televisión y su influencia en el hábito alimenticio de la población de Las Moras-Huánuco”. Pag. 10.
3. Eco, Umberto. “Apocalíptico e Integrales” (1964). Pag. 34.
4. Medina, Adriana y Villarreal, Ana Lilia. “Contexto histórico de los reality show” (1998). Pag. 35.
5. Marshall Mc Luhan, Herbert, “The Mechanical Bride. Folklore of Industrial Man” (La novia Mecánica. La danza del hombre industrial) (1951). Pag. 40.
6. Gadow y Sprafkin. “Field Experiments of Television Violence with Children Evidence for an Environmental Hazard. Pediatrics” (1989). Pag. 43.
7. Granville Stanley Hall. “Adolescence its Psychology and its relations to physiology, anthropology, sociology, Sex, Crime, Religion and Education” (1904). Pag. 44.
8. Delval, Juan. “Las teorías sobre el desarrollo humano” (2013). Pag. 44.
9. Arancibia C., Violeta; Herrera P., Paulina; Strasser S., Klatherine. “Manual de Psicología Educativa” Sexta Edición. (2009). Pag. 50.
10. Petrovich Pavlov, Iván. “Los reflejos condicionados. Lecciones sobre los función de los grandes hemisferios” (1926). Pag.51.
11. Ray Guthrie, Edwin. “La teoría de la asociación por contigüidad temporal” Pag.53.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ander-egg, Ezequiel. Técnicas de investigación Social. El Cid. Editor. Argentina 1980.
2. Arboccó de los Heros, Manuel; O'Brien Arboccó, Jorge. "Impacto de la "televisión basura" en la mente y la conducta de niños y adolescentes"
3. Chomsky, Noam (2012). Manipulación mediática.
4. Denegri, Marco Aurelio. (10 de octubre 2004). Lima: Revista Domingo, Denegri, Marco Aurelio. Diario La República. (Agosto 2010) En entrevista de José Ramírez González para la Revista Gente, LimaPerú. Entrevista recuperada en <http://elrafo.lamula.pe/tag/denegri>.
5. Eco, Umberto Metodología de la Investigación 'Cómo se hace una Tesis'
6. Emma Manarelli, María. 'La domesticación de las mujeres: patriarcado y género en la historia peruana'. Lima 2018.
7. Moreno Cabrera, Juan Carlos. 'La dignidad e igualdad de las lenguas: crítica de la discriminación lingüística' 2000.
8. Karl Raimund Popper, La televisión mala maestra
9. Hernández Sampieri Roberto y otros. Metodología del a investigación Ediciones Mc Graw Hill. México 2003
10. Johann Wittgenstein, Ludwig Josef, 'Tractatus Lógico Philosophicus' Alemania 1922.
11. Luz Fiorella, Hercilla Nuñez Jenny Hermelinda, Peña Berrocal "Percepción sobre los reality shows de los adolescentes de la academia preuniversitaria Pitagoras" jauja- 2016
12. Medina, Adriana y Villarreal, Ana Lilia. "Contexto histórico de los reality show" (1998)

13. Piscoya Hermoza, Luis. Investigación Científica y Educación un Enfoque Epistemológico. Amaru Editores. Lima 1995.
14. Prado P. Alfredo. Metodología de la investigación. Arequipa 1990.
15. Ramos Villanueva, Elena, “La televisión y su influencia en el hábito alimenticio de la población de Las Moras-Huánuco”. (1994)

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

INFLUENCIA DEL REALITY SHOW DE 'ESTO ES GUERRA' EN LAS CONDUCTAS DE LOS ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE SECUNDARIA DEL TURNO MAÑANA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA 'NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES' EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO 2019

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensión	Indicadores	Metodología
<p>General ¿Cuál es el grado de Influencia de los Reality Show de 'Esto es Guerra' en las conductas de los estudiantes de del tercer grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019?</p> <p>Específico ¿Qué cambios de conductas en la actualidad adoptaron los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019 después de ver el reality show de 'Esto es Guerra'?</p>	<p>General Determinar el grado de Influencia de los Reality Show de 'Esto es Guerra' en las conductas de los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes en la ciudad de Huánuco 2019.</p> <p>Específico Identificar los cambios de conductas que adoptaron los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes de la ciudad de Huánuco 2019 después de ver el reality show de 'Esto es Guerra'.</p>	<p>General Los adolescentes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes en la ciudad de Huánuco, ven constantemente el programa de reality show Esto es Guerra, entonces tendrán un alto grado de influencia en sus conductas.</p> <p>Específica Los adolescentes del tercer grado del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes en la ciudad de Huánuco 2019, ven constantemente el programa reality show de 'Esto es Guerra' entonces han adquirido conductas de alienación, pérdida de identidad, exposición al consumo de sustancias tóxicas como el alcohol y otras drogas.</p>	<p>Independiente: Programa televisivo reality show 'Esto es Guerra'.</p> <p>Dependiente Conductas de los adolescentes del tercer grado de secundaria del tuno mañana.</p> <p>Independiente Programa televisivo reality show 'Esto es Guerra'.</p> <p>Dependiente Conductas de alienación, pérdida de identidad, exposición al consumo de sustancias tóxicas como el alcohol y otras drogas.</p>	<p>Contenido</p> <p>Alienación</p> <p>Desobediencia</p> <p>Transculturación</p> <p>Rompimiento de normas sociales</p>	<p>Indicadores para la variable independiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Horario * Frecuencia * Duración * Estereotipos de personajes <p>- Indicadores para la variable dependiente</p> <ul style="list-style-type: none"> * Edad * Sexo * Tipo de familia * Situación económica 	<p>Tipo de investigación: Como el objeto de la investigación es de observación y análisis del programa televisivo de Reality Show 'Esto es Guerra', la investigación es de tipo Descriptivo.</p> <p>Diseño de la investigación: Como no se ha manipulado ninguna de las variables , y solo se ha trabajado con el método de la descripción y explicación del fenómeno encontrado su diseño es No Experimental: O₁----- --O₂</p>

ENCUESTA

La siguiente encuesta pretende recoger información sobre la influencia del programa televisivo Esto es Guerra con fines de investigación.

Edad.....

Sexo.....

Grado.....

Lugar de nacimiento.....

1. ¿ves reality show 'Esto es Guerra'?

Sí

No

2. ¿Con qué frecuencia ves el reality show Esto es Guerra?

Siempre

Casi Siempre

Nunca

3. ¿Cómo calificas el reality show Esto es Guerra?

Bueno

Regular

Malo

4. ¿Te identificas con algún personaje del reality show Esto es Guerra?

Sí

No

5. ¿Cuando te identificas qué valoras más?

Físico

Carisma

6. ¿Si tu sueño es ser como los participantes de Esto es Guerra, estarías dispuesto a consumir cualquier tipo de producto para ser como ellos (as)?

Sí

No

Tal vez

7. ¿Las mujeres son respetadas por los competidores en el reality show Esto es Guerra?

Sí

No

8. ¿Las mujeres del reality show 'Esto es Guerra' sufren maltratos por parte de sus compañeros?

Sí

No

Tal vez

9. ¿Existe agresiones entre los integrantes del reality show Esto es Guerra'?

Sí

No

10. ¿Las prendas que utilizan las mujeres del reality show Esto es Guerra incentiva el acoso y violencia sexual?

Sí

No

Tal vez

11. ¿Cómo deben ser las prendas que utilizan las mujeres en el reality show 'Esto es Guerra'?

Más largas

Más cortas

Está bien con su indumentaria

12. ¿Tus compañeros de tu salón hablan lenguaje inadecuado?

Sí

No

13. ¿Tus compañeros de tu salón con qué frecuencia hablan lenguaje inadecuado?

Siempre

A veces

Nunca

14. ¿Dónde más utilizan lenguaje inadecuado tus compañeros de clase?

En la I.E.

En la casa

En la calle

15. ¿En el reality show Esto es Guerra utilizan lenguaje Inadecuado?

Sí

No

16. ¿Con qué frecuencia escuchas lenguaje inadecuado en el reality show Esto es Guerra?

Siempre

Algunas veces

Nunca

17. ¿El lenguaje que utilizan los concursantes del reality show Esto es Guerra, tiene connotación sexual?

Sí

No

Muchas gracias

GUÍA DE ENTREVISTA

La siguiente guía de entrevista tiene por finalidad recoger información para corroborar el grado de influencia que tiene el reality show 'Esto es Guerra' en las conductas negativas de los estudiantes del tercer grado de secundaria del turno mañana de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes.

Apellidos y Nombres:

Edad: Cargo que ocupa en la I.E.:

Tiempo que viene laborando en la I.E.:

1. Cualquiera haya sido las razones, investigación, distracción, etc. Usted vio el programa Esto es Guerra

.....

2. ¿A su punto de vista, cómo considera o califica el programa 'Esto es Guerra'?

.....
.....

3. ¿Usted cree que los estudiantes del 3er grado del turno mañana ven el programa 'Esto es Guerra' y si es afirmativo cuál sería el porcentaje de los estudiantes del 3er grado del turno mañana que lo ven?

.....
.....

4. ¿Cómo así se dio cuenta que los estudiantes del 3er grado del turno mañana ven el programa 'Esto es Guerra' vio algunos indicios, como cuáles?

.....
.....
.....

5. ¿Algunos de sus estudiantes que cree son asiduos televidentes del programa 'Esto es Guerra', han mostrado indicios de tratar de imitar a los personajes del programa mencionado, como cuáles?

.....
.....
.....

6. ¿Cuánto de las conductas que muestra los estudiantes serían parte de la influencia del programa 'Esto es Guerra'?

.....
.....

7. ¿Se vio violencia de género, discriminación, alienación en los estudiantes como parte de la influencia del programa 'Esto es Guerra'?

.....
.....

8. ¿Existe embarazo de adolescentes en los estudiantes del 3er grado del turno mañana, cuánto cree que son parte de la influencia del programa 'Esto es Guerra'?

.....
.....
.....

9. ¿El Estado debería intervenir para revertir estos resultados de la influencia del programa 'Esto es Guerra', cómo debería ser su intervención?

.....
.....
.....

Gracias por su apoyo.

Estudiantes del 3er grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, desarrollando el cuestionario de investigación.



Estudiantes del 3er grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, desarrollando el cuestionario de investigación.



Estudiantes del 3er grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, desarrollando el cuestionario de investigación.



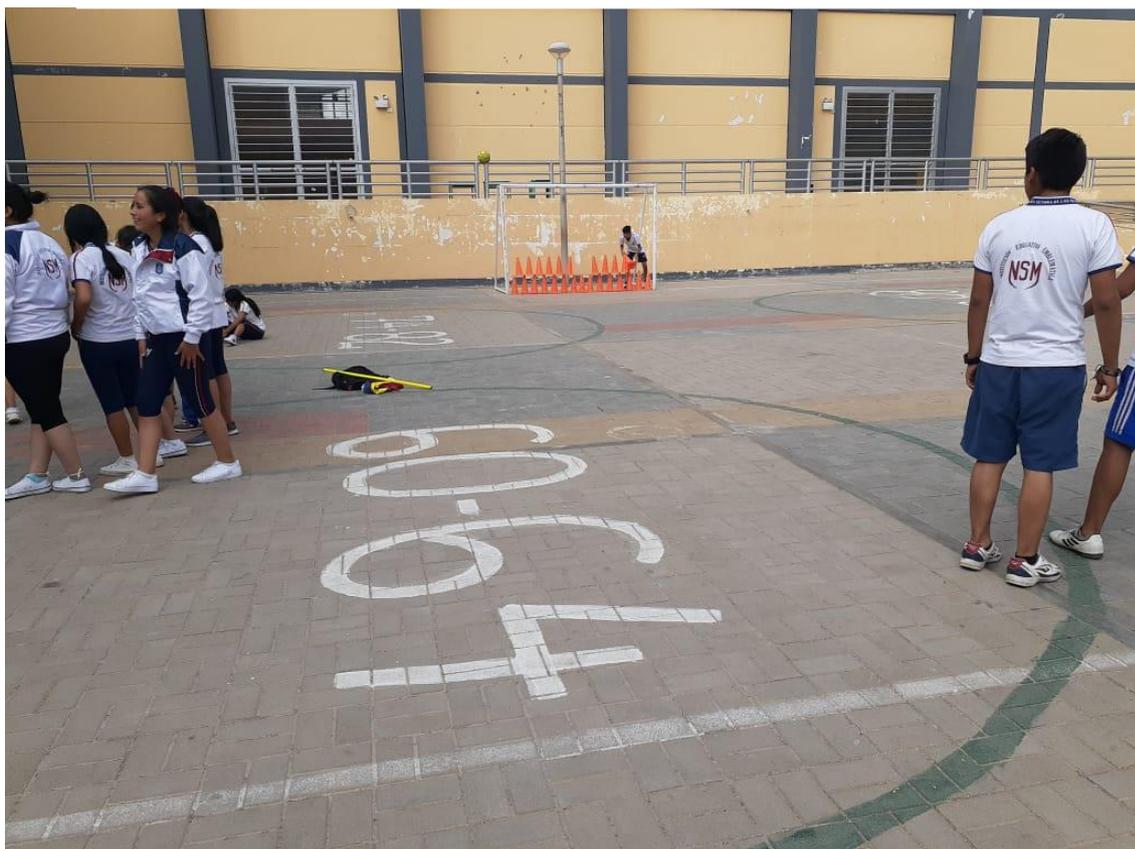
Estudiantes del 3er grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, desarrollando el cuestionario de investigación.



Estudiantes del 3er grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, desarrollando el cuestionario de investigación.



Estudiantes del 3er grado de secundaria desarrollando el curso de Educación Física, una toma fotográfica armando conos, juego característico del reality show Esto es Guerra



Psicóloga de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, desarrollando la ficha de entrevista.



Auxiliar del 3er grado de secundaria de la I.E. Nuestra Señora de las Mercedes, desarrollando la ficha de entrevista.

