

# **UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



*Una Institución Adventista*

## **Actitud negativa de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses febrero-abril del 2017**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en  
Ciencias de la Comunicación

### **Autor:**

Juan Ezequiel Becerra Sánchez

### **Asesor:**

Lic. Nick Josías Brañez Medrano

**Lima, 27 de noviembre del 2020**

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

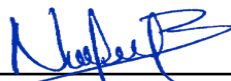
Nick Josías Brañez Medrano, de la Facultad de Ciencias Humanas Y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “Actitud negativa de los concursantes del reality Esto Es Guerra, durante los meses febrero – abril del 2017” constituye la memoria que presenta el Bachiller Juan Ezequiel Becerra Sánchez para obtener el título de Profesional de Ciencias de la Comunicación, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de lima, a los 27 días del mes de noviembre del año 2020



---

Lic. Nick Josías Brañez Medrano

## ACTA DE SUSTENTACIÓN

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los veintisiete días(s) del mes de noviembre del año 2020 siendo las 10:30 horas, se reunieron en el modalidad virtual u online sincrónica, bajo la dirección del Presidente del jurado: Mtro. José Calsin Molleapaza, el secretario: Lic. Marco Antonio Pascual Rivera, miembro: Lic. Julián Usca Quispe; y el asesor: Lic. Nick Josias Brañez Medrano, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: **"Actitud negativa de los concursantes del reality "Esto es guerra", durante los meses febrero – abril del 2017"**, del bachiller Juan Ezequiel Becerra Sánchez, *conducente a la obtención del título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.*

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (los)/a (la) (las) candidato(a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el(los)/la (las) candidato(a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Juan Ezequiel Becerra Sánchez

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	14	C	Con nominación de <b>Aceptable</b>	Bueno

Candidato (b):

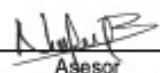
CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

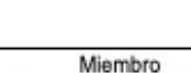
(\*) Ver parte posterior

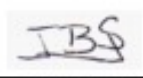
Finalmente, el Presidente del jurado invitó al(los)/a(la)(las) candidato(a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

  
 Presidente  
 Mtro. José Calsin Molleapaza

  
 Secretario  
 Lic. Marco Antonio Pascual Rivera

  
 Asesor  
 Lic. Nick Josias Brañez Medrano

  
 Miembro  
 Lic. Julián Usca Quispe

  
 Candidato/a  
 Juan Ezequiel Becerra Sánchez

### **Dedicatoria**

A Dios, por su dirección, iluminación, guía y fortaleza.

A mis padres, Juan de Dios Becerra, y Jessy Sánchez.

A mis hermanos, Emerson y Anderson, quienes me motivaron a crecer en  
todo aspecto de la vida.

### **Agradecimientos**

A Dios, por sus grandes bondades, por haberme sostenido y guiado durante la realización de esta investigación.

A mis padres y hermanos, gracias a ellos, lo tengo todo para ser feliz.

A mi asesor, Nick Brañez, por su paciencia, apoyo en todo momento para poder concluir esta investigación.

## Índice general

Dedicatoria .....	3
Agradecimientos.....	4
Índice general.....	5
Índice de tablas .....	7
Índice de apéndices.....	8
Resumen .....	9
Abstract .....	10
Capítulo I.....	11
1.1 Introducción .....	11
1.2 Identificación del problema.....	12
1.3 Formulación del problema .....	14
1.3.1 Problema general .....	14
1.3.2 Problemas específicos.....	14
1.4 Objetivos de la investigación .....	14
1.4.1 Objetivo general.....	14
1.4.2 Objetivos específicos.....	14
1.5 Justificación .....	15
1.6 Presuposición filosófica .....	15
Capítulo II.....	17
2.1 Marco Teórico referencial.....	17
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	17
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	19
2.2 Fundamento teórico.....	21
2.2.1. Actitud y conducta .....	21
2.2.2 La familia y la conducta .....	24
2.2.3 Modificación de la conducta en niños y adolescentes .....	25
2.2.4 El contenido de la TV.....	26
2.2.5 Los programas emergentes de Reality Show .....	28
2.2.6 Influencia de la TV en la conducta de niños y adolescentes .....	30
2.3 Teorías de la investigación .....	34
2.3.1 Teoría de la conducta.....	34
2.3.2 Teoría de la información .....	35
2.3.3 Teoría del cultivo .....	35
2.4. Marco conceptual .....	36
2.4.1 Conducta .....	36
2.4.2 Reality show .....	37
2.4.3 Comunicación.....	38
2.5 Marco histórico .....	39
2.5.1 La TV .....	39
2.5.2 Esto es guerra .....	40
Capítulo III.....	42
3.1 Metodología.....	42
3.2 Variables de investigación.....	42
3.3 Muestra .....	42
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43

3.5 Hipótesis.....	44
3.5.1 Hipótesis general.....	44
3.5.2 Hipótesis específicas.....	44
4.1 Resultados y discusión 4.1. Resultados de investigación .....	45
4.1.1 Burla en el programa “Esto es guerra” .....	45
4.1.2 Palabras soeces en el programa “Esto es Guerra” .....	45
4.1.3 Frases con doble sentido en el programa “Esto es guerra” .....	46
4.1.4 Morbo en el programa “Esto es Guerra” .....	47
4.1.5. Sexismo en el programa “Esto es guerra” .....	47
4.1.6. Escándalo en el programa “Esto es guerra” .....	48
4.1.7. Agresividad en el programa “Esto es guerra” .....	49
4.1.8. Violencia en el programa “Esto es guerra” .....	49
4.1.9. Actitud negativa en las interacciones orales.....	50
4.1.10 Actitud positiva en las interacciones orales .....	50
4.1.11 Actitudes negativas en las acciones.....	51
4.1.12 Actitudes positivas en las acciones .....	51
4.2. Discusión de los resultados de la investigación .....	52
Capítulo V.....	55
5.1 Conclusiones y recomendaciones.....	55
5.1.1 Conclusiones de la investigación .....	55
5.1.2 Recomendaciones del estudio .....	55
APÉNDICES.....	56
Referencias bibliográficas .....	80

**Índice de tablas**

Tabla 1 Índice de burla en el programa “Esto es guerra”	45
Tabla 2 Índice de palabras soeces en el programa “Esto es guerra	46
Tabla 3 Índice de frases con doble sentido en el programa “Esto es guerra”	46
Tabla 4 Índice de morbo en el programa “Esto es guerra”	47
Tabla 5 Índice de sexismo en el programa “Esto es guerra”	48
Tabla 6 Índice de escándalo en el programa “Esto es guerra”	48
Tabla 7 Índice de agresividad en el programa “Esto es guerra”	49
Tabla 8 Índice de violencia en el programa “Esto es guerra”	50
Tabla 9 Índice de interacción oral negativa en el programa “Esto es guerra”	50
Tabla 10 Índice de interacción oral positiva en el programa “Esto es guerra”	51
Tabla 11 Índice de acciones negativas en el programa “Esto es guerra”	51
Tabla 12 Índice de acciones positivas en el programa “Esto es guerra”	52

## Índice de apéndices

Apéndice A Matriz de consistencia .....	56
Apéndice B Operacionalización de las variables .....	59
Apéndice C Instrumento de evaluación .....	60
Apéndice D Evidencias fotográficas .....	61

## Resumen

El objetivo de este trabajo fue determinar la actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017. El estudio es de tipo descriptiva, no experimental, exploratoria, guiada por un enfoque deductivo. La muestra o unidad de estudio se seleccionó por conveniencia, para el estudio se han considerado los programas transmitidos durante media temporada (3 meses), correspondiente a la emisión de la temporada 13 del año 2017, entre febrero y abril, estas emisiones televisivas han sido objeto de varias críticas y burlas por la calidad de información que se transmitía. En el mes de febrero, se transmitieron 22 programas, en marzo, 22 y solamente 17 programas se ha considerado en el mes de abril, porque los 5 programas faltantes no se han encontrado. El instrumento que se utilizó fue una “Ficha de observación de programas de competencias” adaptada y denominada “Ficha de manejo de lenguaje televisivo” por Sánchez y Auz en el año 2019. Los resultados muestran que tanto las interacciones orales como las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es negativa a nivel bajo. En conclusión, la actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017 es negativa. *Palabras claves:* Esto es guerra, actitud de concursantes, actitud, televisión, comunicación.

*Palabras clave:* Esto es guerra, actitud de los participantes, actitud, programa de televisión, comunicación

### **Abstract**

The objective of this work was to determine the attitude of the contestants of the reality “Esto es guerra” during the months of February - April 2017. The study is descriptive, nonexperimental, exploratory, guided by a deductive approach. The sample or study unit was selected for convenience, for this reason, for this study, the programs broadcast during the middle season (3 months) were taken into account, in fact, during the broadcast of season 13 in 2017, between February - April, the same that has been the subject of several criticisms and ridicule for the quality of the information that was transmitted, making a total of 22 programs for February, 22 programs for March, and 17 programs for April, considering that the other 5 programs were not found. The instrument used for data collection has been observation, which was led by the “Observation Sheet for Competency Programs” adapted by the author of the “Television Language Management Sheet” by Sánchez and Auz in 2019. The results indicate that the oral interactions such as the actions of the contestants of the reality “This is the war” during the months of February - April 2017 is negative at a low level. In conclusion, the attitude of the contestants of the reality show “This is war” during the months of February - April 2017 is negative.

*Keywords:* Esto es Guerra, Participant Attitude, Attitude, Tv Show, Communication

## Capítulo I

### 1.1 Introducción

El entretenimiento televisivo sin duda en los últimos años ha ido evolucionando a una velocidad abrumadora, tanto que captar la atención de las personas con un programa en particular llega a ser un proceso muy complejo y competitivo, por dicha razón diversas casas televisivas ofrecen una variada y cuantiosa cantidad de programas que oscila entre lo atractivo y exagerado con la intención de tener mayor cantidad de audiencia y se pueda fidelizar de tal forma que puedan seguir en un proceso recurrente cada transmisión cada vez que un programa sale al aire.

Brown (2009), en su reporte hizo una descripción muy detallada del asunto en su momento describiendo que en la década de los 90, las personas estarán expuestas a la televisión de entretenimiento y más programas que en cualquier otra década desde el inicio de la televisión. A pesar de la expansión sin precedentes de la televisión en todo el mundo, el impacto de los programas de televisión de entretenimiento sobre desarrollo no se entiende bien. Numerosos estudios han documentado muchos de los efectos negativos o antisociales de televisión, pero se sabe menos sobre los efectos prosociales de la televisión de entretenimiento programas (Kaye y Sapolsky, 2004). En otros países, así como en el Perú la escasez relativa de investigación sobre los efectos de la televisión de entretenimiento es desfavorable en vista de la rápida difusión de la televisión en todas las regiones donde la mayor parte de la población mundial reside.

A finales de los años setenta y ochenta, el público televisivo se expandió rápidamente en países como México, Brasil, la República Popular de China e India. La televisión llega a más de 600 millones de personas en China, aproximadamente el 55% de la población, y más de 80 millones de personas en India, alrededor del 10%

de la población (Corcoran, 2007). El rápido crecimiento del público televisivo continuó a lo largo de esta última década, a medida que los televisores se vuelven más disponibles para segmentos de población más grandes del Tercer Mundo. La exposición a la televisión está extendida en todo el mundo debido a la creciente participación de los medios de entretenimiento. Los Programas de televisión como las telenovelas y otras series dramáticas representan el género más popular de programas de televisión entre los varios miles de millones de espectadores del mundo, así como un género recientemente ingresado a la televisión que vienen a ser los programas de televisión basura (D'Anna y Moore, 2017). Como la producción de programas de televisión de entretenimiento aumenta en todo el mundo, los efectos de estos programas sobre las actitudes, creencias y comportamientos de los televidentes requerirá un estudio serio por parte de académicos de comunicación que busque entender su impacto e influencia en las distintas realidades humanas.

## **1.2 Identificación del problema**

En el año 2000, cambió el panorama tecnológico para muchas familias peruanas, pues el Perú entró en un periodo económicamente estable, con una mayor adquisición de empleos, así como un aumento en la inversión externa dentro del país, esto ocasionó un desarrollo económico familiar, porque se evidenció gran parte de los hogares adquirieron medios de distracción en casa como radios, televisores, dispositivos de juegos y entre otros (Contreras y Cueto, 2007). Este crecimiento económico fue generalmente urbano, pues la rural siempre mostró dificultades adquisitivas.

Este desarrollo adquisitivo en el Perú produjo el crecimiento de canales de televisión (en adelante TV), así como aumento de contenido televisivo en todas las áreas: cocina, deporte, noticias, películas, entretenimiento, entre otros. Sin embargo,

en los últimos años se incrementó la denominada “televisión basura”. Respecto a este punto Huamán (2016, p. 17) menciona que, es la “pobreza cultural de la televisión comercial” de baja calidad artística que ha dejado a un lado la responsabilidad ante la sociedad en la cual influye, y que se ha abocado a un interés netamente comercial con el objetivo de privilegiar el rating.

Las consecuencias de esta clase de programas con contenido violento han ocasionado efectos alarmantes en los niños con accesos a esta clase de información (Rincón, 2018), aunque en muchas veces como lo señala Sernaqué (2017) la mayoría de contenido televisivo en el Perú, especialmente la población joven de Lima, le causa desagrado, debido a que muchos contenidos transmitidos en señal abierta contienen mensajes negativos, no sólo directos sino también indirectos y pasivos en relación al actuar de muchos “personajes reality” de la TV peruana, que especialmente se desarrollan en medios de concurso, siendo los más catalogados “Combate” y “Esto es guerra”.

En esta clase de programas, se presentan diferentes tipos de competencia, donde la casa productora contrata a un determinado grupo de participantes musculosos o de buen cuerpo en dos bandos diferentes: “Leones” y “Cobras”, estos tienen que competir por ser los mejores del día, consagrándose campeones; en las interacciones que el programa emite se puede notar cómo es que hay una manipulación intencional de la vida personal de los participantes, amoríos inventados, y un sinfín de ocurrencias con tendencia hacia el morbo y el sexismo (Hercilla y Peña, 2016). Asimismo, se observa escenas obscenas, que exaltan el individualismo, el énfasis por el dinero y los bienes económicos, todos estos están orientados a ganar rating (Flores, 2016).

De igual manera, estos programas pertenecen a un polémico género emergente de la TV peruana, que tiene una fuerte influencia en relación a las actitudes, comportamientos y conductas que asumen niños y adolescentes peruanos (León y Malca, 2014; Arboccó de los Heros y Arboccó, 2012). Los mismos que los consideran negativos y “no rescatan ningún valor basándose en el análisis de sus diferentes elementos: problemas de violencia, sexismo, infidelidades, falta de valores, entre otros, pero aun considerándolos un mal ejemplo para la sociedad, continúan viendo los programas, porque son los contenidos actuales de consumo masivo en esta época” (Rodríguez y Alfaro, 2016, p. 103).

### **1.3 Formulación del problema**

#### **1.3.1 Problema general**

¿Cuál es la actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017?

#### **1.3.2 Problemas específicos**

¿Cuál es la actitud en las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017?

¿Cuál es la actitud en las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017?

### **1.4 Objetivos de la investigación**

#### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017.

#### **1.4.2 Objetivos específicos**

Determinar la actitud en las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017.

Determinar la actitud en las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017.

### **1.5 Justificación**

La investigación se justifica de manera teórica, metodológica y práctica. En el ámbito teórico, la investigación se justifica debido a que trata el asunto de la actitud relacionada al fenómeno del reality show, dicha variable usualmente no es estudiada como tal, sino desde la perspectiva psicológica como “actitud”, y en su mayoría la literatura sólo habla de actitud positiva. Esto permite que a través de esta investigación se conceptualice el fenómeno, proveyendo información actualizada del tema.

En el ámbito metodológico, la investigación se diferencia de otras investigaciones, porque pretende hacer una descripción de las interacciones orales y el accionar negativo de los participantes, valiéndose de la observación y el análisis de un conjunto de episodios que permita tener un precedente en relación a dicho fenómeno social.

En el ámbito práctico, provee información importante para la sociedad, en relación al contenido, que pueden estar observando los familiares de su entorno, en especial aquellos que son mayormente influenciados como los menores de edad. Asimismo, es de beneficio para las casas productoras de esta clase de contenido, con la finalidad de utilizar la información descrita para elaborar contenido más edificante en bien de la sociedad y cultura peruana.

### **1.6 Presuposición filosófica**

El autor de esta investigación parte de una premisa filosófica sustentada en los principios bíblicos, que asume que el ser humano está en la tierra con el objetivo de cumplir un propósito elevado y ennoblecedor (Génesis 1:26-27), sin embargo, debido

a la intromisión del pecado todo lo bueno que fue creado a un inicio tiene una tendencia a pervertirse (Génesis 3:7), y aún más considerando que la humanidad actualmente vive en los tiempos finales (Mateo 24:4-51) de los cuales, se ha advertido que sería un tiempo donde se verían “hombres amadores de sí mismos, avaros, vanagloriosos, soberbios, blasfemos, desobedientes a los padres, ingratos, impíos, sin afecto natural, implacables, calumniadores, intemperantes, crueles, aborrecedores de lo bueno, traidores, impetuosos, infatuados, amadores de los deleites más que de Dios, que tendrán apariencia de piedad, pero negarán la eficacia de ella” (2 Timoteo 3:2-5). Es menester saber aprovechar el tiempo (Colosenses 4:5), procurando hacer cosas que dejen una influencia de vida para vida (White, 1997), guardando la mente de toda clase de pensamientos negativos (Salmos 119:9).

Por lo expuesto, tales fundamentos y principios son relevantes para la propuesta que se realiza en la siguiente investigación, que permite explorar el fenómeno en cuestión, partiendo de una necesidad imperativa que debe motivar a la reflexión y a tomar medidas desde el punto de vista científico.

## Capítulo II

### 2.1 Marco Teórico referencial

#### 2.1.1 *Antecedentes internacionales*

Medrano y Cortés (2008), en su investigación titulada, “¿Persisten los estereotipos sociales en la dieta televisiva de los adolescentes?” tuvo el objetivo de conocer si el consumo televisivo contribuye en la definición del significado de género de los adolescentes en la ciudad de Vasco, España. La población estuvo conformada por 577 adolescentes, los mismos que conforman la muestra del estudio. El instrumento utilizado fue el “Cuestionario de hábitos televisivos” (CTV). Los resultados indican que la TV reproduce los estereotipos sociales de género y propicia la perpetuación de los mismos. Asimismo, son las chicas adolescentes las que más se exponen a esta clase de contenidos que se caracterizan por la falta de límites entre las actividades privadas y públicas, entre los valores convencionales y personales.

Aponte y Betancourt (2014) realizaron una investigación titulada, “Incidencias del reality show ‘Protagonistas de nuestra tele 2013’ en las prácticas sociales de las jóvenes de grado once de la Institución Educativa Alfonso Jaramillo Gutiérrez” tuvo el objetivo de determinar si el reality show “Protagonistas de nuestra tele 2013” genera cambios en las prácticas sociales de las jóvenes de grado once de la Institución Educativa Alfonso Jaramillo Gutiérrez en Risalada, Colombia. El estudio parte del enfoque cualitativo, de diseño fenomenológico. El instrumento usado en la investigación es la encuesta semiestructurada con preguntas cerradas, abiertas y mixtas. Los resultados indican que el reality show: “Protagonistas de nuestra tele 2013” si genera cambios en las prácticas sociales de los jóvenes, se evidencia que el programa refuerza el estereotipo dominante de belleza, así como la posición social y económica.

Ortega (2016), en su trabajo de investigación titulada, “Estudio del efecto que causan los programas de reality show televisivos en la conducta de los niños de la escuela Cacique Tomalá, en el sector de bastión popular de la ciudad de Guayaquil” tuvo el objetivo de determinar el efecto que causan los programas de concursos televisivos en los niños de la Escuela Fiscal Cacique Tomalá en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. El estudio parte de un diseño documental o bibliográfico, haciendo uso del método empírico-teórico. La muestra estuvo conformada por 212 alumnos de la Escuela Fiscal Cacique Tomalá. Los resultados indican que los shows televisivos tienen un efecto negativo en los niños de la Escuela Fiscal Cacique Tomalá.

Alarcón (2017) realizó una investigación titulada, “Estudio sobre el impacto social de programas ‘Reality Show’, en los alumnos de la escuela ‘Amarilis Fuentes Alcivar’” con el objetivo de determinar la influencia que ejercen en los niños de la escuela Amarilis Fuentes Alcívar los programas televisivos de Reality Show en Guayaquil, Ecuador. El estudio es documental o bibliográfico, se aplicó el método cualitativo-inductivo. Es de tipo descriptivo, de campo y bibliográfica. Los resultados obtenidos indican que los programas de reality Show ejercen una alta influencia en el comportamiento social de los niños y jóvenes. Asimismo, se evidencia que los niños y adolescentes toman como modelos conductuales a los participantes de los reality shows, ya sea por su físico, fama o forma de actuar.

Echevarría y Espinoza (2019) investigaron sobre “El manejo del lenguaje televisivo de los reality shows, la estructura de su formato y su influencia en los jóvenes, caso de estudio: Programa BLN, La competencia” con el objetivo de hacer un análisis del lenguaje televisivo en los programas de reality shows “BLN” y “La competencia” en Ecuador. El estudio es de enfoque cuantitativo y cualitativo,

sustentándose en un tipo de estudio documental o bibliográfico. La muestra estuvo conformada por jóvenes de entre 18 y 25 años. Los resultados indican que los programas de reality show “BLN” y “La competencia” tienen un formato televisivo muy variado: Baile, competencias físicas, humor, mezcla de vida privada. El lenguaje televisivo es coloquial, haciendo uso de jerga popular y términos en doble sentido. Asimismo, se hace uso de la manipulación del espectador. Por último, esta clase de programas no aporta ningún tipo de valor para la sociedad.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

Alcántara y Dancé (2014) realizaron una investigación titulada, “Percepción de los reality shows ‘Combate’ y ‘Esto es guerra’ y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de secundaria de las I.E. N° 80820 ‘Víctor Larco’ y N° 81025 ‘José Antonio Encinas’, Víctor Larco” con el objetivo de determinar la influencia de los reality shows “Combate” y “Esto es guerra” en el comportamiento en los estudiantes de nivel secundaria de las instituciones educativas “Víctor Larco” y “José Antonio Encinas” en Trujillo, durante el año 2014. El tipo de estudio es no experimental, transversal, de tipo correlacional. La población a estudiar son los estudiantes del nivel secundario de las instituciones ya mencionadas. La muestra estuvo conformada por 238 alumnos distribuidos en ambas instituciones. Los resultados que se obtuvieron indican que la influencia de los reality shows “Combate” y “Esto Es Guerra” es negativa sobre el comportamiento de los estudiantes de secundaria.

Hercilla y Peña (2016) investigaron respecto a la “Percepción sobre los Reality Shows de los adolescentes de la academia preuniversitaria ‘Pitágoras’, Jauja, 2016” con el objetivo de conocer la percepción de los adolescentes de la academia preuniversitaria “Pitágoras” respecto a los programas televisivos de reality shows. La investigación se mide desde el enfoque cuantitativo, es de tipo básico, y de nivel de

estudio descriptivo, no experimental. La población está conformada por 75 adolescentes de la academia preuniversitaria “Pitágoras” en Jauja durante el periodo del 2016, la misma que conforma la muestra. Los resultados indican que el 61,33% de los adolescentes ven siempre estos programas, asimismo el 68% lo considera muy entretenido y una buena alternativa de diversión. Por otro lado, el 65% afirma que la imitación de los estilos de comportamiento de los concursantes es frecuente en su círculo de amigos. Asimismo, los aspectos más comunes observados por los adolescentes son el protagonismo social, el lenguaje, relaciones de pareja, la vestimenta, estética corporal y la competencia agresiva, los mismos que son imitados por los adolescentes en sus relaciones cotidianas.

Yanque (2018) en su estudio: “Influencia de los programas televisivos reality shows en la conducta de los estudiantes de quinto grado de la IES G.U.E. Las Mercedes Juliaca, 2017” tuvo por objetivo determinar la influencia de los programas televisivos de entretenimiento Reality shows en la conducta de los adolescentes de la IES ‘G.U.E. Las Mercedes’”. El trabajo es de tipo descriptivo. La población se conformó de 280 estudiantes de todas las secciones de 5to año. La muestra estuvo conformada por 158 estudiantes que se seleccionaron a través de la técnica muestral aleatoria o no probabilística. Los resultados indican que los programas TV de entretenimiento que son Reality shows influyen de forma negativa en la conducta moral, emocional de los estudiantes de dichas instituciones.

Silva y Velásquez (2018) en su investigación titulada “Diseño del reality show ‘Esto es guerra’ y la relación con el comportamiento de los alumnos del 2do. y 3er. grado de educación secundaria de la I. E. N.º 0168 Amistad Perú, Japón en el distrito de San Juan de Lurigancho” tuvo el objetivo de identificar la relación entre el diseño del reality show “Esto es guerra” y el comportamiento de los alumnos del 2do y 3er

grado de educación secundaria de la I.E N° 0168 Amistad Perú, Japón en el distrito San Juan de Lurigancho. El estudio es de enfoque cuantitativo, el tipo de diseño de la investigación es No experimental - transversal, de tipo correlacional. La muestra estuvo conformada por 68 alumnos. Las conclusiones indican que el reality show “Esto Es Guerra” tiene relación en el comportamiento de la población de estudio ya que los invita a llevar el estilo de vida que se proyecta en dichos programas cambiando de esa manera su actitud frente a los estudios, forma de vestir y la forma en la que se comunican con sus pares.

Collantes (2018) elaboró una investigación titulada “Influencia de los reality show en la formación de estereotipos sociales en los estudiantes de primer año de Ciencias de la Comunicación periodo 2018” tuvo el objetivo de analizar si los reality shows influyen en la formación de estereotipos. El estudio es de tipo No experimental, transversal. La muestra estuvo conformada por 170 estudiantes de la Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. Los resultados indican que la frecuencia de la formación de estereotipos a causa de los reality show en estudiantes de primer año de la escuela de ciencias de la comunicación de una universidad privada es de interés medio, lo que se traduce en influyentes para la formación de estereotipos.

## **2.2 Fundamento teórico**

### ***2.2.1. Actitud y conducta***

Se debe entender que cuando se habla de actitud, se define esta como una serie de elementos que tienen lugar en la mente de cualquier individuo sobre diversos aspectos de la vida. Es decir, siempre la actitud está asociada a un determinado fenómeno, sobre el cual se fundamenta. Una persona puede tener una actitud hacia la violencia, el robo, la mentira o el abuso, pero va a depender de su marco idiosincrático, cultural u otros, el resultado de la misma (Djikanovic, et. al, 2018).

Por lo usual, la actitud se puede evidenciar de dos maneras, a través de las interacciones orales y las acciones (Flores, 2016), aunque éstas a su vez pueden tener subdivisiones las especifiquen por categorías. En relación a la actitud que se evidencia por acciones, éstas pueden subdividirse como pasivas, agresivas y violentas (Torres, 2020; Marco et al., 2007). Asimismo, se manifiestan en el desarrollo de las actividades de una competencia entre dos personas, las mismas que se pueden definir así:

**2.2.1.1 Actitud pasiva.** Es aquella actitud que tiene falta de iniciativa propia y que depende únicamente de la iniciativa de las demás personas con el objetivo de alcanzar una meta. Se entiende como una actitud contraria al compromiso (Bühler, 1933).

**2.2.1.2 Actitud agresiva.** Es aquella actitud que tiene como objetivo herir, lastimar o hace daño a otra persona, en las palabras de Marco et al. (2007, p. 105). Es decir, es la que “lleva implícita la intencionalidad de producir un daño físico o psicológico sobre la persona o sobre uno mismo (agresión o autoagresión respectivamente)”.

**2.2.1.3 Actitud violenta.** Viene a ser un acto ilegal, hostil con la intención de herir físicamente a una persona o infligir daño, e incluso tener intenciones de matarla (Marco et al., 2007). En otras palabras, puede haber muchas motivaciones para ésta como furia o ira, o la intención de querer tomar venganza.

Respecto a la actitud a través de las interacciones orales se pueden subdividir en mensajes positivos y mensajes agresivos (Torres, 2020; Cacuango, 2017), estos últimos por considerarse un tipo de violencia en sí también pueden clasificarse en palabras de burla, palabras soeces, mensajes de doble sentido, morbo, sexismo y escándalo, los mismos que se definen de la siguiente manera:

**2.2.1.4 Mensajes positivos.** Un mensaje positivo es cualquier tipo de interacción oral que tenga la intención de construir, mejorar o llevar de manera positiva un encuentro comunicativo entre dos personas.

**2.2.1.5 Mensajes de burla.** Es un mensaje que hace alusión a algún defecto o característica de una persona y la resalta con la intención de hacer una broma de la característica o la situación (Saigua, 2017).

**2.2.1.6 Mensajes soeces.** Es un mensaje que lleva un contenido grosero u obsceno que tiene la intención de usarse como herramienta de insulto para otra persona, o que busca lastimar emocionalmente a esta (Cacuango, 2017).

**2.2.1.7 Mensajes de doble sentido.** Son mensajes característicos a cada entorno o país y que se pueden entender de dos maneras diferentes, como el mensaje en sí o como un ataque hacia determinada persona (Echeverría y Espinoza, 2019).

**2.2.1.8 Mensajes con contenido morboso.** Es un mensaje con alto contenido sexual que se expone abiertamente a través de la comunicación, siendo en algunos casos explícitos en relación a distintas partes del cuerpo tanto del varón como de la mujer, o respecto a la intimidad que hay entre ellos (Lluncor, 2014).

**2.2.1.9 Sexismo.** Son mensajes que tienden a minimizar capacidades y oportunidades en relación al hombre o a la mujer, son culturalmente aceptados y se asocian hacia el machismo, misoginia o a un desprecio del sexo femenino en relación a lo que podrían lograr (Barzabal y Hernández, 2005).

**2.2.1.10 Escándalo.** Es un incidente que llega a ser público de manera rápida y que puede proceder de una situación que se etiqueta como inadecuada o inmoral. Usualmente estos incidentes pueden acaparar la vida privada de las personas, ser reales o construidas con el objetivo de generar expectación, a esta clase de sucesos Castañares la define como construcción de la hiperrealidad (1995).

En esta sección se hará alusión a los diversos factores que intervienen en relación a la conducta, en especial de los adolescentes y jóvenes, que son el público más vulnerable a los programas de TV de señal abierta.

### **2.2.2 La familia y la conducta**

Reyes, et. al. (2012) muestran que muchos desordenes de la conducta en niños de 9 a 11 años provienen de infantes que vienen de hogares disfuncionales, donde la figura paterna que muestra una conducta disfuncional influirá determinadamente sobre el niño(a), generalmente más en los varones y antes de los 10 años. En la perspectiva de Funezalida (2007b) la conducta de niños y adolescentes son programadas y dirigidas por los efectos consumistas de la TV, y alteran las relaciones funcionales entre ellos y sus padres, siendo así un problema complejo para las familias de la actualidad.

Esto obviamente sucede en aquellas familias que tienen menos restricciones en la casa para el entretenimiento equilibrado en relación a las actividades hogareñas, y donde los niños y adolescentes son sus máximos dueños (Massry, 2012). El efecto de los medios y de la sociedad influyen en el desarrollo conductual de los adolescentes, pues a su edad son presa fácil de factores de riesgo que ponen en juego su salud física y emocional (por consumo de drogas, delincuencia, patrones incorrectos de conducta, etc.) que apela a utilizar los medios de comunicación para fomentar en los adolescentes hábitos y modales incorrectos de conducta (Ouwens, Cebolla y Van Strien 2012)

Sánchez y Reyes (2003) también consideran que, debido a la gran proliferación de TV, así como de aparatos electrónicos, se ha modificado el modo de vida de los niños y adolescentes, pues ya no se pasa mucho tiempo en familia, como antes. La TV ha remplazado muchas veces el papel importante que tiene la familia para los

niños y adolescentes, y los valores tradicionales que conforman una parte vital de la autoestima y las habilidades sociales en ellos (Sánchez y Reyes, 2003).

### **2.2.3 Modificación de la conducta en niños y adolescentes**

Las investigaciones sustentan que la TV de contenido negativo genera un cambio de conducta en los niños y adolescentes. Pérez y Torres (2012) sostienen que la TV basura es uno de los principales factores de deficiencia en la vida y conducta de los adolescentes, especialmente en aquellos cuya autoridad en la familia se desconoce. Es que se reconoce desde hace tiempo que la TV forma patrones de conducta y pensamiento diferentes a los que los padres suelen transmitir. A esto sumarle que muchos jóvenes han ido creciendo juntamente con el desarrollo de la TV en las últimas décadas, y se han convertido en padres asumiendo la TV como un objeto de entretenimiento normal para sus hijos (Porta y Ferrández, 2009).

Para Bringué y Ángeles (2000), los niños y adolescentes están expuestos 6 veces más a la violencia en una hora de TV infantil que en una hora de programación para adultos, lo que estimula el impulso agresivo. Torres (2004) corrobora esta información pues dice que el gran auge de las comunicaciones en formato digital está dejando una nefasta influencia en la salud mental de muchos jóvenes en el mundo. Asimismo, comenta que las investigaciones recientes dan cuenta que la TV ejerce influencia particularmente en conductas como agresividad, alcoholismo, drogadicción, conductas sexuales de riesgo, trastornos alimenticios, etc (Busby, 1994).

Aunque la mayoría de personas ven a la TV actual como de mala calidad o inapropiada de su programación, otros, defienden los espacios actuales de reality shows aduciendo que son espacios de interés sociológico, y educativo, y además son el reflejo de la interacción humana y ejemplos de comunicación social porque permite

enseñar a los espectadores, valores como la amistad, el esfuerzo, el valor, y su oposición a los contravalores, como el odio, la envidia, o el machismo (Pereira, 2008)

#### **2.2.4 El contenido de la TV**

“Televisión” no es un término reciente, al contrario, surgió por primera vez en 1900 y fue acuñado por Constantin Perskyi en el Congreso Internacional de Electricidad de París (CIEP), e involucraba tanto los aspectos de transmisión y programación de la TV (Gómez, et. al, 2008). En relación a América Latina, la TV llega por primera vez en 1935, cuando se emiten las primeras ondas de TV por el canal 5 de la ciudad de México (Moragas, Garitaonandía y López, 2000). Con el avance de la tecnología y el impulso de la economía la TV se ha convertido en un elemento indispensable en la familia puesto que sirve como medio de entretenimiento e información.

Se puede decir que la TV tiene tres elementos importantes que son el contenido, medio y lenguaje, por ello es que se le considera una medio expresión de aprendizaje, independientemente del tipo de mensaje que transmita, positivo o negativo a través de un programa de TV, entendiéndose este como un contenido producido para su transmisión a través de señal abierta, satélite o cable. Esta clase de programas por lo usual tienen un equipo que se encarga de preparar con mucha anticipación el contenido y la forma en que se transmitirá el programa, produciendo una amplia variedad de géneros para toda la ocasión (Nigro, 2008).

Los programas suelen tener diversos tipos de enfoques, que se podrían clasificar en la siguiente manera (cf. Morán y Viscarra, 2012):

**2.2.4.1 Series.** Son programas que se emiten siguiendo una narrativa, y generalmente se dividen en temporadas que se pueden transmitir intermitentemente, es decir al año, al semestre, etc.

**2.2.4.2 Miniseries.** Son programas con un número limitado de episodios, que tienen poca duración y cuyo formato es más concreto.

**2.2.4.3 Documentales.** Son programas que tienen diferentes temáticas, y se abordan teniendo una fundamentación o evidencia contundente del tema a tratar.

**2.2.4.4 Especiales.** Son programas que se transmiten una sola vez dependiendo de la ocasión, y que conmemoran distintos eventos sucedidos en un determinado país o a una persona en específico.

**2.2.4.5 Películas.** Es la retransmisión de contenido publicado a través de la plataforma cinematográfica, por lo general esta clase de contenidos se transmite con el permiso y autorización de los productores de la película.

**2.2.4.6 Noticias.** Son programas de corte informativo que buscan mantener al tanto a una determinada población en relación a los acontecimientos sucedidos en un país y el mundo.

**2.2.4.7 TV basura.** Son programas caracterizados por contenido muy pobre en la propuesta cognitiva y socioafectiva, y que por lo general son populares por abusar de la vida privada de las personas (De los Heros y Arboccó, 2012a; De los Heros y Arboccó, 2012b).

En los últimos años, con el aumento de los servicios de radiodifusión, se buscó que estos transmitieran contenido a través de señal abierta en un marco de respeto y promoción de valores humanos y de identidad nacional, por ello el 15 de julio de 2004 se promulgó la Ley N° 28278: Ley de Radio y Televisión, a fin de poder regular los medios de comunicación en el Perú (Flores, 2016). Sin embargo, y pese a la normativa, los medios de comunicación han sabido pasar encima de estas leyes, eludiendo la justicia peruana, inadvertidos del gran mal que causa esta clase de

contenido a la mente de los adolescentes y jóvenes que consumen sus productos, aun siendo estos programas ficticios, que no tienen que ver con la realidad.

No obstante, los documentales, las noticias de TV, la TV deportiva, los programas de entrevistas y los programas de juegos tradicionales generalmente no se clasifican como TV de realidad. Algunos géneros de programación de TV que son anteriores al auge de la TV de realidad son etiquetas de TV de realidad retroactiva, que incluyen programas de cámara ocultos, programas de búsqueda de talentos, series documentales sobre personas comunes, programas de juegos de alto concepto, programas de mejoras para el hogar y programas de cortesía con temas de casos de la vida real (Edgerton, 2007).

La realidad televisiva ha enfrentado importantes críticas desde su aumento en popularidad. Los críticos argumentan que los programas de TV no reflejan con precisión la realidad, tanto de manera implícita (participantes colocados en situaciones artificiales) como engañosos (edición engañosa, participantes entrenados sobre comportamiento, historias generadas antes de tiempo, escenas en escena). Algunos han sido acusados de la manipulación intencional, explotación y humillación de los participantes, ya sean los favoritos o perdedores, y que muchas veces hacen estrellas de personas sin talento, que no son dignas de fama, pues tienen personalidades infames, que sólo hechizan la vulgaridad y el materialismo (Vergara y Vergara, 2007).

### ***2.2.5 Los programas emergentes de Reality Show***

El género emergente en el que se incluyen los programas de TV que hacen uso de la competencia entre figuras poco conocidas fue un fenómeno que apareció en la década de los 60's, y tuvo su mayor expansión en los 70's en Estados Unidos, ya que los productores de importantes casas televisivas vieron que la aceptación por

contenidos enfocados en temas sociales y para entretenimiento era alto (Alarcón, 2017).

El primer programa reality fue emitido por primera vez a través de la pantalla de una TV fue: *An American Family: A Televised Life* (Landrum y Carmichael, 2002) serie que obtuvo gran aceptación y por la cual se produjeron otras series basadas en el mismo formato conocido como *Survivor*, en el que un grupo de personas son abandonados en un lugar remoto (isla o desierto) durante aproximadamente un mes, en el que tendrán que superar pruebas para obtener recompensas y así llegar al final por el premio mayor de un millón de dólares. Sin embargo, debe resaltarse que, a diferencia de los programas actuales, estos programas iniciales tenían cierta dosis de seriedad y un esquema documental que los caracterizaba.

En la perspectiva de Medrano y Cortés (2008) este género usualmente resalta lo dramático y conflictivo de la vida de los personajes, algo que lo compara con el género documental al utilizar diferentes elementos estandarizados como los confesionales donde el elenco expresa sus pensamientos, e inclusive sirven como narradores del programa (Collantes, 2018). Otras veces los mismos participantes se ven involucrados en temas de escándalos de temas morales y sociales, promoviendo el morbo abierto en la TV con contenido sexual (Flores, 2016). Así es como este género llegó a consolidarse, encargándose principalmente de documentar situaciones sin guion y con ocurrencias actuales, en las que interactúa un elenco hasta entonces desconocido (Sernaque, 2017).

Para Arboccó y Arboccó (2012) el género de los programas de competencia es de baja trascendencia en cuestión de contenido y programación, sin embargo sufre una aceptación alta de los espectadores mayormente jóvenes, lo que para él se debe a la creación de una intencionalidad de realidad totalmente diferente a los jóvenes

poseen y gustan aspirar, a este fenómeno se le conoce como el modelo de “gratificación personal”, que se usa para que la audiencia se sienta identificada con el participante, la misma que presenta situaciones comunes similares a las que sucede para el público corriente.

Una característica importante de esta clase de programas es que los participantes que realizan las competencias son generalmente jóvenes de buena presencia y cuerpos trabajados, a quienes los jóvenes también se sienten inclinados a imitar (Rodríguez y Alfaro, 2016). Algunos estudios indican que existen determinados peligros de riesgo en imitar a personajes de reality shows, debido a que aquellos que intentan imitarlos son apenas niños entre 12 y 18 años de edad, que no tienen la disposición biológica para ganar la masa muscular necesaria que aspiran, y de igual forma, debido a la ingesta de productos hormonales a tan temprana edad puede acelerar enfermedades hereditarias (Pavelka, et. al, 1997). En el caso de las niñas, muchas veces, por querer parecerse a las mujeres presentadas en estos programas, practican hábitos perniciosos para su salud, razón por la cual se puede deber el aumento de la anorexia, bulimia y otros desórdenes alimenticios y patológicos en la actualidad (Myers y Biocca, 1992).

### ***2.2.6 Influencia de la TV en la conducta de niños y adolescentes***

***2.2.6.1 Tiempo de exposición en la TV.*** Estudios recientes indican que la gran mayoría de los niños en edad pre-escolar pasan mucho tiempo ante los medios electrónicos e informativos (TV, internet, video-juegos, etc.), lo que resulta en riesgos para la salud cognitiva y física (Njoroge, et. al, 2013). En el mismo tenor, Fuenzalida (2007a) analiza en su investigación la relación entre los niños en edad escolar y los canales de TV abierta y por cable, mostrando que la TV juega un papel de

construcción del estado emocional y anímico y su capacidad de empezar a enfrentar al mundo, de manera pacífica o violenta.

Kidder y Penno (2016) comentan que los niños de 2 a 5 años pasan 32 horas frente a un televisor a la semana, lo que también incluye internet, DVD, videos y consolas de juego. Asimismo, los chicos de 6 a 11 años pasan 28 horas a la semana al frente de la TV. Los mismos investigadores mencionan que el 71% de los jóvenes de 8 a 18 años tienen una TV en su cuarto o habitación.

En una encuesta realizada en niños de los Estados Unidos de Norteamérica, 1,141 jovencitas entre 11 a 17 años creían que las situaciones que veían en los reality shows eran ciertas, dedicándoles 12 horas por semana a esta clase de programas (Gortmaker, et. al, 1996). Además, en este estudio, se encontró que las señoritas que no veían esta clase de programación tenían una visión de la vida muy diferente de las que sí veían. El 78% de las espectadoras de TV reality eran más propensas a contar chismes y vivir de manera maliciosa y competitiva, declarando que era algo “normal” en su conducta.

La disposición de los niños a ver TV es alta en los países industrializados y los países en vías de desarrollo. Asimismo, no hay patrones de disciplina o de control del consumo de TV en los hogares de los niños. El 53% de las familias encuestadas no tienen reglas en casa sobre los horarios o reglas de ver TV (cf. Kiddler y Penno, 2016).

**2.2.6.2 Consecuencias de nivel cognitivo-emocional.** Asimismo, Valdivia, et. al. (2014) muestran que la exposición de los niños entre 2 a 5 años frente a la TV (independiente del programa que ven) produce un deterioro del desarrollo de las habilidades lingüísticas y del lenguaje, incluso alterando funciones básicas del cerebro. En la misma línea de pensamiento Pérez y Núñez (2006) examinan el contenido de la TV para niños, basándose en contenido de violencia, sexo y

relaciones interpersonales, y concluyeron que es alto casi en programas de acceso familiar como en propagandas, denominándolos como inconvenientes.

Reyes, et. al. (2012) demuestran esto al sugerir que la TV, en especial los programas de violencia y conflicto, generan un impacto en el desarrollo psico-social en los niños que ven esos programas, generando un comportamiento agresivo y violento, de acuerdo a los programas y series que ven. Gómez, et. al. (2008) analizan esta relación entre hábitos televisivos, entretenimiento electrónico y cambios de salud en los niños expuestos a la TV a partir de los 4 años, para su desarrollo psico-social y psico-motriz, además de su lenguaje (Valdivia, et. al, 2013), imaginación y fantasía.

De igual manera, Pérez y Torres (2012) realizaron un estudio interesante que muestran que la exposición desmedida de niños y adolescentes a series de TV pueden modificar y armar su esquema mental y de personalidad, según los personajes que elijan, esto significa que hay una fuerte influencia de la TV en relación a la personalidad que se va formando en los adolescentes.

Por otro lado, existen estudios que muestran la exposición a contenido sexual que los adolescentes y jóvenes muchas veces tienen que asimilar aún antes que sus padres hayan hablado con ellos de temas de sexualidad. Milmine (2013) en su estudio muestra que el 83% del contenido de la programación en Estados Unidos es altamente sexual, siendo este el principal medio para compartir este tipo de información en horarios “restringidos”, pero que muchas veces dada la falta de reglas en casa no se cumplen. Otros programas transmiten estereotipos irreales en cuanto a la vida sexual, deificando el deseo sexual, exponiendo a la mujer como objeto sexual y toda clase de conductas inapropiadas (adulterio, fornicación, homosexualidad, y otros).

Por último, en este aspecto se puede notar que, dado que los programas tienen baja calidad, y eso involucra contenido poco productivo y ausente de valores, como lo manifiestan los reality shows. La falta de principios morales correctos, la exposición de la intimidad y la actitud de arribismo y permisividad para alcanzar un objetivo (el fin justifica los medios) son el menú constante de esta programación “basura” (Moreno, 2003).

Esto ha ocasionado que en los últimos años muchos adolescentes tengan una falta de rendimiento académico aguda debido a la inversión de tiempo enfocado en objetivos poco importantes como el mirar TV, YouTube, entre otros. Eso también ha producido un decreciente nivel de análisis crítico en los estudiantes, así como su creatividad y capacidad de imaginación (Busby, Lambert y Lalongo, 2013).

**2.2.6.3 Consecuencias a nivel físico.** Las consecuencias de permanecer mucho tiempo frente al televisor, independientemente de mirar shows, dibujos u otros programas, puede desarrollar en niños entre 8 a 13 años de edad obesidad y hambre emocional (D’Anna y Moore, 2017), además de obligarlos a permanecer horas sentados, lo que puede causar sedentarismo y problemas oculares (Tapia, 2010).

Por otro lado, la TV propicia el enclaustramiento emocional, la antipatía social evitando que las personas que consumen programación de esa índole tengan una vida normal en relación a la actividad física, e impulse su salud y equilibrio correcto entre una vida académica y el deporte como tal (Rivero, 2006). En niños las consecuencias pueden ser peores, obstruyendo el normal desarrollo motor de los niños por la constante pasividad que tienen al estar involucrados con un programa de TV (Vega y Lafaurie, 2013)

## **2.3 Teorías de la investigación**

### **2.3.1 Teoría de la conducta**

Planteada por Bandura (1997), esta teoría parte del proceso de aprendizaje por observación entre los individuos, el mismo que comienza en la edad pequeña cuando los niños se fijan en los adultos para aprender y modificar patrones de comportamiento a través de referencias. Gran parte del aprendizaje que tiene lugar en la mente de los niños ocurre por la observación, lo que evita el proceso de ensayo-error, y solo se emula la conducta sabiendo el resultado que se obtendrá a partir de ello.

Sin embargo, los niños no aprenden todas las conductas observadas, sino que va a depender de determinados factores como la complejidad de lo que ha de ser emulado, el ajuste de capacidad cognitiva y el significado que tenga para el niño lo que el adulto está haciendo. Aquí entra a tallar también la predicción, debido a que este juega un papel importante en la interiorización de la conducta, porque ellos van a saber las consecuencias de las acciones que van a tomar, a esto se le conoce también como aprendizaje vicario, o que tiene significado antes de ponerse en práctica por determinado niño (Navarro y García, 2018).

Finalmente, Bandura (1997) menciona que, las consecuencias de las conductas pueden tener reforzadores positivos como negativos (premios-regalos) que tienen un grado de influencia para aumentar o disminuir una conducta respectivamente. Es así que las consecuencias anticipadas entonces controlarían las conductas más que las reales, esto explicaría porque es que a veces el comportamiento se da, aunque a veces no se vea reforzado de manera positiva o negativa, interna o externamente (Vertiz y Vertiz, 2015).

### **2.3.2 Teoría de la información**

Es la teoría que asume un sistema de comunicaciones simple y completo, que permite estudiar todos los procesos que forman parte de la comunicación para así entenderla y actuar consecuentemente. Es así que esta teoría parte de la comprensión de datos modernos, con pérdida y sin pérdida que se usan en la comprensión respectiva de un determinado dato: video, audio o documentos. Esta teoría entiende los mecanismos que se usan en la comunicación actual, a través del uso de la información (Padilla, 2019).

Asimismo, esta teoría asume el cálculo previo de la capacidad de un sistema de transmisión, y predice cómo es que puede tener lugar la comunicación asumiendo que esta tiene diversas alternativas que deberán ser elegidas. La comunicación actual tiene dos extremos en su canal de comunicación, por un lado, la fuente y por otro lado el receptor, donde las alternativas se van a entender como toda la clase de signos que transmitan la información pertinente: letras, números, palabras, signos, entre otros. Estos signos van a contener un mensaje que el receptor deberá analizar y entender en un determinado lenguaje (Alarcón y Orjeda, 2018). En ese sentido la TV asume un importante rol de transmisión de información, no sólo de entretenimiento sino también de información a partir de la cual el niño y el adolescente pueden aprender.

### **2.3.3 Teoría del cultivo**

Esta teoría se centra en las contribuciones que la TV hace a las concepciones de la realidad, partiendo del supuesto de aquellas personas que se dedican más tiempo a aprender de ella. En ese sentido la TV pasa a ser un agente cultural, capaz de modificar las percepciones de la realidad de acuerdo a los mensajes más comunes y recurrentes de la TV, y en algunos casos puede hacer que las personas observen

el mundo de una manera distorsionada por interiorizar mucho sus mensajes (Pinado, 2010).

Esto supone que la TV llega a ser un elemento importante en la comunicación, que produce tendencias sociales a través de las imágenes y las fuentes de información, estableciendo patrones culturales en las personas a medida que éstas crecen y desarrollan. En ese sentido la TV cultiva las predisposiciones y preferencias que el público adquiere de otras fuentes primarias, vertiendo patrones de mensajes e imágenes producidas en serie, y cuya accesibilidad y disponibilidad a las masas es alto. Es así que la TV pasa a ser uno de los principales brazos de construcción cultural de la sociedad (Cardoso y Luiz, 2007).

## **2.4. Marco conceptual**

### **2.4.1 Conducta**

En psicología, la conducta es una construcción psicológica a partir de la actitud, una entidad mental y emocional que es inherente o caracteriza a una persona (Perloff et al., 1982). Es una situación ocurrida en la mente que tiene que ver con procesos complejos y un estado adquirido a través de las experiencias. Es el estado mental predispuesto de un individuo con respecto a un valor y se precipita a través de una expresión receptiva hacia una persona, lugar, cosa o evento (el objeto de actitud) que a su vez influye en el pensamiento y la acción del individuo (Kahle y Florence, 2012).

La conducta puede partir desde una actitud positiva, como negativa, siendo esta última una disposición, sentimiento o manera que no es constructiva, cooperativa u optimista (Sapolsky et al., 2018). Una actitud negativa afecta la calidad de vida, tanto a nivel personal como social. Generalmente, no ofrece felicidad al que toma esta postura ni a las personas que lo rodean (Panksepp y Watt, 2011). Según Benson, et al., (2012), los efectos paralizantes de la actitud negativa son: cambio en la forma en

que se ve todo y evitar el disfrute de muchas cosas que pueden traer alegría; impide probar cosas nuevas que pueden ser maravillosas; puede evitar el desarrollo de la madurez y la capacidad de enfrentar los desafíos de la vida; asimismo, la negatividad puede provocar tristeza, depresión, estrés y renuncia a la vida, además que puede quitar energía y motivación.

Desde un punto de vista físico, la negatividad, la infelicidad y el estrés debilita el sistema inmunológico (Sapolsky, 2018). Cuando esto sucede, la persona puede volverse susceptible a muchas enfermedades, incluyendo las que se produce debido al estrés, como enfermedades cardíacas y úlceras.

#### ***2.4.2 Reality show***

La TV de realidad es un género de programación de TV que documenta situaciones de la vida real supuestamente sin guion, a menudo protagonizada por individuos desconocidos en lugar de actores profesionales. Los programas de TV de realidad tienden a estar intercalados con “confesiones”, segmentos cortos de entrevistas en los que los miembros del reparto reflexionan o brindan contexto para los eventos que se representan en la pantalla. Los reality shows basados en la competencia generalmente presentan una eliminación gradual de los participantes, ya sea por un panel de jueces o por la audiencia del programa (Hill, 2018).

Los documentales, las noticias de TV, la TV deportiva, los programas de entrevistas y los programas de juegos tradicionales generalmente no se clasifican como reality shows. Algunos géneros de programación de TV que son anteriores al boom de los reality se han clasificado retroactivamente como tal, incluidos programas de cámara oculta, programas de búsqueda de talentos, series documentales sobre personas comunes, programas de juegos de alto concepto, programas de mejoras

para el hogar y programas de la corte con programas reales -los casos de vida (Parker, 2018).

### **2.4.3 Comunicación**

La comunicación es una necesidad humana y consiste en la transmisión de un mensaje a partir de un emisor hasta un receptor. El lenguaje puede ser positivo como negativo, y puede expresarse a través de palabras, actitudes, miradas, entre otros. Eso significa que el lenguaje es entonces oral y no oral. El lenguaje ofensivo usualmente hace alusión a los comentarios hirientes, despectivos u obscenos hechos por una persona a otra persona (Minahan, 2003). Utilizado en este sentido, este tipo es un lenguaje que generalmente es considerado por ciertas partes de una cultura como muy maleducado, grosero u ofensivo. Puede mostrar una degradación de alguien o algo, o ser considerado como una expresión de un fuerte sentimiento hacia algo (Crone, Hawken y Horner, 2010).

En su sentido más antiguo y literal, el lenguaje ofensivo se refiere a la falta de respeto por las cosas que se consideran correctas y sagradas, lo que implica cualquier cosa inspiradora que merezca respeto, así como un comportamiento que muestre una falta de respeto similar o que cause ofensa a nivel social, deportivo, religioso, artístico, entre otros. (Talavera y Bermejo, 2007). Aquí también ingresa lo del lenguaje vulgar. La vulgaridad es la cualidad de ser común, grosero o sin refinar. Este juicio puede referirse al lenguaje, las artes visuales, la clase social o el trabajo (Bernstein, et. al, 2009). Busby (1994) afirma que el término nunca puede ser autorreferencial, porque ser consciente de la vulgaridad es mostrar un grado de sofisticación que eleva el tema por encima de lo vulgar.

## **2.5 Marco histórico**

### **2.5.1 La TV**

La TV data sus antecedentes desde la década de 1920, con las primeras emisiones públicas de la British Broadcasting Company (BBC) en Inglaterra, y la CBS y NBC en EEUU en la década de los '30. En la década de 1940, la TV presenció cambios asombrosos, pues se crean los reglamentos y regulaciones de la TV, se desarrollan nuevas tecnologías que permiten cubrir más señales de transmisión de las emisiones, alcanzando su máxima cumbre en la década de 1950, donde cada país empieza a regular sus propias leyes y transmisiones de la TV y a su vez se empiezan a desarrollar dispositivos para almacenar contenido televisivo en medios de almacenamiento y reproducción.

En la actualidad, la televisión sigue siendo una herramienta de comunicación masiva en todo el mundo. Se estima que los jóvenes han aumentado en su consumo desde el año 2011, a pesar que hay avances tecnológicos que hacen competencia a la TV, como el internet y las redes sociales (Timberg, y Erler, 2010). Según la compañía Nielsen los consumidores actuales están viendo más televisión que antes, pues tienen a la mano toda clase de posibilidades de ver sus programas favoritos en plataformas que incluso les ofrece grabación de sus programas y les da la oportunidad de repetirlos cuantas veces desean.

Pese a que se creía hace 20 años que la TV desaparecería, los avances y el aumento en su consumo dicen lo contrario. Ahora se nota un crecimiento acelerado del consumo de TV no solo en señales abiertas de TV, sino que las plataformas actuales como PC's, tablets, smartphones y otros dispositivos ofrecen servicios de TV por cable o por satélite, como lo señala la empresa de comunicación (Fuenzalida, 2007)

La última expansión de la TV es la tecnología denominada High Definition TV o HDTV por sus siglas en inglés (High Definition Televisión) es uno de los formatos que, junto a la televisión digital (DTV), se caracterizan por emitir señales televisivas en una calidad digital superior a los sistemas tradicionales analógicos de televisión en color (NTSC, SECAM, PAL), siendo el país de Argentina uno de los primeros países en Sudamérica en adoptar una norma de alta definición a nivel general (Emanuelli, 2001).

### **2.5.2 Esto es guerra**

Los programas de esta naturaleza se vienen produciendo y realizando desde inicios del año 2000 en los Estados Unidos y en varios países del mundo desarrollado, y en sus diferentes versiones de acuerdo a la coyuntura y diferentes conductores y participantes, han logrado cautivar al público infantil, juvenil y adulto (Echevarría y Espinoza, 2019).

En el Perú, el programa “Esto es guerra” se transmitió oficialmente el 5 de abril de 2012 a través de América Televisión, que se emitía en formato 2/7, dos veces por semana, en días diferentes. A medida que transcurrió el tiempo la casa televisiva vio por conveniente emitir el programa todos los días. Los conductores originales del programa fueron Mathías Brivio y Gian Piero Díaz, entre los que se encontraban también Johanna San Miguel y unos años después María Pía Copello (Alcántara y Dancé, 2014). La dinámica del programa comenzó con competencias, que a medida que han transcurrido los años han aumentado cada vez más de dificultad. Para el 2016 se dio a conocer una nueva dinámica: “El origen de la Lucha”, en donde competirían integrantes de “Esto es guerra” y “Combate”.

El programa hasta la fecha tiene 16 temporadas desde su primera transmisión en el 2012, coronándose como ganadores de cada una de las temporadas diferentes

personajes mediáticos de la televisión peruana. Asimismo, a medida que transcurrieron las temporadas se fueron imponiendo diferentes reglas de juego que hacían de las competencias de “Esto es guerra” un desafío constante (Aponte y Betancourt, 2014).

## Capítulo III

### 3.1 Metodología

En el presente estudio, se empleó la metodología de investigación descriptiva, no experimental porque no se manipuló ninguna variable de estudio durante la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Asimismo, es exploratoria porque permitió aproximar a la ciencia a fenómenos desconocidos, con el fin de “aumentar el grado de familiaridad y cómo contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular” (Orozco, 2003, p. 2). Asimismo, este estudio siguió un enfoque deductivo, pues se basará en esta para llegar a las conclusiones pertinentes respecto a la actitud de los participantes del programa “Esto es guerra”.

### 3.2 Variables de investigación

Dado que en esta investigación no se está analizando la relación causal existente entre dos variables que podrían ser dependientes o independientes, sino por el contrario, se están estudiando dos variables dentro de un programa televisivo, por lo tanto, se asume que la mejor categoría para tales variables es X e Y (Bernard y Bernard, 2013).

Variable X: Programa “Esto es guerra”

Variable Y: Actitud de los participantes

### 3.3 Muestra

Para la elaboración de esta investigación, se tomó una muestra por conveniencia, debido a algunos inconvenientes que dificultan la selección con mayor objetividad. Primero lugar, porque no se pueden analizar todos los videos de las temporadas, dado a que no están a disposición en las redes, en segundo lugar, el factor tiempo complica el proceso para analizar todos los programas emitidos. Por

esta razón se tomó en consideración los programas transmitidos durante media temporada (3 meses), es decir, durante la emisión de la temporada 13 en el año 2017, entre febrero-abril. Sin embargo, estos programas fueron objeto de varias críticas y burlas por la calidad de información que se transmitía (Collantes, 2018). El total de programas correspondiente al mes de febrero fueron 22, en marzo, 22 y solamente 17 programas en el mes de abril, porque no se encontraron los otros 5 faltantes.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica usada en esta investigación fue la observación, ya que permite obtener información de primera mano a través del análisis detenido de determinadas unidades de estudio que se pretende analizar.

El instrumento usado en esta investigación fue la “Ficha de observación de programas de competencias” adaptada de la “Ficha del Manejo de Lenguaje Televisivo” de Sánchez y Auz (2019) que se usó para analizar interacciones orales y acciones de los participantes del programa “Esto es guerra”. Esta ficha mide dos tipos de interacciones orales y las acciones (interacciones no orales), donde también se miden diversos tipos de sub acciones que miden dicha interacción, en el caso de interacciones orales: (1) Burla, (2) Palabras soeces, (3) Doble sentido, (4) Morbo, (5) Sexismo, (6) Escándalo, (7) Mensaje positivo, y para acciones: (1) Pasivo, (2) Agresivo y (3) Violento, todas estas sub acciones se miden en una escala del 0 al 7, donde 0 es igual a “No hay índice del hecho”, 1 es igual a “Índice medianamente bajo”, 2 es igual a “Índice bajo”, 3 es igual a “Índice medianamente regular”, 4 es igual a “Índice regular”, 5 es igual a “Índice medianamente alto”, 6 es igual a “Índice alto” y 7 es igual a: Índice extremadamente alto.

### **3.5 Hipótesis**

Debido a que esta investigación buscó indagar en las actitudes de los participantes del programa “Esto es guerra”, las hipótesis de esta investigación se exponen desde la perspectiva general y específica:

#### ***3.5.1 Hipótesis general***

H<sub>1</sub>. La actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es positiva.

H<sub>0</sub>. La actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017 es negativa.

#### ***3.5.2 Hipótesis específicas***

En relación al objetivo específico 1:

H<sub>1</sub>. Las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es positiva.

H<sub>0</sub>. Las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es negativa.

En relación al objetivo específico 2:

H<sub>1</sub>. Las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017 es positiva.

H<sub>0</sub>. Las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es negativa.

## Capítulo IV

### 4.1 Resultados y discusión 4.1. Resultados de investigación

#### 4.1.1 Burla en el programa “Esto es guerra”

En la tabla 1 se puede observar en relación al índice de burla en el programa “Esto es guerra” que, en 26 programas (43,3%) los concursantes no hicieron uso de la burla, en 13 programas (21,7%) se encontró un índice medianamente bajo de burla, en 10 programas (16,7%) se encontró un índice bajo de burla, en 5 programas (8,3%) se encontró un índice medianamente regular de burla, en 2 programas (3,3%) hay un índice regular de burla, en 1 programa (1,7%) se encontró un índice medianamente alto de burla, en 2 programas (3,3%) se encontró un índice alto de burla, y por último en 1 programa (1,7%) se encontró un índice extremadamente alto de burla.

**Tabla 1**

*Índice de burla en el programa “Esto es Guerra”*

Índice de burla	n	%	% acumulado
No hay índice del hecho	26	43,3	43,3
Índice medianamente bajo	13	21,7	65,0
Índice bajo	10	16,7	81,7
Índice medianamente normal	5	8,3	90,0
Índice normal	2	3,3	93,3
Índice medianamente alto	1	1,7	95,0
Índice alto	2	3,3	98,3
Índice extremadamente alto	1	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>	

#### 4.1.2 Palabras soeces en el programa “Esto es Guerra”

En la tabla 2 se puede observar en relación al uso de palabras soeces en el programa “Esto es guerra” que, en 55 programas (91,7%) los concursantes no

hicieron uso de palabras soeces, y en 5 programas (8,3%) hicieron uso medianamente bajo de lenguaje soez.

**Tabla 2**

*Índice de palabras soeces en el programa “Esto es guerra”*

<b>Índice de palabras soeces</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
No hay índice del hecho	55	91,7	91,7
Índice medianamente bajo	5	8,3	100,0
Índice bajo	0	0,0	
Índice medianamente normal	0	0,0	
Índice normal	0	0,0	
Índice medianamente alto	0	0,0	
Índice alto	0	0,0	
Índice extremadamente alto	0	0,0	
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>	

#### **4.1.3 Frases con doble sentido en el programa “Esto es guerra”**

En la tabla 3 se puede observar en relación al uso de frases de doble sentido en el programa “Esto es guerra” que, en 51 programas (85,0%) los concursantes del programa no hicieron uso de frases con doble sentido, en 5 programas (8,3%) hicieron uso medianamente bajo de frases con doble sentido, en 2 programas (3,3%) hicieron uso bajo de frases con doble sentido, en 1 programa (1,7%) hicieron uso medianamente regular de frases con doble sentido, en 1 programa (1,7%) hicieron uso regular de frases con doble sentido.

**Tabla 3**

*Índice de frases con doble sentido en el programa “Esto es Guerra”*

<b>Índice de frases con doble sentido</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
No hay índice del hecho	51	85,0	85,0
Índice medianamente bajo	5	8,3	93,3
Índice bajo	2	3,3	96,7
Índice medianamente normal	1	1,7	98,3
Índice normal	1	1,7	100,0
Índice medianamente alto	0	0,0	

Índice alto	0	0,0
Índice extremadamente alto	0	0,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>

#### **4.1.4 Morbo en el programa “Esto es Guerra”**

En la tabla 4 se puede observar en relación al morbo en el programa “Esto es guerra” que, en 42 programas (70,0%) los concursantes del programa hicieron uso de morbo, en 5 programas (8,3%) hicieron uso medianamente bajo de morbo, en 7 programas (11,7%) hicieron uso bajo de morbo, en 2 programas (3,3%) hicieron uso medianamente regular de morbo, en 2 programas (3,3%) hicieron uso regular de morbo, en 1 programa (1,7%) hicieron uso medianamente alto de morbo y en 1 programa (1,7%) hicieron uso extremadamente alto de morbo.

**Tabla 4**

*Índice de morbo en el programa “Esto es guerra”*

<b>Índice de morbo</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
No hay índice del hecho	42	70,0	70,0
Índice medianamente bajo	5	8,3	78,3
Índice bajo	7	11,7	90,0
Índice medianamente normal	2	3,3	93,3
Índice normal	2	3,3	96,7
Índice medianamente alto	1	1,7	98,3
Índice alto	0	0,0	98,3
Índice extremadamente alto	1	1,7	100,0
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>	

#### **4.1.5. Sexismo en el programa “Esto es guerra”**

En la tabla 5 se puede observar en relación al sexismo en el programa “Esto Es Guerra” que, en 56 programas (93,3%) los concursantes del programa no hicieron uso de sexismo, en 4 programas (6,7%) hicieron uso medianamente bajo de sexismo.

**Tabla 5***Índice de sexismo en el programa “Esto es guerra”*

<b>Índice de sexismo</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
No hay índice del hecho	56	93,3	93,3
Índice medianamente bajo	4	6,7	100,0
Índice bajo	0	0,0	
Índice medianamente normal	0	0,0	
Índice normal	0	0,0	
Índice medianamente alto	0	0,0	
Índice alto	0	0,0	
Índice extremadamente alto	0	0,0	
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>	

**4.1.6. Escándalo en el programa “Esto es guerra”**

En la tabla 6 se puede observar en relación al escándalo en el programa “Esto es guerra” que, en 26 programas (43,3%) los concursantes del programa no hicieron uso de escándalo, en 11 programas (18,3%) hicieron uso medianamente bajo de escándalo, en 8 programas (13,3%) hicieron uso bajo de escándalo, en 3 programas (5,0%) hicieron uso medianamente regular de escándalo, en 4 programas (6,7%) hicieron uso regular de escándalo, en 2 programas (3,3%) hicieron uso medianamente alto de escándalo, en 1 programa (1,7%) hicieron uso alto de escándalo, en 5 programas (8,3%) hicieron uso extremadamente alto de escándalo.

**Tabla 6***Índice de escándalo en el programa “Esto es guerra”*

<b>Índice de escándalo</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
No hay índice del hecho	26	43,3	43,3
Índice medianamente bajo	11	18,3	61,7
Índice bajo	8	13,3	75,0
Índice medianamente regular	3	5,0	80,0
Índice regular	4	6,7	86,7
Índice medianamente alto	2	3,3	90,0
Índice alto	1	1,7	91,7
Índice extremadamente alto	5	8,3	100,0

<b>Total</b>	60	100,0
--------------	----	-------

#### **4.1.7. Agresividad en el programa “Esto es guerra”**

En la tabla 7 se puede observar en relación a la agresividad en el programa “Esto Es Guerra” que, en 35 programas (58,3%) los concursantes del programa no hicieron uso de acciones agresivas, en 19 programas (31,7%) hicieron uso medianamente bajo de acciones agresivas, en 3 programas (5,0%) hicieron uso bajo de acciones agresivas, en 2 programas (3,3%) hicieron uso medianamente regular de acciones agresivas, en 1 programa (1,7%) hicieron uso extremadamente alto de agresividad.

**Tabla 7**

*Índice de agresividad en el programa “Esto es guerra”*

<b>Índice de agresividad</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
No hay índice del hecho	35	58,3	58,3
Índice medianamente bajo	19	31,7	90,0
Índice bajo	3	5,0	95,0
Índice medianamente regular	2	3,3	98,3
Índice regular	0	0,0	98,3
Índice medianamente alto	0	0,0	98,3
Índice alto	0	0,0	98,3
Índice extremadamente alto	1	1,7	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	

#### **4.1.8. Violencia en el programa “Esto es guerra”**

En la tabla 8 se puede observar en relación a la violencia en el programa “Esto es guerra” que, en 55 programas (91,7%) los concursantes del programa no hicieron uso de acciones violentas, en 5 programas (8,3%) hicieron uso medianamente bajo de acciones violentas.

**Tabla 8***Índice de violencia en el programa “Esto es guerra”*

<b>Índice de violencia</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
No hay índice del hecho	55	91,7	91,7
Índice medianamente bajo	5	8,3	100,0
Índice bajo	0	0,0	
Índice medianamente regular	0	0,0	
Índice regular	0	0,0	
Índice medianamente alto	0	0,0	
Índice alto	0	0,0	
Índice extremadamente alto	0	0,0	
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>	

**4.1.9. Actitud negativa en las interacciones orales**

En la tabla 9 se puede observar en relación a las interacciones orales negativas en el programa “Esto Es Guerra” que, en 58 programas (96,7%) la interacción oral negativa fue baja, en 2 programas (3,3%) la interacción oral negativa fue regular.

**Tabla 9***Índice de interacción oral negativa en el programa “Esto es guerra”*

<b>Índice de interacción oral negativa</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
Nivel bajo	58	96,7	96,7
Nivel regular	2	3,3	100,0
Nivel alto	0	0,0	
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>	

**4.1.10 Actitud positiva en las interacciones orales**

En la tabla 10 se puede observar en relación a las interacciones orales positivas en el programa “Esto es guerra” que, en 54 programas (90,0%) la interacción oral positiva fue baja, en 6 programas (10,0%) la interacción oral positiva fue regular.

**Tabla 10***Índice de interacción oral positiva en el programa "Esto es guerra"*

Índice de interacción oral		n	%	%
positiva	acumulado			
Nivel bajo		54	90,0	90,0
Nivel regular		6	10,0	100,0
Nivel alto		0	0,0	
<b>Total</b>		60	100,0	

**4.1.11 Actitudes negativas en las acciones**

En la tabla 11 se puede observar en relación a las acciones negativas en el programa "Esto es guerra" que, en 59 programas (98,3%) las acciones negativas de los concursantes fueron bajas, en 1 programa (1,7%) las acciones negativas de los concursantes fueron altas.

**Tabla 11***Índice de acciones negativas en el programa "Esto es guerra"*

Índice de acción negativa	n	%	% acumulado
Nivel bajo	59	98,3	98,3
Nivel regular	1	1,7	100,0
Nivel alto	0	0,0	
<b>Total</b>	60	100,0	

**4.1.12 Actitudes positivas en las acciones**

En la tabla 12 se puede observar en relación a las acciones positivas en el programa "Esto es guerra" que, en 54 programas (90,0%) las acciones positivas de los concursantes fueron bajas, en 6 programas (10,0%) las acciones positivas de los concursantes fueron altas.

**Tabla 12**

*Índice de acciones positivas en el programa “Esto es guerra”*

<b>Índice de acción positiva</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
Nivel bajo	54	90,0	90,0
Nivel regular	6	10,0	100,0
Nivel alto	0	0,0	
<b>Total</b>	60	100,0	

#### **4.2. Discusión de los resultados de la investigación**

La hipótesis específica 1 refiere que las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es positiva, los resultados encontrados en esta investigación demuestran que las interacciones orales de los concursantes del reality es más negativa (96,7%) que positiva (90%) a nivel bajo. Eso deja en claro que son aquellas interacciones que se pasan por alto y que no se percibe a diario, sino de manera intermitente las que se dejan sentir más entre el grupo de compañeros, palabras de burla con un índice medianamente bajo (21,7%) y bajo (16,7%) como: “¡Bien, bruto, bien!”, “Pitufo”, “Estúpido”, “Sos bruto”, “Burro”, “Negra”, “Calla cabezón”, “Michelle haces temblor” haciendo referencia al peso de Michelle Soifer, son de continuo en el programa, esto también lo confirma Alcántara y Dancé (2014) en su estudio.

En relación a las palabras soeces se encontró que no es común escucharlos en el programa, por el hecho de que también existe una penalidad de puntos para el equipo que menciona alguna de ellas, sin embargo, por la propia forma de ser, en muchas oportunidades se escuchan en el programa frases medianamente bajas (8,3%) como: “¡Auch!, la CTM”, “PTM” ¡oe!”, “¡miércoles!”, las mismas que por estar en un horario familiar en dónde niños como adolescentes pueden estar presentes, luego se replican en la conducta de éstos (De los Heros y Arboccó, 2012a). En

relación a las frases con doble sentido, se encontró que dentro del programa se hace uso medianamente bajo (8,3) y bajo (3,3%) de frases en doble sentido cuando se da la oportunidad, y en esta clase de interacciones gran mayoría de las concursantes participa cuando se da la oportunidad juntamente con el jefe y el conductor Mathías Brivio, entre las frases que más se escuchan están: “¿Cuál es el problema?, ¿te pica?”, “Si te quieres rascar si quieres te ayudo, porque parece que no te estás rascando bien”, “Ya tengo quien me rasque”, lo que llega también a ser usado por los menores de edad en su comunicación diaria (Fuenzalida, 2007a; Echevarría, 2019), en relación al morbo, se encontró que dentro del programa se hace un uso medianamente bajo (8,3%) y bajo “11,7%” de morbo, tanto en el uso de palabras como en las imágenes proyectadas (véase apéndice D), algunas frases que dan a entender esto son: “Le rompe la espalda a Korina”, “Cuando dijiste teta Korina sabía qué darle”, “Está mojadita”, “Yo dormí adentro (en el cuarto de Alejandra)”, “Mi auto era una rana”, “Dame teta”, sin embargo, el bombardeo de imágenes es el que más impera en toda sus formas.

Esto también lo ha percibido Flores (2016) al señalar que esta clase de programas omite la etiqueta de programación para “toda la familia” y vende un producto que bien podría ubicarse en un horario para adultos, lo que influye para que adolescentes y jóvenes inicien una vida sexual precoz (Hercilla y Peña, 2016). Respecto al sexismo, se encontró que dentro del programa se hace un uso medianamente bajo (6,7%) de sexismo, donde especialmente los varones rebajan a las mujeres al momento de competir en algunas pruebas, y no es tan común. Respecto al escándalo, se encontró que dentro del programa se hace uso medianamente bajo (18,3%), bajo (13,3%) y extremadamente alto (8,3%) de la vida privada de los concursantes, enfocándose principalmente en las relaciones amorosas

o las complicaciones que existen en esta para poder vender el programa, estos resultados son similares a los que encontró Lavanda y Angélica (2017) respecto a la relación de Sheyla Rojas y Antonio Pavón, que en su conclusión es construido con la intención de elevar la audiencia televisiva (Huamán, 2016).

La hipótesis específica 2 refiere que las acciones de los concursantes del reality

“Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es positiva, los resultados encontrados en esta investigación demuestran que las acciones de los concursantes del reality es negativa (98,3%) más que positiva (90%) a nivel bajo. En relación a la agresividad se encontró que dentro el programa se hace uso medianamente bajo (31,7%) de actitudes que implican alguna acción agresiva, por lo usual los concursantes aprovechan las pruebas que favorecen el contacto de fuerza unos entre otros para poder infligir algún tipo de daño agresivo a alguien determinado por una cuestión de venganza o “piconería”. En relación a la violencia se encontró que por lo usual no hay acciones violentas en el programa (91,7%), salvo situaciones en donde los mismos concursantes reconocen que la situación se les fue y piden disculpas por ello (3,3%). Estos mismos resultados fueron encontrados por León y Malca (2014) quienes señalan que por lo usual la exposición de los niños a contenido potencialmente agresivo y violento incita actitudes y comportamientos similares en sus interacciones diarias, lo que en el futuro puede llegar a convertirse en una opción para la agresividad o violencia contra la mujer u otros cercanos (Rivero, 2006).

## **Capítulo V**

### **5.1 Conclusiones y recomendaciones**

#### **5.1.1 Conclusiones de la investigación**

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación, las conclusiones se responden de acuerdo a los objetivos planteados:

Respecto al objetivo general, la actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es negativa a un nivel bajo.

Respecto al objetivo específico 1 las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es negativa a un nivel bajo.

Respecto al objetivo específico 2 la actitud en las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero-abril del 2017 es negativa a nivel bajo.

#### **5.1.2 Recomendaciones del estudio**

Este estudio permitió ahondar un poco más en la dinámica de las actitudes de los concursantes del reality show “Esto es guerra”, partiendo de los resultados de este estudio se brindan la siguiente recomendación.

Es necesario que la casa televisiva que alberga el formato del programa “Esto es guerra” pueda hacer ajustes para que incidentes de burla, morbo y frases con doble sentido no formen parte del producto que ofrecen en televisión, y de esa manera pueda ser un programa apto para todo público.

**APÉNDICES**

**APÉNDICE A**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>TEMA</b>	<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>TIPO Y DISEÑO</b>	<b>VARIABLES</b>
Actitudes de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses febrero - abril del 2017	<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Cuál es la actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Determinar la actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p>H1. La actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017 es positiva.</p> <p>Ho. La actitud de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017 es negativa.</p>	<p><b>Tipo:</b></p> <p>Descriptivo, Exploratoria, Deductivo.</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental</p>	<p><b>Actitud de los participantes:</b></p> <p>Una serie de elementos que tienen lugar en la mente del individuo, en relación hacia determinado fenómeno.</p> <p><b>Programa “Esto es guerra”</b></p> <p>Es un programa de telerrealidad, conocido también como reality que</p>

	<p><b>Problema específico 1:</b></p> <p>¿Cuál es la actitud en las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017?</p>	<p><b>Objetivo específico 1:</b></p> <p>Determinar la actitud en las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017.</p>	<p><b>Hipótesis específica 1:</b></p> <p>H1. Las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017 es positiva.</p> <p>Ho. Las interacciones orales de los concursantes del reality “Esto es Guerra”</p>		<p>se transmite en el Perú desde el año 2012 y cuenta con 16 temporadas.</p>
			<p>durante los meses de febrero - abril del 2017 es negativa.</p>		

<p><b>Problema específico 2:</b></p> <p>¿Cuál es la actitud en las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017?</p>	<p><b>Objetivo específico 2:</b></p> <p>Determinar la actitud en las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017.</p>	<p><b>Hipótesis específica 2:</b></p> <p>H1. Las acciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017 es positiva.</p> <p>Ho. Las reacciones de los concursantes del reality “Esto es guerra” durante los meses de febrero - abril del 2017 es negativa.</p>		
---	---	---	--	--

## APÉNDICE B

### OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Actitud de los participantes	Una serie de elementos que tienen lugar en la mente del individuo, en relación hacia determinado fenómeno.	0=No hay índice del hecho 1=Índice medianamente bajo 2=Índice bajo 3=Índice medianamente regular 4=Índice regular 5=Índice medianamente alto 6=Índice alto 7=Índice extremadamente alto	Acciones	Pasiva Agresiva Violenta	Ficha de observación
			Interacciones orales	Mensaje positivo	
				Jergas populares	
				Doble sentido	
				Morbo	
				Sexismo	
				Escándalo	



## APÉNDICE D

### EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

#### Figura 1

*Melissa Loza y Krayg Peña en un auto, tratando de moverlo, dando la idea de una relación sexual*



*Nota.* El gráfico presenta a Krayg Peña y Melissa Loza simulando una relación sexual.

Foto del programa realizado el 06/02/2017

#### Figura 2

*Mario Hart y Korina Rivadeneira en un auto, tratando de moverlo, dando la idea de una relación sexual.*



*Nota.* El gráfico presenta a Mario Hart y Korina Rivadeneira simulando una relación sexual. Foto del programa realizado el 06/02/2017

### Figura 3

*Korina Rivadeneira usando el tortazo en la cara para infligir un golpe a Michelle Soifer.*



*Nota.* El gráfico presenta a Korina Rivadeneira golpeando con una torta el rostro de Michelle Soifer. Foto del programa del 09/02/2017

### Figura 4

*Ignacio Baladán siendo golpeado por un juego y hablando una palabra soez.*



*Nota.* En el gráfico se observa a Ignacio Baladán profiriendo frases soeces. Foto del programa del 09/02/2017.

### Figura 5

*Krayg Peña haciendo un ademán con doble sentido al imitar a una cantante internacional.*



Nota: Fotografía del programa del 13/02/2017

### Figura 6

*Nicola Porcella y Angie Arizaga dándose un beso apasionado como parte de un juego*



Nota. Fotografía del programa del 14/02/2017

**Figura 7**

*Mario Hart y Korina Rivadeneira dándose besos en el cuello, una escena subida de tono*



*Fuente: Fotografía del programa del 14/02/2017*

**Figura 8**

*Paloma Fiuza y Facundo Gonzáles en una escena subida de tono.*



*Nota. Fotografía del programa del 14/02/2017*

**Figura 9**

*Nicola Porcella haciendo una escena semi-desnudo*



*Nota. Fotografía del programa del 23/02/2017*

**Figura 10**

*Facundo Gonzáles haciendo un gesto morboso hacia Ignacio Baladán*



*Nota. Fotografía del programa del 24/02/2017*

**Figura 11**

*Nicola Porcella claramente haciendo un gesto morboso a Angie Arizaga.*



*Nota: Fotografía del programa del 24/02/2017*

**Figura 12**

*Mario Hart haciendo un gesto morboso a Korina Rivadeneira.*



*Nota. Fotografía del programa del 24/02/2017*

**Figura 13**

*Rosángela Espinoza en una posición un tanto comprometedor frente e Krayg Peña.*



*Nota. Fotografía del programa del 24/02/2017*

**Figura 14**

*Escena de Carol Reali y Rosangela Espinoza en ropa de baño*



*Nota. Fotografía del programa del 28/02/2017*

**Figura 15**

*Korina Rivadeneira mostrando su ropa interior.*



*Nota. Fotografía del programa del 28/02/2017*

**Figura 16**

*Erick Sabater haciendo un desnudo en el programa*



*Nota. Fotografía del programa del 01/03/2017*

**Figura 17**

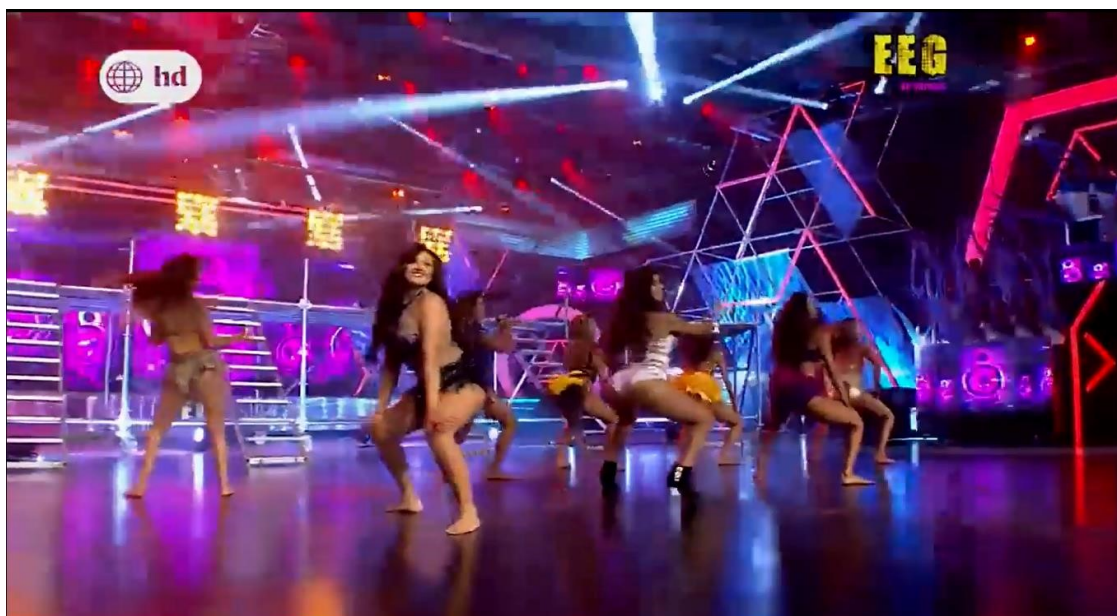
*Michelle Soifer y Erick Sabater peleando con indirectas y morbo en el programa en vivo.*



*Nota. Fotografía del programa del 01/03/17*

**Figura 18**

*Todas las mujeres del programa EEG moviendo el toto con Yahaira Plascencia de invitada*



*Nota. Fotografía del programa del 02/03/2017*

**Figura 19**

*Un grupo de competidoras haciendo una coreografía musical un tanto subida de tono.*



*Nota. Fotografía del programa del 06/03/2017*

**Figura 20**

*Bullying a Mario Hart a través del disfraz de uso que evidencia su pequeñez.*



*Nota. Fotografía del programa del 10/03/2017*

**Figura 21**

*Bullying a Michelle Soifer a través del disfraz de uso que evidencia su gordura.*



*Nota. Fotografía del programa del 10/03/2017*

**Figura 22**

*Niños de aproximadamente 10 años de edad en el programa EEG.*



*Nota. Fotografía del programa del 10/03/2017*

**Figura 23**

*Niños de aproximadamente 14 años de edad en el programa EEG.*



*Nota. Fotografía del programa del 14/03/2017*

**Figura 24**

*Niños de aproximadamente 9 años de edad en el programa EEG.*



*Nota. Fotografía del programa del 18/04/2017*

**Figura 25**

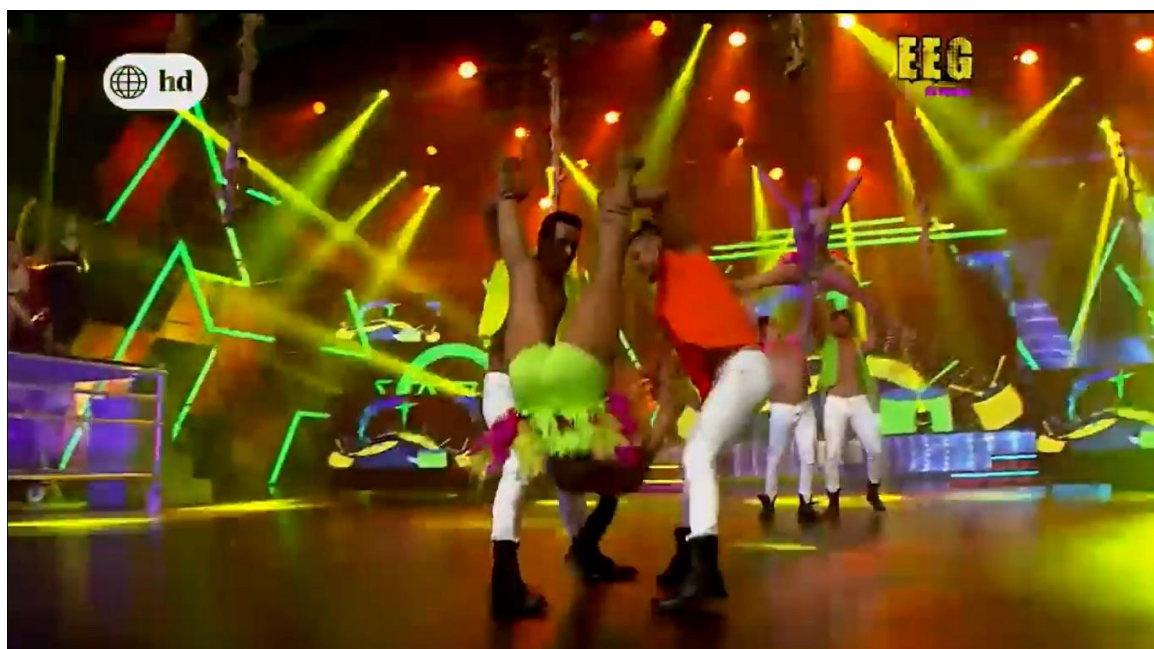
*Leslie Shaw como invitada en el programa EEG con un vestido subido de tono.*



*Nota. Fotografía del programa del 14/03/2017*

**Figura 26**

*Carol Reali haciendo una coreografía subida de tono.*



*Nota. Fotografía del programa del 14/03/2017*

**Figura 27**

*Carol Reali haciendo una coreografía subida de tono.*



*Nota. Fotografía del programa del 14/03/2017*

**Figura 28**

*Chicos reality aprovechándose de un desastre natural para hacer fama.*



*Nota. Fotografía del programa del 17/03/2017*

**Figura 29**

*Chicos reality aprovechándose de un desastre natural para hacer fama.*



*Nota. Fotografía del programa del 17/03/2017*

**Figura 30**

*Chicos reality con un polo de “Una sola fuerza”.*



*Nota. Fotografía del programa del 20/03/2017*

**Figura 31**

*Tilsa Lozano como invitada en el programa EEG con un vestido con un escote pronunciado.*



*Nota. Fotografía del programa del 22/03/2017*

**Figura 32**

*Michelle Soifer aprovechándose de un juego para actuar con agresividad.*



*Nota. Fotografía del programa del 06/04/2017*

**Figura 33**

*Facundo Gonzáles y Krayg Peña haciendo una imitación con vestidos de mujeres.*



*Nota. Fotografía del programa del 19/04/2017*

**Figura 34**

*Patricio Parodi y Krayg Peña usando episodios de la vida personal de cada uno para hacer rap*



*Nota. Fotografía del programa del 26/04/2017*

**Figura 35**

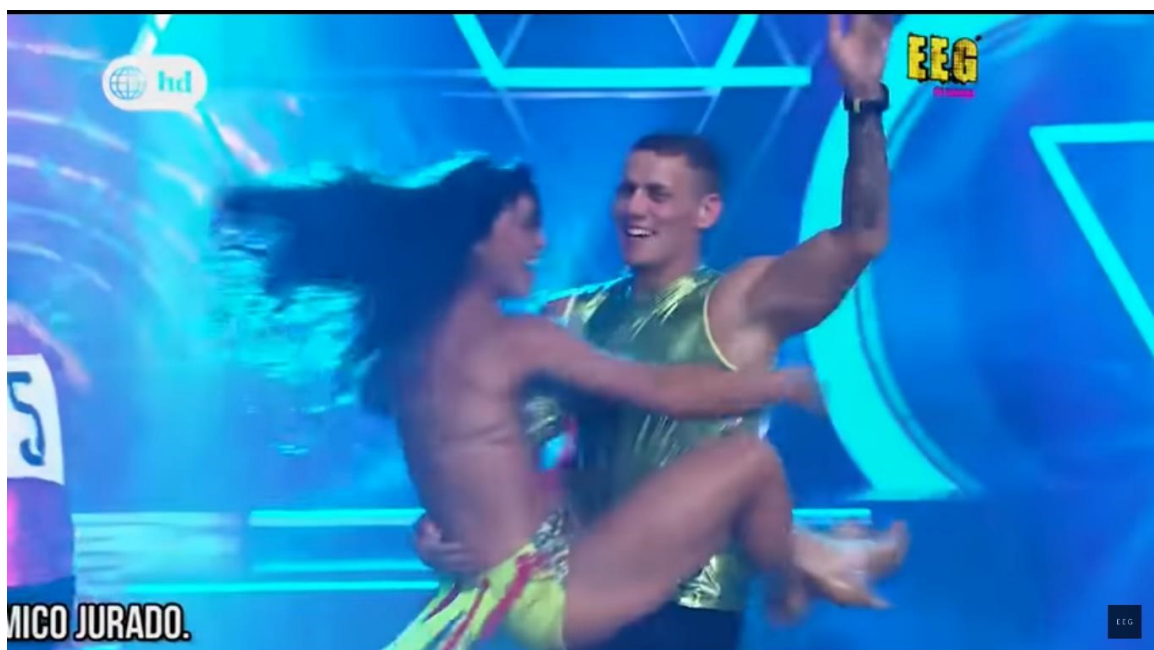
*Rosángela Espinoza y Michelle Soifer usando una sección del programa para burlarse de los defectos*



*Nota. Fotografía del programa del 26/04/2017*

**Figura 36**

*Paloma Fiuza y Krayg Peña bailando en una posición subida de tono*



*Nota. Fotografía del programa del 28/04/2017*

**Figura 37**

*Paloma Fiuza y Krayg Peña bailando en una posición de baile subida de tono.*



*Nota. Fotografía del programa del 28/04/2017*

**Figura 38**

*Paloma Fiuza en una posición de baile subida de tono.*



*Nota. Fotografía del programa del 28/04/2017*

### Referencias bibliográficas

- Alarcón, F. y Orjeda, J. (2018). La gestión de conductas y comportamientos en los usuarios de TI y la concientización en la seguridad de la información en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Chiclayo - Lambayeque. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque - Perú.
- Alarcón, K. (2017). Estudio sobre el impacto social de programas “Reality Show”, en los alumnos de la escuela “Amarilis Fuentes Alcivar” en la ciudad de Guayaquil. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Alcántara, M. y Dancé, S. (2014). Percepción de los reality shows “Combate” y “Esto es guerra” y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de secundaria de las I.E. N° 80820 “Víctor Larco” y N° 81025 “José Antonio Encinas”, Víctor Larco. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Peruana Unión. Lima - Perú.
- Aponte, H. y Betancourt, L. (2014). Incidencias del reality show “Protagonistas de nuestra Tele 2013” en las prácticas sociales de las jóvenes de grado once de la Institución Educativa Alfonso Jaramillo Gutiérrez. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira - Risaralda.
- Arboccó de los Heros, M. y Arboccó, J. (2012). Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. *Av. Psicología*, 20(2), 44-57.
- Barzabal, L. T., y Hernández, A. S. J. (2005). Enseñemos a discriminar estereotipos sexistas en la televisión. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 13(25), 1-9.
- Benson, N., Ginsburg, J., Grand, V., Lazyan, M., y Weeks, M. (2012). *The Psychology Book: Big Ideas Simply Explained*. Galal.
- Bernard, H. R., y Bernard, H. R. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. SAGE.
- Bernstein, M., Tan, D., Smith, G., Czerwinski, M., y Horvitz, E. (2009). Collabio: A Game for Annotating People within Social Networks. *In Proceedings of the 22nd Annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology*.
- Bringué, X. y De los Ángeles, J. (2000). La investigación académica sobre publicidad, televisión y niños: Antecedentes y estado de la cuestión. *Comunicación y sociedad*, 13(1), 45-52.
- Brown, W. J. (1992). The Use of Entertainment Television Programs for Promoting Prosocial Messages. *Howard Journal of Communications*, 3(3-4), 253-266.

- Bühler, C. (1933). *The Social Behavior of Children*. New York, EE.UU. Inter Publishing.
- Busby, D. R., Lambert, S. F., y Jalongo, N. S. (2013). Psychological Symptoms Linking Exposure to Community Violence and Academic Functioning in African American Adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 42(2), 250-262.
- Busby, R. B. (1994). Exposure to Electronic Entertainment Media and Student Outcomes in Two Demographically Diverse Elementary Schools (Tesis doctoral). Andrews University. Michigan, Estados Unidos.
- Cacuango, L. N. T. (2017). El lenguaje soez del entorno escolar en la formación afectiva de los niños de 3 a 4 años de la Unidad Educativa Juan Benigno Vela. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Técnica de Ambato. Ambato - Ecuador.
- Cardoso, J. y Luiz, J. (2007). Cultivo mediático e suas conseqüências: um problema e duas propostas para análise dos efeitos dos media. *Revista Contemporânea*, 5(1): 56-65.
- Castañares, W. (1995). Nuevas formas de ver, nuevas formas de ser: El hiperrealismo televisivo. *Revista de Occidente*, 170-171, 106-119.
- Collantes, P. (2018). Influencia de los reality show en la formación de estereotipos sociales en los estudiantes de primer año de Ciencias de la Comunicación periodo 2018. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. Arequipa - Perú.
- Contreras, C., y Cueto, M. (2007). *Historia del Perú contemporáneo: Desde las luchas por la independencia hasta el presente*. Vol. 27. Instituto de estudios peruanos. Lima, Perú.
- Corcoran, F. (2007). Television Across the World: Interrogating the Globalisation Paradigm. *New Review of Film and Television Studies*, 5(1), 81-95.
- Crone, D. A., Hawken, L. S., y Horner, R. H. (2010). *Responding to Problem Behavior in Schools: The Behavior Education Program*. Guilford Press.
- D'Anna, A., y Moore, E. (2017). Television Viewing Habits as Predictors of Physical and Psychological Health. *The Undergraduate Journal of Psychology*, 11, 71-89.
- De los Heros, M. A., y Arboccó, J. O. B. (2012a). Impacto de la "televisión basura" en la mente y la conducta de niños y adolescentes. *Avances en psicología*, 20(2), 43-57.
- De los Heros, M. A., y Arboccó, J. O. B. (2012b). La "caja boba" más boba que nunca: Reflexiones sobre la televisión basura. *Desde el Sur*, 4(2), 95-117.

- Djikanovic, B., Stamenkovic, Ž., Mikanovic, V. B., Vukovic, D., Gordeev, V. S., y Maksimovic, N. (2018). Negative Attitudes related to Violence against Women: Gender and Ethnic Differences among Youth Living in Serbia. *International Journal of Public Health*, 63(8), 923-932.
- Echevarría, M. y Espinoza, D. (2019). El manejo del lenguaje televisivo de los reality shows, la estructura de su formato y su influencia en los jóvenes, caso de estudio: Programa BLN, La competencia. *Revista Caribeña de las Ciencias Sociales*. Julio.
- Edgerton, G. (2007). *The Columbia History of American Television*. Columbia University Press.
- Emanuelli, P. B. (2001). Posmodernidad y globalización en los medios masivos de comunicación. La TV por cable en Córdoba, Argentina: ¿Hacia la homogeneización de identidades culturales? *Revista Latina de Comunicación Social*, 4(39), 78-82.
- Flores, G. (2016). Difusión de contenido obsceno dentro del horario de protección al menor en el Perú: Análisis del Reality Show “Esto es Guerra”. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Piura. Piura - Perú.
- Flores, L. E. N., y Quispe, S. A. Z. (2016). La influencia del reality show “Esto es guerra” y el comportamiento de los estudiantes de 5° y 6° grado de educación primaria de la institución educativa particular Santa María del valle del distrito de Uchumayo, Arequipa, 2015. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. Arequipa - Perú.
- Fuenzalida, V. (2007a). Reconceptualización de la entretención ficcional televisiva. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 9(1), 12-22.
- Fuenzalida, V. (2007b). Cambios en la relación de los niños con la televisión. *Comunicar: Revista Científica de Educomunicación*, 25(30), 49-54.
- Gómez, L. F., Lucumí, D., Parra, D.C., Lobelo, F. (2008). Niveles de urbanización, uso de televisión y video-juegos en niños colombianos. *Revista de Salud Pública* 10(4), 505-516.
- Gortmaker, S. L., Must, A., Sobol, A. M., Peterson, K., Colditz, G. A., y Dietz, W. H. (1996). Television Viewing as a Cause of Increasing Obesity among Children in the United States, 1986-1990. *Archives of Pediatrics y Adolescent Medicine*, 150(4), 356-362.

- Hercilla, L. y Peña, J. (2016). Percepción sobre los Reality Shows de los adolescentes de la academia preuniversitaria “Pitágoras”, Jauja - 2016. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad nacional del Centro del Perú. Huancayo - Perú.
- Hill, A. (2018). *Media Experiences: Engaging with Drama and Reality Television*. Routledge.
- Huamán, C. (2016). El rol social de la televisión de señal abierta en el país. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Peruana Simón Bolívar. Lima - Perú.
- Kahle, L., y Florence, P. V. (2012). *Marketplace Lifestyles in an Age of Social Media. Theory and Methods*. New York. ME Sharpe.
- Kaye, B. K., y Sapolsky, B. S. (2004). Offensive Language in Prime-Time Television: Four Years after Television Age and Content Ratings. *Journal of Broadcasting y Electronic Media*, 48(4), 554-569.
- Kidder, S. J., y Penno, D. (2016). A Christian Perspective on Watching Secular TV Programming. Department of Family Ministries, General Conference of Seventh-day Adventists. Faculty Publications.
- Landrum, J., y Carmichael, D. (2002). Jeffrey Ruoff's An American Family: A Televised Life: Reviewing the Roots of Reality Television. *Film y History: An Interdisciplinary Journal of Film and Television Studies*, 32(1), 66-70.
- Lavanda, S., y Angélica, L. (2017). Análisis de la reconciliación entre Sheyla Rojas y Antonio Pavón transmitida durante el programa Combate (mayo de 2013). (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.
- León, S. y Malca, M. (2014). Percepción de los Reality Shows “Combate” y “Esto es Guerra” y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de secundaria de las I.E. N° 80820 “Víctor Larco” y N° 81025 “José Antonio Encinas”, Víctor Larco. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo - Perú.
- Lluncor, O. E. V. (2014). Mensaje que transmite el reality show juvenil “Esto Es Guerra” en los estudiantes de cuarto grado de educación secundaria de la IE Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea del distrito de La Victoria-Chiclayo 2013. *Revista PAIAN*, 5(2), 115.
- Marco, F. G., Ibáñez, A. S, Ariño, J. V., y Aznar, M. (2007). Deportividad y violencia en el fútbol base: un programa de evaluación y de prevención de partidos de riesgo. *Revista de Psicología del Deporte* 16(1), 103-118.

- Massry, S. (2012). La televisión y los niños. *Revista Contenido*, 14(3), 75-80.
- Medrano, C. y Cortés, A. (2008). ¿Persisten los estereotipos sociales en la dieta televisiva de los adolescentes?, *Comunicar: Revista científica de comunicación*, 31(16): 381386.
- Medrano, M. y Palacios, S. (2006). ¿Es tan perjudicial la televisión que ven los jóvenes y adolescentes?, *Revista de Psicodidáctica*, 11(2): 189-206.
- Milmine, M. (2013). Beware of What you Watch: Television Viewing and Dating Behavior in Young Adults. *Journal of Interdisciplinary Undergraduate Research*, 5(1), 5-11.
- Minahan, M. (2003). *U.S. Patent Application No. 09/967,643*.
- Moragas, M. D., Garitaonandía, C., y López, B. (2000). Televisión de proximidad en Europa: Experiencias de descentralización en la era digital Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 1999, 428 p. *Anàlisi*, 25, 223-253.
- Morán, F. y Viscarra, R. (2012). Determinación de los efectos que causan las malas programaciones televisivas, con alto contenido de violencia y lenguaje obsceno, que se emiten en horario familiar, con la propuesta de crear una campaña televisiva para concientizar a los padres y jóvenes de la parroquia Ximena de la ciudad de Guayaquil. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Guayaquil. Guayaquil - Ecuador
- Moreno, F. (2003). Radio y televisión en el ámbito local. *Publicacions de la Universitat Jaume I*, 12, 35-65.
- Myers, P. y Biocca, F. (1992). The Elastic Body Image: The Effect of Television Advertising and Programming on Body Image Distortions in Young Women. *Journal of Communication*, 42(3), 108-133.
- Navarro, C. y García, M. (2018). Estrategias psicopedagógicas cognitivas para modificar las conductas agresivas de los estudiantes del tercer grado de secundaria de la institución educativa "Santa Teresa de Jesús" N° 15029, provincia de Sullana, Región Piura. (Tesis inédita de maestría). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque - Perú.
- Nigro, P. (2008). Tres miradas sobre la televisión: Docentes. padres y niños. *Educación y educadores*, 11(1), 55-65.
- Njoroge, W. F., Elenbaas, L. M., Garrison, M. M., Myaing, M., y Christakis, D. A. (2013). Parental cultural attitudes and beliefs regarding young children and television. *JAMA Pediatrics*, 167(8), 739-745.
- Orozco, G. (2003). *Los estudios de recepción: De un modo de investigar a una moda, y de ahí a muchos modos*. Buenos Aires: La Crujia.

- Ortega, E. (2016). Estudio del efecto que causan los programas de reality show televisivos en la conducta de los niños de la escuela Cacique Tomalá, en el sector de bastión popular de la ciudad de Guayaquil. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Ouwens, M. A., Cebolla A., Van Strien, T. (2012). Eating Style, Television Viewing and Snacking in Pre-Adolescent Children. *Nutrición hospitalaria*, 27(4), 1072-1078.
- Padilla, K. (2019). Medida de información y comunicación de la infraestructura de la Red Telemática de la UNPRG aplicando la teoría de la información de Shannon. (Tesis inédita de maestría). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque - Perú.
- Panksepp, J., y Watt, D. (2011). What is Basic about Basic Emotions? Lasting Lessons from Affective Neuroscience. *Emotion Review*, 3(4), 387-396.
- Parker, Catherine. (2011). *301 Ways to Use Social Media to Boost your Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Pavelka, S., Kopecký, P., Bendlová, B., Štolba, P., Vítková, I., Vobruba, V., y Kopecký, J. (1997). Tissue Metabolism and Plasma Levels of Thyroid Hormones in Critically Ill very Premature Infants. *Pediatric Research*, 42(6), 812-819.
- Pereira, S. (2008). Bastidores de TV para niños: Criterios en la construcción de la programación. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*, 26(31), 57-63.
- Pérez, J. R., y Núñez, L. (2006). Lo que los niños ven en la televisión. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 11(20), 26-35.
- Pérez, R., y Torres, D. (2012). Reception of Television Series and Formation of Cognitive Schemas Associated to their Characters: A Study of Costa Rican Children and Adolescents. *Universitas Psychologica*, 11(4), 1291-1302.
- Perloff, R. M., Jeffres, L., Kopec, P. B., y Ulaszewski, M. (1982). *Exploring Urban University Students' Mass Communication Habits*. College Student Journal.
- Pindado, J. (2010). Socialización juvenil y medios de comunicación: algunas cuestiones clave. *Educación y futuro: revista de investigación aplicada y experiencias educativas*, (22), 71-86.
- Porta, A. y Ferrández, R. (2009). Development of an Instrument for Analyzing the Characteristics of the Soundtracks of Children's Television Programmes. *Relieve*, 15(2), 1-18.
- Reyes, U., Reyes, U., Sánchez, N. P., Reyes, K. L., Reyes, D. P., y Castell, E. (2012). La televisión y los niños III. Violencia. *Boletín Clínico Hospital Infantil del Estado de Sonora*, 29(1), 37-43.

- Rincón, E. (2018). Los propios niños y el bullying. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Lima. Lima - Perú.
- Rivero, Y. (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. España. Editorial Gedisa.
- Rodríguez, K. y Alfaro, B. (2016). Valoración ética de los Reality Shows “Combate” y “Esto es Guerra” por parte de los alumnos del 5to año de secundaria de la I.E. 80010 Ricardo Palma - Trujillo 2016”. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Peruana Antenor Orrego. Trujillo - Perú.
- Saigua, M. D. P. (2017). Influencia de los programas realities de la televisión en niños y niñas de 3 a 5 años de la escuela de educación básica “GRL. Cornelio e. Vernaza Carbo” sector sur de Guayaquil. (Tesis inédita de Guayaquil). Universidad de Guayaquil. Guayaquil - Ecuador.
- Sánchez, M. y Auz, D. (2019). El manejo del lenguaje televisivo de los Reality Shows, la estructura de su formato y su influencia en los jóvenes, caso de estudio: Programa BLN, La Competencia. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1-21.
- Sánchez, N. P. y Reyes, U. (2003). La televisión y su impacto en los niños. *Revista Mexicana de Puericultura y Pediatría*, 11(62), 42-51.
- Sánchez-Moreno, J. (2012). Las ciudades de refugio: un estudio de Josué 20: 1-3. *Theologika*, 27(1), 45-65.
- Sánchez-Moreno, J. (2013). Una visión de lo venidero: breve estudio de Apocalipsis 22: 15. *Theologika*, 28(2), 184-205.
- Sánchez-Moreno, J. (2015). *Ética cristiana*. Universidad Peruana Unión. Lima, Perú.
- Sánchez-Moreno, J. (2018). Razón que motivó la huida de Jonás de su responsabilidad de dar a Nínive el mensaje de salvación. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Peruana Unión. Lima - Perú.
- Sapolsky, H. M., Crane, R. J., Neuman, W. R., y Noam, E. M. (2018). *The Telecommunications Revolution: Past, Present and Future*. Routledge.
- Sernaque, G. (2017). Influencia del contenido violento en el periodismo televisivo frente a la actitud de los jóvenes del distrito de Surquillo. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad San Martín de Porres. Lima - Perú.
- Silva, M. y Velásquez, D. (2018). Diseño del reality show “Esto es Guerra” y la relación con el comportamiento de los alumnos del 2do. y 3er. grado de educación secundaria de la I. E. N.º 0168 Amistad Perú - Japón en el distrito de San Juan de Lurigancho. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Tecnológica del Perú. Lima - Perú.

- Talavera, M. D. M. L., y Bermejo, M. J. B. (2007). Telebasura, ética y derecho: Límites a la información de sociedad en televisión. En la ética y el derecho de la información en los tiempos del post-periodismo. *Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad*.
- Tapia, M. (2010). Caracterización de los problemas refractivos en niños de 6-12 años examinados en la clínica de optometría del CICS ST, en el periodo Enero-Diciembre 2009. (Tesis inédita de especialidad). Instituto Tecnológico Nacional. México.
- Timberg, B. M., y Erler, R. J. (2010). *Television Talk: A History of the TV Talk Show*. University of Texas Press.
- Torres, J. (2004). La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: Dictamen de las asociaciones de telespectadores. *Comunicar*, 25, 104-8.
- Torres, I. (2020). Estrés académico y autoeficacia académica en estudiantes universitarios de una universidad de Lima. (Tesis inédita de maestría). Universidad Femenina del Sagrado Corazón.
- Valdivia, I., Gárate, E., Regal, N., Castillo, G., y Sáez, Z. (2014). Exposición a televisión y retardo primario del lenguaje en menores de 5 años. *Revista Cubana de Pediatría*, 86(1), 18-25.
- Vega, J. y Lafaurie, A. (2013). "Observar TV": Un observatorio infantil de televisión para la interlocución de los niños. *Comunicar: Revista Científica de Educomunicación*, 20(40), 145-153.
- Vergara, A. y Vergara, E. (2007). La TV en la vida de la infancia: Estudio de caso en Santiago de Chile. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación* 26(31), 331-337.
- Vertiz, D. y Vertiz, M. (2015). Programa tutorial para mejorar la conducta inapropiada de los estudiantes del 5to grado de educación primaria de la I.E. N° 80420, Cerro Colorado, Pacanga - 2015. (Tesis inédita de maestría). Universidad Nacional Predo Ruiz Gallo. Chepén - Perú.
- White, E. de. (1997). *Obreros evangélicos*. Buenos Aires: Argentina. Asociación Casa Editora Sudamericana.
- Yanque, J. (2018). Influencia de los programas televisivos reality shows en la conducta de los estudiantes de quinto grado de la IES G.U.E. Las Mercedes Juliaca – 2017. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Nacional del Altiplano. Puno - Perú.