



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

## **TESIS**

**El programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” y su influencia en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016**

PRESENTADA POR:

**Bachiller, RENDINA GIORDANO**

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA - 2016 - PERÚ

## **DEDICATORIA**

A Dios porque es el creador de todas las cosas, el Señor de los cielos, el Altísimo, por su gracia y su misericordia, por tocar mi vida y hacerme un hijo suyo.

A mi madre porque me dio la vida y me transmitió su pasión para la Literatura, el Arte, la Historia y el estudio.

Al Perú, mi patria adoptiva, tierra de oportunidades, de personas solidarias y de buen corazón. Nación que me permitió hacer y vivir de lo que me gusta, lo que quiero y para lo que he nacido.

A los que me hirieron y me hicieron daño porque me motivaron a seguir adelante, bajo el poderío y la unción de nuestro Señor Jesucristo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Al colegio Félix Bogado, la directora Luisa M. Sánchez Ramírez de Peña, el sub-director Máximo Enrique Montalván Silva y los alumnos de primero y segundo grado del colegio, que me han permitido llevar a cabo las encuestas y las entrevistas.

A la doctora Clery Ramos, quien me motivó durante todo el proceso de investigación a seguir adelante, a no darme por vencido, y me apoyó para la realización de la encuesta.

A la Universidad Alas Peruanas, mi casa superior de estudios, donde conocí y compartí experiencias con excelentes profesores y compañeros.

A la directora de la DUED, la doctora Rosabel Alarcón, por haberme apoyado en todo momento.

Al coordinador de la carrera, el magister Jorge Olaya, quien me asistió, asesoró y escuchó con suma paciencia durante los 10 ciclos académicos.

Al director de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, el Dr. Luis Francisco Vivanco Aldón, por haberme asesorado, dirigido y corregido durante todo el proceso de investigación, elaboración y sustentación de la presente tesis.

## ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA.	2
AGRADECIMIENTOS.	3
ÍNDICE.	4
INTRODUCCIÓN.	7
RESUMEN.	11
<b>CAPÍTULO I:</b>	
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.</b>	
1. PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA.	
1.1.    DIAGNÓSTICO.	13
1.2.    PRONÓSTICO.	14
1.3.    CONTROL DE PRONÓSTICO.	14
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	
2.1.    PROBLEMA GENERAL.	15
2.2.    PROBLEMAS ESPECÍFICOS.	15
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	
3.1.    OBJETIVO GENERAL.	16
3.2.    OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	16

4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.	
4.1. HIPÓTESIS GENERAL.	16
4.2. HIPÓTESIS SECUNDARIAS.	17
5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.	
5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.	17
5.2. VARIABLE DEPENDIENTE.	17
6. CATEGORÍAS DE LA INVESTIGACIÓN	17
7. INDICADORES DE LA INVESTIGACIÓN	18
8. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	18
9. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	20
10. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	21

## **CAPÍTULO II:**

### **MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.**

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.	
1.1. ANTECEDENTES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.	
1.1.1. Tesis.	24
1.1.2. Libros.	25
1.1.3. Internet.	28
1.2. ANTECEDENTES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.	
1.2.1. Tesis.	29
1.2.2. Libros.	30
1.2.3. Internet.	31

2.	BASES TEÓRICAS.	32
3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.	37

### **CAPÍTULO III:**

#### **MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.**

1.	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.	
1.1.	Tipo de Investigación.	42
1.2.	Nivel de Investigación.	42
1.3.	Diseño de investigación.	42
2.	POBLACIÓN Y MUESTRA.	
2.1.	Población de la Investigación.	43
2.2.	Muestra de la Investigación.	43
3.	RECOLECCIÓN DE DATOS.	
3.1.	Técnicas de Investigación.	43
3.2.	Instrumentos de Investigación.	43
4.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.	45
5.	PRUEBA DE HIPÓTESIS.	107
	CONCLUSIONES.	109
	RECOMENDACIONES.	111
	FUENTES DE INFORMACIÓN.	113
	ANEXOS.	116

## INTRODUCCIÓN

La preocupación por el fenómeno de los realities de competencia en el Perú debería remontarse hasta al estreno del programa “Combate” en el año 2011, por el canal ATV; sin embargo, un tiempo después, el mismo programa fue copiado y estrenado por otro medio de mayor sintonía, América Televisión, en el año 2012.

En un inicio, los participantes eran personas comunes: jóvenes con apariencia estudiantil y aficionados a los deportes, quienes buscaban conseguir algo de dinero para solventar sus estudios superiores. Con el paso del tiempo, la fórmula del reality de competencia empezó a funcionar y no, necesariamente, por el formato del programa que supuestamente promueve la actividad física, el trabajo en equipo y la competitividad, sino por los artilugios de los productores del mismo, quienes iban añadiendo elementos que los hacían cada vez más impactantes y adictivos para niños, jóvenes y adultos. Hablamos de confrontaciones verbales entre los competidores, las relaciones íntimas entre los mismos -que a veces eran y siguen siendo inventadas para alimentar el morbo y la necesidad de conocer en cómo terminó tal y cual relación-; los juegos eróticos, los estilos de comunicación y usos del lenguaje, e incluso los actos de violencia propalados, que además de costarle la interposición de una multa por la Sociedad Nacional de Radio y Televisión, también causaron la reprobación de gran parte de la sociedad civil, quienes hasta se animaron a salir a la calle para marchar en contra de la televisión basura.

De a pocos, el rating de los programas fue aumentando y, no quedándose contentos con los niveles de audiencia, los productores

empezaron a aliarse con los programas de espectáculos y a convertir a cualquier costa a los mismos participantes en personas mediáticas y modelos a seguir, e incluso a idolatrar.

Así se empezó con los ampays de noches desenfundadas, borracheras, infidelidades, actos de violencia, chismes, grabaciones triple xxx, entre otros. En tan solo 4 años de presencia en los medios televisivos, ahora, los encontramos también en los noticieros, los programas de espectáculos, en las redes sociales, los canales en vivo que los mismos programas poseen, en los periódicos y en las librerías. Es decir que al día de hoy, se han convertido en un verdadero fenómeno mediático que no le interesa cómo pero sí o sí tiene que “facturar”.

En este sentido, la presente investigación evaluará hasta qué punto la reestructuración del programa Esto es Guerra: El origen de la lucha, desde lo deportivo hacia lo deportivo/educativo / comunicacional, puede cumplir con las expectativas y los estándares de calidad de ambos géneros. Para ello, se ha decidido evaluar el nivel intelectual de los participantes al medir el grado de dificultad de las preguntas, cuyo nivel de acierto aparenta ser inversamente proporcional al nivel de dificultad de las mismas. Este análisis incluye los estilos de comunicación que emplean los competidores, desde las jergas, sobrenombres, pasando hasta las interjecciones de ánimo, que son copiadas y repetidas por muchos de los televidentes.

Así mismo, por medio de este estudio cualitativo, queremos analizar y sondear el nivel de responsabilidad social de los directivos del Canal 4 y de los productores del programa Esto es Guerra: El origen de la lucha, puesto que hemos encontrado que están constantemente buscando maneras implícitas de atraer la atención de los telespectadores, niños y jóvenes, para retenerlos sin importar las consecuencias sociales que dichas prácticas conllevan, con el fin de llegar a cada vez más personas y vender más espacios publicitarios. Por último, por los niveles de audiencia que el programa consigue se quiere analizar los valores y anti valores que se promueven en el programa para

determinar si contribuyen o no al fomento a la cultura y al fortalecimiento de la identidad cultural nacional.

Pese a que el programa Esto Es Guerra: El origen de la lucha no es el único que maneja el mismo formato y la misma temática entre los realities de competencia de la TV peruana, y tal vez tampoco es el más preocupante en relación a los contenidos poco éticos de sus mensajes implícitos y explícitos- sobre todo a raíz de la reestructuración que ha tenido-, pero sí ha sido y sigue siendo el programa que más rating tiene y casi le triplica el índice de audiencia al segundo más visto: Combate. No obstante, por ser el programa líder, también se convierte en el blanco de muchas críticas, y por ende el que más influencia tiene en el comportamiento, las preferencias y las actitudes de nuestro niños y adolescentes, quienes -cautivos del programa- descuidan los estudios y las actividades lúdicas para convertirse en receptores pasivos y presas fáciles de los anti valores, modelos de conductas y hábitos propalados, descuidando la cultura, el desarrollo intelectual y la identidad cultural de nuestro país.

La presente investigación ahondará alrededor de los estereotipos de belleza que se promueven y las imágenes eróticas que se transmiten como instrumentos de retención del telespectador; del mismo modo acerca de los estereotipos intelectuales que se van construyendo en consecuencia de la recepción de los modelos impulsados y de las capacidades intelectuales que los participantes demuestran, analizando el nivel de acierto y de dificultad de las preguntas; así como los usos del lenguaje en la mecánica integral del programa.

Dentro de las herramientas científicas y de los instrumentos de recolección y tabulación de datos se usaran la observación, el cuestionario y la entrevista. Estos instrumentos nos permitirán obtener información cualitativa para el análisis del programa, de las variables, las dimensiones y los indicadores, que serán apuntados en fechas de registros. Asimismo, las encuestas dirigidas a los estudiantes de ambos géneros serán el instrumento de recolección de datos que permitirá sondear, directamente, acerca de la

influencia en el comportamiento social de los adolescentes y sus estilos de comunicación. Por último, las entrevistas directas a alumnos de cada sección permitirán aclarar dudas y cruzar información más detallada acerca de los motivos de las respuestas múltiples y de crucial importancia para el entendimiento del objeto de la investigación.

## **RESUMEN**

La presente investigación se titula “El programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” y su influencia en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac - 2016”.

En el primer capítulo se identifica el planteamiento general del problema, incluso, sus diagnóstico, pronóstico, y control del pronóstico. En esta línea, se genera problemas específicos, con sus respectivos objetivos a investigar. Ello, lleva al planteamiento de hipótesis, variables, categorías e indicadores, con la selecciones de instrumentos que validen la investigación.

El segundo capítulo contiene el marco teórico de la investigación, constituido por los antecedentes de la investigación, tanto para la variable dependiente como la independiente. Del mismo modo, se incluyen las bases teóricas y la definición de términos básicos que permitirán un mejor entendimiento del campo de estudio.

En el tercer capítulo se identifica el marco metodológico de la investigación, pasando por el tipo y nivel de investigación, la población y diseño de la muestra, así como las técnicas de recolección de datos.

Finalmente, se presenta el análisis de los resultados obtenidos, así como las conclusiones y recomendaciones a las que lleva la investigación.

# **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 DIAGNÓSTICO.**

Actualmente, los niños y los adolescentes que leen libros y artículos extensos son cada vez menos. La televisión y el internet se apropian del poco tiempo libre del que estos disponen, impidiéndoles participar en actividades culturales, lúdicas y recreativas. Además, los canales de televisión, en el afán de incrementar sus niveles de rating y liderar las listas de programas más vistos, han provocado que se utilicen los más impensados artilugios para retener a los telespectadores. Cuerpos semidesnudos, escenas eróticas, o el empleo de un lenguaje inapropiado al tratar temas poco indicados en el horario de protección al menor, son las estrategias más utilizadas por los productores de estos programas para lograr su cometido. En este caótico libertinaje, los programas reality de competencia se han convertido en una fuente de influencia de actitudes, lenguaje, conductas y estilos de vida, que muchas personas, en especial de niños y adolescentes, tienden a seguir y a imitar. Por consiguiente, debido a los preocupantes niveles de rating que los programas de competencia están teniendo, la presente investigación estudia el fenómeno del programa de televisión “Esto es guerra: El origen de la lucha” y la influencia que el mismo ejerce en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes del colegio Félix Bogado, del distrito limeño del Rímac, en el año 2016.

## **1.2 PRONÓSTICO**

La influencia de los programas de televisión en la conducta de los adolescentes y sus estilos de comunicación está generando un clima de preocupación por los falsos modelos de éxito y de belleza que se promueven, distorsionando su escala de valores, estilo de vida e identidad cultural. Asimismo, los resultados de la evaluación PISA no son nada alentadores. Las autoridades, los padres de familia, los educadores y la sociedad civil en conjunto, temen que la programación televisiva actual perjudica el desarrollo intelectual de niños, adolescentes y jóvenes. Por ello, se hace necesario investigar el programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” y su influencia en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes, tomando como referencia de caso a los estudiantes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, del distrito del Rímac en el año 2016.

## **1.3 CONTROL DE PRONOSTICO**

- Restablecimiento del rol social, ético y responsable de la televisión para la transmisión de valores, promoviendo la diversidad cultural, la identidad nacional y estimulando, de manera responsable y progresiva, el proceso intercultural a través del programa.
- Modificación y mejoramiento los modelos de comportamiento exhibidos en el programa para revertir las preferencias y los hábitos dañinos que los seguidores han adquiridos en el proceso de aprendizaje por modelamiento e imitación.
- Redefinición del mecanismo regulador y creación de un sistema normativo y fiscalizador que mejore la participación del Estado y de los organismos encargados de fomentar la conducta ética y responsable de los canales de televisión en su conjunto.

- Revertir el eventual desequilibrio, entre interés público vs. interés privado e intereses económicos vs. Intereses sociales y culturales, por parte de América Televisión.

## **2. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.1. PROBLEMA PRINCIPAL**

¿De qué manera el programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influye en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016?

### **2.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS**

- ¿De qué manera las competencias deportivas del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influyen en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016?
- ¿De qué manera las competencias de conocimiento del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influyen en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016?
- ¿De qué manera el uso del lenguaje en el programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influye en el estilo de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016?

### **3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

- Analizar en qué medida el programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influye en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac –2016.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar en qué medida las competencias deportivas del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influyen en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016.
- Analizar en qué medida las competencias de conocimiento del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influyen en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016.
- Analizar en qué medida el uso del lenguaje en el programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influye en el estilo de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac – 2016.

### **4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **4.1 HIPÓTESIS GENERAL**

El programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influiría en el comportamiento social y estilos de comunicación de los

adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016.

#### **4.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS**

- Las competencias deportivas del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influirían en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac - 2016.
- Las competencias de conocimiento del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influirían en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.

#### **5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **VARIABLE INDEPENDIENTE:**

El programa “ESTO ES GUERRA: EL ORIGEN DE LA LUCHA”.

##### **VARIABLE DEPENDIENTE**

El comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.

#### **6. CATEGORÍAS DE LA INVESTIGACIÓN.**

6.1. COMPETENCIAS DEPORTIVAS.

6.2. COMPETENCIAS DE CONOCIMIENTO.

## **7. INDICADORES DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **7.1. INDICADORES DE LAS CATEGORÍAS:**

#### **7.1.1.MOTIVACIÓN.**

7.1.1.1. Estereotipos de belleza.

7.1.1.2. Imágenes eróticas.

#### **7.1.2.IDENTIFICACIÓN.**

7.1.1.1. Estereotipo intelectual.

7.1.1.2. Nivel de dificultad.

## **8. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.**

Las limitaciones por las que atravesó la presente investigación fueron:

### **8.1. LIMITACIONES DE INFORMACIÓN.**

El fenómeno de los realities de competencias de deporte es relativamente nuevo. No es tarea fácil encontrar publicaciones científicas actuales que traten el tema de una manera amplia y profunda. Mayormente, lo que se encuentra en los motores de búsqueda son artículos de prensa y opiniones informales de blogueros que no tienen rigor científico y que no aportan de mucho para el análisis atento y responsable que la investigación debe tener. Por consiguiente, muchos de los datos presentados serán inferenciales a partir de las bases teóricas encontradas en las obras de los grandes teóricos de la comunicación y citadas en las fuentes bibliográficas.

## **8.2. LIMITACIONES BIBLIOGRÁFICAS.**

El problema de la TV basura es una tarea pendiente desde la década de los 90. Sin embargo, las librerías de Lima no comercializan libros sobre los estudios de los efectos de la televisión en las personas. En las bibliotecas, tampoco se encuentra material relacionado con la temática. Pese a ello, en la web, sí se han podido conseguir obras de importantes teóricos de la comunicación que nos han permitido inferir tendencias, características, efectos y peligros de los nuevos géneros televisivos y del gran problema que engendra el fenómeno de la hiper-realidad.

## **8.3 LIMITACIONES TEMPORALES.**

Los tiempos de entrega que la universidad nos exige suelen ser apremiantes. Pese a ello, el haber empezado a sondear el problema objeto de investigación a partir del octavo ciclo de la carrera profesional nos ha permitido lograr el cumplimiento oportuno del mismo sin tener que comprometer otras actividades profesionales.

## **8.4 LIMITACIONES CREDITÍSTICAS.**

El investigador contó con los medios económicos necesarios para la realización del presente trabajo de investigación, tanto para la sustentación de los gastos relacionados con la adquisición de los materiales como para la ejecución en sí misma de la Tesis. En tanto que, la toma de las encuestas, las entrevistas, la tabulación, el análisis de los resultados y de la redacción del presente documento no han requerido de la contratación de terceros porque fueron realizadas por el mismo autor.

## **9. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

La presente investigación fue posible de ser realizada por las siguientes factibilidades:

### **9.1. FACTIBILIDAD TEMPORAL.**

El investigador organizó un cronograma para la asignación de tiempos exclusivos para el desarrollo diario y evolutivo de la presente investigación.

### **9.2. FACTIBILIDAD CREMATÍSTICA.**

El investigador contó con los medios económicos suficientes para la aplicación de los instrumentos, así como todo el nivel de la investigación y trabajo de campo.

### **9.3. FACTIBILIDAD ACCESITARIA.**

La realización de la presente investigación y sobretodo la aplicación del cuestionario y de la toma de las entrevistas fueron posibles gracias a la colaboración generosa, comprensiva y flexible, del subdirector del colegio, el Sr. Máximo Enrique Montalván Silva, quién nos permitió ingresar en dos oportunidades y nos brindó las facilidades logísticas y organizacionales para que la investigación se desarrolle de la mejor manera.

### **9.4. FACTIBILIDAD TECNOLÓGICA.**

El despliegue de la presente investigación fue posible con los equipos y soportes tecnológicos que disponíamos, debido a que el tamaño de la muestra es medianamente grande.

## **9.5. FACTIBILIDAD ASESORAL.**

Se tuvo acceso permanente a los asesores proporcionados por la universidad. Se contó con una asesora metodológica, quien supo orientar al investigador, así como un asesor temático, responsable de guiar en el fondo y forma de la problemática.

## **10. IMPORTANCIA**

La presente investigación nos permite conocer, analizar, describir y explicar una realidad social y cultural concreta y específica. Por ello, este estudio encierra un valor teórico en sí mismo, en vista de aportar información relevante, teniendo a su vez implicancias prácticas.

En cuanto al aporte a la investigación científica, el carácter multidimensional de la presente investigación, que conjuga en su cuerpo aspectos educativos, comunicacionales y lingüísticos, permite obtener un cuadro amplio de las variables que, actualmente, más preocupan a la opinión pública y a la sociedad civil; y, del mismo modo, poner al descubierto algunas prácticas comunicacionales que confunden al televidente, quien llega a subestimar los efectos perjudiciales en consecuencia del visionado del programa.

Además, serán los mismos encuestados quienes evaluarán las dimensiones y los indicadores objeto de estudio, cuya selección es el producto de un extenso trabajo de observación atenta y sistemática del programa "Esto es guerra: El origen de la lucha". De tal manera, que este enfoque metodológico permitirá reducir de manera sustancial las distorsiones que se producen, habitualmente, entre investigador y objeto de investigación, con el fin de corroborar las hipótesis planteadas.

En cuanto al aporte a las Ciencias de la Comunicación, debido a una aparente indiferencia del Estado en relación al fenómeno mediático de los realities de competencias, y los altos índices de audiencias que

están alcanzando, la presente investigación permitiría determinar si el mecanismo de la autorregulación está siendo efectivo en el desarrollo del ejercicio ético y responsable de la radiodifusión o, de lo contrario, si tal vez sea necesario y oportuno evaluar otras formas de regulación de medios, para así evitar que se sigan propalando contenidos que distorsionan los valores sociales y culturales de nuestra sociedad nacional, y que terminan perjudicando la identidad cultural y el libre desarrollo -físico e intelectual- de nuestros adolescentes.

# **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **2.1.1. ANTECEDENTES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.**

2.1.2. El programa “ESTO ES GUERRA: EL ORIGEN DE LA LUCHA”.

#### **2.1.3. Tesis.**

- a) BERROSPI CASTILLO, Víctor Javier (2012). El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012. Tesis para la obtención del Grado Académico de Magister en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación en la UNMSM. Emplea el método descriptivo-correlacional.

Conclusiones:

- Se determina que los programas realities de concurso Esto es Guerra y Combate, en su estructura y reglas, tienen un contenido caracterizado por la violencia en el logro de metas, llevando a la preferencia por concursantes violentos y alienantes;
- Recalca el esfuerzo físico, el individualismo y las actitudes no reales ni racionales de los concursantes, no contribuyendo a los valores de su identidad cultural, provocando el desconocimiento de la cultura peruana.

- b) VELIZ LLUNCOR, Oscar Eduardo (2013). Mensaje que Transmite el Reality Show Juvenil “Esto Es Guerra” en los Estudiantes de Cuarto Grado de Educación Secundaria de la I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea del Distrito de La Victoria – Chiclayo, 2013. Proyecto de investigación del curso de Producción audiovisual, videografía y otras tecnologías comunicacionales, de la currícula de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán. Emplean el método descriptivo – analítico no experimental.

#### Conclusiones:

- Se identificó que los temas que más se abordan son de tipo sentimental y social porque todo se muestra ante cámaras. Exponen todos los detalles íntimos de los concursantes, de manera escandalosa, exhiben sus relaciones sentimentales, sus enfrentamientos verbales y un lenguaje vulgar;
- Todos los contenidos que se presentan generan aceptación en los estudiantes, que se han dejado atrapar por este programa, postergando actividades como realizar las tareas, leer libros y artículos educativos, conversar en familia, conversar con amigos y hacer deporte;
- Los estudiantes indicaron que el reality influyó su estilo de vida en aspectos, como en su forma de hablar, vestir, actuar y comportarse.

#### 2.1.4. Internet

##### ➤ **Telebasura, Ética y Derecho: Límites a la información de sociedad en televisión**

Todas las televisiones, públicas o privadas, estatales, autonómicas o locales, que emiten esta clase de programas basura tienden a justificarlos en base a cuatro posturas: la libertad de expresión, el derecho a la información, la demanda de la audiencia y el preferentismo. (Talavera & Bordonado Bermejo, 2007)

➤ **PERSPECTIVA Y CRÍTICA DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN:**

Si bien es cierto que la libertad de expresión está limitada constitucionalmente por las obligaciones de respetar la intimidad de las personas, el derecho al honor y a la propia imagen y por la necesaria protección de la infancia y juventud. Es una realidad palpable que, en muchas ocasiones, son los mismos personajes cuya intimidad se ve vulnerada, los que se prestan voluntariamente a ser objetos de la intromisión ilegal e ilícita de un medio de comunicación. Hay celebridades que no lo serían —y no sin esfuerzo y sin un trabajo digno de consideración- si no se avinieran a hacer de su vida privada una mercancía que puede ser comprada y vendida. Es esta cotidiana realidad la que, por otra parte, estimula a los medios de comunicación a convertir la intimidad y la vida privada en espectáculo, especulando con ellos hasta sus límites más inadmisibles. (Barroso & Del Mar López Talavera, 1998)

➤ **PERSPECTIVA Y CRÍTICA DEL DERECHO DE INFORMACIÓN:**

Otro argumento que a menudo utilizan las televisiones que emiten tele-basura es el derecho de los ciudadanos a ser informados. Es cierto que los personajes del corazón acaban siendo personajes públicos sólo por el hecho de su presencia continuada en los medios de comunicación. Ahora bien, confundir el chisme sobre las intimidades de las personas con información es tan grave como equiparar a las personas que conducen esta clase de programas con los profesionales del periodismo. En este sentido, algunos programas del corazón o de entretenimiento muchas veces se presentan como programas de información, cuando no respetan muchos de los principios deontológicos de la profesión periodística y hacen un uso habitual del rumor o la difamación. (Talavera & Bordonado Bermejo, 2007)

➤ **PERSPECTIVA Y CRÍTICA DE LA DEMANDA DE LA AUDIENCIA:**

El tercer argumento, la demanda de la audiencia, choca frontalmente con el concepto de servicio público. A menudo se quiere identificar "lo que quiere y pide la audiencia" con un hipotético "interés público" pues se confunde con la noción de servicio público, entendido éste como un servicio que afecta a los intereses generales y, como tal debe realizarse desde la responsabilidad. Por otra parte, es poco riguroso excusarse en lo que la audiencia quiere o pide cuando son otros criterios bien distintos los que imperan sobre los contenidos televisivos, criterios más bien de índole económica y mercantil. (Talavera & Bordonado Bermejo, 2007)

➤ **PERSPECTIVA Y CRÍTICA PREFERENCISTA:**

Según Gustavo Bueno, la telebasura no es objetable porque es democrática: "nos parece intolerable el proceder de quienes, erigiéndose en perros guardianes de la ortodoxia democrática, como si fueran concedores de la esencia moral del género humano, pontifican sobre lo que debe o no debe ser la televisión democrática". (Bueno, 2002)

Con esta afirmación se llega a un reduccionismo peligroso: la democracia queda reducida a un puro ¿preferentismo?, a una democracia de audiencias que más bien es tiranía de las audiencias. La crítica de los contenidos televisivos queda supeditada a la dictadura del mando a distancia. Además, conviene recordar que democracia, bien entendida, significa mucho más que sumar preferencias a la hora de tomar decisiones, no todos los argumentos y posiciones son válidos desde un punto de vista moral y legal. Y en ningún caso, cabe meter en un mismo saco democracia y telebasura. (Talavera & Bordonado Bermejo, 2007)

### 2.1.5. Libros

Según (Llosa, 2012), la civilización del espectáculo consiste en un mundo en el que el primer lugar en la tabla de valores vigente lo ocupa el entretenimiento, donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal. Este ideal de vida es perfectamente legítimo, sin duda. Pero convertir esa natural propensión a pasarlo bien en un valor supremo tiene consecuencias a veces inesperadas. Entre ellas la banalización de la cultura, la generalización de la frivolidad, la proliferación del periodismo irresponsable, el que se alimenta de la chismografía y el escándalo. Entre los factores más importantes, para la forja de la civilización del espectáculo ha sido la democratización de la cultura. Se trata de un fenómeno altamente positivo, sin duda, que nació de una voluntad altruista: que la cultura no podía seguir siendo el patrimonio de una élite, que una sociedad liberal y democrática tenía la obligación moral de poner la cultura al alcance de todos, mediante la educación, pero también la promoción y subvención de las artes, las letras y todas las manifestaciones culturales. Esta loable filosofía ha tenido en muchos casos el indeseado efecto de la trivialización y adocenamiento de la vida cultural, donde cierto facilismo formal y la superficialidad de los contenidos de los productos culturales se justificaban en razón del propósito cívico de llegar al mayor número de usuarios. La cantidad a expensas de la calidad. Este criterio, proclive a las peores demagogias en el dominio político, en el cultural ha causado reverberaciones imprevistas, entre ellas la desaparición de la alta cultura, obligatoriamente minoritaria por la complejidad y a veces hermetismo de sus claves y códigos, y la masificación de la idea misma de cultura. Esta ha pasado ahora a tener casi exclusivamente la acepción que ella adopta en el discurso antropológico, es decir, la cultura son todas las manifestaciones de la vida de una comunidad: su lengua, sus creencias, sus usos y costumbres, su indumentaria, sus técnicas, y, en suma, todo lo que en ella se practica, evita, respeta y abomina. Cuando la idea de la cultura torna a ser una amalgama semejante es poco menos que inevitable que ella pueda llegar a ser

entendida, apenas, como una manera divertida de pasar el tiempo. Desde luego que la cultura puede ser también eso, pero si termina por ser sólo eso se desnaturaliza y se deprecia: todo lo que forma parte de ella se iguala y uniformiza al extremo de que una ópera de Wagner, la filosofía de Kant, un concierto de los Rolling Stones y una función del Cirque du Soleil se equivalen.

## **2.2. ANTECEDENTES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.**

2.2.1. Comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac – 2016.

### **2.2.2. Tesis.**

- a) CALDERÓN VIVANCO, Elizabeth María (2007). "Los programas de televisión y la agresión en los niños: el caso Power Rangers". Tesis para optar el Título de Licenciado en Educación en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Emplean el método experimental.

Conclusiones:

- Se determina que cuando los niños y adolescentes están expuestos a la observación constante de programas violentos, aumentan las posibilidades de que tengan respuestas agresivas en su comportamiento con otros individuos en su vida cotidiana.

- b) HURTADO HERRERA Miluska, PASTOR MORALES Fátima, JIMÉNEZ RODRÍGUEZ, Diana, SILVA VELIZ, Diamdra y CISNEROS MORALES, Geraldine (2014) "Estudio de opinión adolescentes y reality shows en dos instituciones educativas de Chiclayo y Lambayeque". Investigación realizada por el Centro de

Estudios Sociales y Mediáticos de la Universidad Señor de Sipán (CESMUSS). Emplean el método descriptivo-comparativo.

Conclusiones:

- Se determina que casi una tercera parte o el 31.4% de los adolescentes entrevistados ha intentado comportarse o adoptar actitudes propias de los personajes de los reality shows que ven;
- Se determina que otra tercera parte, el 32.5% del total de los adolescentes encuestados, también reconoció practicar lo que se muestra en los reality shows;
- Se determina que a más de tres cuartas partes de los estudiantes encuestados (76.7%) les gustaría estar en un reality show según lo que respondieron.

### **2.2.3. Internet**

Para (ESCOBAR, 2006), la relación entre el medio televisivo y el comportamiento de las audiencias es un fenómeno social y global, que trasciende el análisis e intervención de la conducta individual, de forma que se hace necesario emplear un marco más integrador interdisciplinario para explicar y predecir los efectos.

Desde la visión de la convergencia, como sostiene la explicación conductual, cuando se observan regularidades en las relaciones entre eventos (en este caso entre ciertos actos y sus consecuencias), las personas derivan reglas y estas pueden relacionarse con la ejecución de los actos.

El aprendizaje del comportamiento social a partir de este proceso se potencializa si la ejecución del comportamiento posee las mismas consecuencias que las observadas en un programa de televisión.

Desde esta perspectiva, cualquier intento de regulación de la televisión debe centrarse en la demostración de relaciones probables

entre la exposición a contenidos y los patrones de comportamiento de las audiencias. Esto no sucede en la actualidad.

Los organismos de control intentan regular contenidos, pero dado que no poseen una metodología para identificar y argumentar relaciones probables, los canales privados usualmente ganan el debate al no poderse demostrar que ciertos programas son peligrosos o dañinos para las audiencias jóvenes.

#### **2.2.4. Libros**

Para (Bandura, 1963), en relación a la influencia de la conducta de los modelos en la transmisión de pautas sociales y desviadas de respuesta, los datos que proporcionan los estudios de campo y la experimentación de laboratorio distinguen tres posibles efectos de la exposición a un modelo:

- Un efecto de modelado, que implica la transmisión de pautas de respuesta de una imitación precisa y que previamente no se encontraban en el repertorio de respuestas del observador;
- Un efecto inhibitorio o desinhibitorio que se refleja en un incremento o decremento de la frecuencia, la latencia o la intensidad de determinadas respuestas adquiridas previamente por el observador, más o menos similares a las que muestra el modelo;
- Un posible efecto de provocación, en el que la observación de las respuestas de un modelo sirve como señal para que el observador <<dispare>> respuestas similares que ni son completamente nuevas ni están inhibidas como resultado de un aprendizaje previo.

## **2.3. BASES TEÓRICAS**

### **I. Teorías de la Comunicación de Masas:**

#### **➤ LA TEORÍA HIPODÉRMICA**

Según la Teoría hipodérmica, de la aguja hipodérmica, de la bala mágica o de la reacción en cadena, en la sociedad de masas los medios inyectan información presumiblemente verídica y se destruyen los vínculos primarios de los individuos, facilitando una persuasión colectiva masiva, según el modelo clásico conductista de estímulo-respuesta de Lasswell. (Merton, 1968)

#### **➤ TEORÍA DE LAS DIFERENCIAS INDIVIDUALES**

Este tipo de teoría preferentemente estudia los efectos de los medios de comunicación en una situación de "campaña" y se centra en la psicología de las personas ya que cada miembro tiene características que lo hacen diferente a otro, por lo que su conducta y su personalidad pueden ser diferentes. La teoría de las diferencias individuales explica que los individuos tenderán a exponerse a los mensajes de los medios en función de sus intereses personales y predisposiciones. (DeFleur & Ball Rokeach, 1982)

#### **➤ LA TEORÍA DE LOS EFECTOS LIMITADOS**

Esta teoría caracteriza el comienzo de la investigación sociológica empírica sobre las comunicaciones de masas y afecta globalmente a todos los media desde el punto de vista de su capacidad de influencia sobre el público y pone la atención a la capacidad diferenciada de cada uno de los métodos para ejercer influencias específicas. El problema fundamental se centra en el de los efectos de los media, pero no ya en los mismos términos que las teorías precedentes. La etiqueta «efectos limitados» indica una distinta valoración de la

cantidad de efecto y cualitativamente diferente. Esta teoría habla de influencia, y no sólo de la ejercida por los media sino de la más general que «fluye» entre las relaciones comunitarias. La conclusión es que los medios masivos no son tan omnipotentes como se pensaba originalmente, sirviendo sólo como refuerzo a decisiones previamente establecidas; pese al papel que juegan en el proceso las relaciones personales en la toma de decisiones y lo que hacen las personas con los medios y sus mensajes, dando lugar a la profundización en los estudios de las audiencias y entre ellos de los líderes de opinión. (Wolf, 1987)

### ➤ **LA TEORÍA FUNCIONALISTA DE LAS COMUNICACIONES DE MASAS**

El enfoque de la teoría funcionalista son las funciones desempeñadas por las comunicaciones de masas en la sociedad. Concentra la atención sobre las consecuencias objetivamente demostrables de la acción de los media sobre la sociedad en su conjunto o sobre sus subsistemas. En la teoría funcionalista de los media –paralelamente al paso del estudio de los efectos al de las funciones– se tiene como referencia otro contexto comunicativo. De una situación específica como una campaña informativa se pasa a la situación comunicativa más «normal» y habitual de la producción y difusión cotidiana de mensajes de masas. Las funciones analizadas no están ligadas a contextos comunicativos particulares sino a la presencia normal de los media en la sociedad.(Wolf, 1987)

### ➤ **TEORÍA ESTRUCTURAL-FUNCIONALISTA**

Describe la acción social (y no el comportamiento) en su adherencia a los modelos de valor interiorizados e institucionalizados. El sistema social en su globalidad es concebido como un organismo cuyas distintas partes desempeñan funciones de integración y de mantenimiento del sistema. Su equilibrio y su estabilidad se realizan a

través de las relaciones funcionales que los individuos y los subsistemas activan en su conjunto. (Wolf, 1987)

El «inventario» de las funciones está relacionado con cuatro tipos de fenómenos comunicativos distintos: a) la existencia del sistema global de los mass media en una sociedad; b) los tipos de modelos específicos de comunicación relacionados con cada medio particular (prensa, radio, etc.); c) la implantación institucional y organizativa con la que operan los distintos media; d) las consecuencias que se derivan del hecho de que las principales actividades de comunicación se desarrollen a través de los mass media. (Wright, 1960)

### ➤ **TEORÍA DEL SER SOCIAL**

Los medios masivos de comunicación provocaron cambios significativos en las condiciones humanas. Se señalan cuatro fuerzas que provocan la opinión pública: expresividad, aceptación, permanente, rapidez o difusión. La nueva comunicación de masas ha representado una evolución en todas las fases de la vida. Charles Cooley propone una teoría del ser social, conjunto con la opinión pública en donde se agrupan actitudes y opiniones como una entidad social a través de la comunicación. La opinión pública no es un simple conglomerado de conclusiones del individuo, sino que es una organización, un producto cooperativo y una influencia recíproca. (Cooley, 1962)

## **II. Regulación de medios:**

### ➤ **LA TEORÍA NORMATIVA DE MEDIOS**

La teoría de los medios se refiere a un complejo conjunto de principios sociales, políticos y filosóficos, los cuales organizan las ideas sobre la relación entre medios y sociedad. Dentro de la teoría de los medios, se encuentra un tipo de teoría denominada teoría normativa,

que se refiere al deber ser de los medios en una sociedad dada y no a lo que hacen realmente. En general, las ideas dominantes sobre las obligaciones de los medios masivos serán consistentes con otros valores y arreglos en una sociedad dada. Según Siebert (1977), las principales variantes relevantes son:

➤ **LA TEORÍA AUTORITARIA**

En esta perspectiva, todos los medios y las comunicaciones públicas están sujetos a la supervisión de la autoridad gobernante y las expresiones u opiniones que pudieran desestabilizar el orden social o político, pueden ser prohibidas. Aunque esta “teoría” contraviene el derecho a la libertad de expresión, puede ser invocada en condiciones extremas.

➤ **LA TEORÍA DE LA LIBERTAD DE PRENSA**

Plantea la absoluta libertad de expresión pública y de operaciones económicas de los medios y rechaza cualquier tipo de interferencia del gobierno en cualquier aspecto de la prensa. El buen funcionamiento del mercado debe resolver las cuestiones ligadas a las obligaciones de los medios y necesidades sociales.

➤ **LA TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Es una versión modificada de la teoría de la libertad de prensa, que enfatiza en la responsabilidad de los medios (en particular, la radiodifusión) hacia la sociedad. Los medios son libres pero deben aceptar obligaciones de servicio público. Los mecanismos para asegurar el cumplimiento de tales obligaciones pueden ser a través de la autorregulación profesional o de las intervenciones públicas (o ambas)

### ➤ **LA TEORÍA DESARROLLISTA**

Aplicada en países con bajos niveles de desarrollo económico y recursos limitados, toma varias formas pero esencialmente propone que la libertad de los medios debe estar subordinada a los requerimientos del desarrollo económico, social y político.

### ➤ **LA TEORÍA ALTERNATIVA**

Desde una perspectiva crítica, plantea que existe cierta probabilidad de que los medios dominantes de una sociedad establecida sean inadecuados, por definición, en cuanto a la presencia de diversos grupos sociales y con amplio control estatal, o de otras autoridades, o de las elites. Este tipo de teorías favorece a los medios cercanos a las bases de la sociedad, de pequeña escala, participativos, activos y no comerciales. Su rol consiste en hablar para grupos excluidos así como mantener la crítica radical viva.

## **III. Aprendizaje social:**

### ➤ **TEORÍA DEL APRENDIZAJE POR OBSERVACIÓN O SOCIAL**

Cuando al observar la conducta de otro individuo se produce un cambio en la conducta propia, se puede decir que hay aprendizaje por observación. Se trata, ni más ni menos, de lo que suele llamarse «imitación». Más técnicamente recibe también los nombres de aprendizaje por «modelamiento» o aprendizaje «social». No se sabe bien por qué imitamos, pero el caso es que gran parte de los animales, y especialmente el hombre, aprenden así muchas de sus conductas. Según Bandura (1963), este aprendizaje sigue las siguientes fases: adquisición: el sujeto observa una conducta en otro individuo (modelo), identificándola suficientemente; retención: esa conducta se almacena activamente en la memoria; ejecución: llegado el caso, el sujeto la reproduce (colabora la memoria); reforzamiento: al imitar, el sujeto

puede ser reforzado (por ejemplo, por la aprobación de los demás). Como se ve, este tipo de aprendizaje se combina con el condicionamiento operante. El niño hace muchas cosas por simple imitación; pero las adquiere definitivamente al ser reforzado por sus padres.

## 2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

1. **COMPORTAMIENTO SOCIAL.** Es la manera en la cual se porta o actúa un individuo con el resto de la sociedad entre miembros de la misma especie.
2. **REALITY DE COMPETENCIA.** Programa concurso que se caracteriza por mostrar de manera real y verídica las diferentes pruebas que uno o más grupo de personas tienen en el desarrollo de un programa de televisión.
3. **SOCIEDAD NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.** Es una organización gremial que agrupa a los principales canales de televisión y emisoras de radio del Perú al promover el crecimiento y consolidación de los servicios de radiodifusión; defendiendo los principios básicos de la radiodifusión privada para propiciar el desarrollo y actuar en permanente defensa y protección de la libertad de expresión.
4. **SOCIEDAD CIVIL.** Conjunto de personas que viven como entidad organizada en un determinado territorio, que se rige por normas de vida, compartiendo una lengua, problemas y expectativas. Posee conciencia de grupo y cuyos miembros cooperan en la realización de intereses para su mantenimiento y preservación.
5. **TELEVISIÓN BASURA.** Forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de la audiencia.

6. **AMPAY.** Descubrimiento de algo o alguien que trataba de ocultarse.
7. **JERGA.** Modalidad lingüística especial de un determinado grupo social o profesional cuyos hablantes usan solo en cuanto miembros de ese grupo.
8. **INTERJECCION.** Es una clase de palabras de las lenguas naturales que no constituye una parte de la oración, al expresar un sentimiento vivo, una llamada enérgica o describir una acción sin ser léxica y/o gramaticalmente organizadas.
9. **RESPONSABILIDAD SOCIAL.** compromiso entre los miembros de una determinada comunidad, sociedad, ya sea individualmente o como parte de un grupo, mantienen entre sí, así como también para con la sociedad o comunidad en su conjunto.
10. **IDENTIDAD CULTURAL.** Sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos como costumbres, valores y creencias.
11. **ÉTICA.** Disciplina filosófica que estudia el bien y el mal y sus relaciones con la moral y el comportamiento humano.
12. **ACTIVIDAD LÚDICA.** Es un ejercicio o juego que proporciona alegría, placer, gozo, satisfacción y catarsis.
13. **DESARROLLO INTELECTUAL.** Es aquello que pertenece o que está relacionado al conocimiento. Es el cúmulo de información que se dispone gracias a un proceso de aprendizaje o de la experiencia.
14. **CAPACIDAD INTELECTUAL.** Es la capacidad que tiene cada persona para memorizar, aprender y solucionar problemas.
15. **EROTISMO.** El erotismo se define como el amor sensual, que deleita los sentidos, provoca el deseo, la excitación, el orgasmo y el placer.

- 16. MODELAMIENTO.** Aprendizaje por imitación a través de un modelo.
- 17. ESCALA DE VALORES.** Sucesión ordenada de valores de una misma cualidad que los individuos le confieren a cosas o personas. La estimación puede ser positiva pero también negativa.
- 18. AUTORREGULACIÓN.** Se refiere a las responsabilidades asignadas a los operadores de medios que deben implementar por si mismos o que eligen voluntariamente.
- 19. RADIODIFUSIÓN.** Es un término que designa el servicio de emisión de señales de radio y televisión para uso público por medio de ondas hercianas.
- 20. SERVICIO PÚBLICO.** Actividad que desarrollada por un organismo estatal o privado bajo la regulación del Estado para satisfacer alguna necesidad de la población.
- 21. LIBRE DESARROLLO.** Es el derecho constitucional que toda persona tiene derecho para el desarrollo libre de su personalidad, sin más limitaciones que las impuestas por el orden jurídico y los derechos de los demás.
- 22. ACCIÓN SOCIAL.** Cualquier tipo de proceder humano orientado por las acciones de otro, las "reacciones" pueden ser presentes o futuras.
- 23. SISTEMA SOCIAL.** Es un conjunto de relaciones entre seres humanos que interactúan de muchas formas. Incluye a todas las personas que la conforman y las relaciones entre ellas y con el mundo exterior.
- 24. INDUSTRIA CULTURAL.** Se refiere a la capacidad de la economía capitalista para producir bienes culturales en forma masiva. En su

producción reúne el arte, el entretenimiento, el diseño, la arquitectura, la publicidad, la gastronomía y el turismo.

**25.LA MASA.** Grandes grupos de individuos anónimos.

**26.SECTORIZACIÓN.** Delimitación de funciones y competencias en sectores homogéneos de actividad.

**CAPÍTULO III:  
MARCO METODOLÓGICO DE LA  
INVESTIGACIÓN**

## **CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

#### **4.1.1. Tipo de Investigación**

La presente investigación es del tipo básica y cualitativa porque predomina el método inductivo en el estudio de un caso para lograr la interpretación del fenómeno que se quiere investigar.

#### **4.1.2 Nivel de Investigación**

La presente investigación es de nivel explicativo en la medida en que se probará la influencia de la variable independiente sobre la dependiente.

### **4.2. MÉTODOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

#### **4.2.1. Métodos de la Investigación**

#### **4.2.2. Diseño de la Investigación**

El diseño de la presente investigación es:



DONDE:

- FX : El programa “Esto es guerra: El origen de la lucha”.
- GX : El comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.

### **4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **4.3.1. Población - Muestra**

La población – muestra de la presente investigación población estará constituida por el total de los adolescentes de ambos géneros, de primero y segundo grado de secundaria, que ven el programa de televisión “Esto es guerra: El origen de la lucha” y que estudian en el colegio Félix Bogado del Rímac, en el mes de julio del año 2016. Teniendo una población estudiantes de 110 (número de escolares) no se hace necesario extraer una muestra, incluir a todos en el estudio, por ser factible.

### **4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **4.4.1 Técnicas**

- Observación participante
- Entrevista
- Encuesta
- Análisis documental

#### **4.4.2 Instrumentos**

- Ficha de observación

Se aplicó al momento de tomar la encuesta para registrar las actitudes de los encuestados y también anotar eventuales observaciones, malentendidos y posibles errores.

- **Balota de preguntas**

El balotarlo contiene 21 preguntas para los varones y 19 para las mujeres. Fueron formuladas para complementar la información ya obtenida en las encuestas, dentro de 6 áreas temáticas: hábitos de consumo, imágenes eróticas, uso del lenguaje, competencias de deporte, estereotipos de belleza, estereotipos intelectuales.
- **Cuestionario**

Consta de dos partes: una ficha para cuestionario y el cuestionario propiamente dicho.

En la ficha para cuestionario se encuentran 9 tablas para evaluar las características físicas de los participantes en relación a sus medidas corporales, niveles de grasa, presencia y tamaño de tatuajes, corte y color de cabello, eventuales cirugías estéticas. Además, la ficha contiene una tabla para evaluar los mensajes que transmiten las canciones.

El cuestionario propiamente dicho consta de 41 preguntas formuladas alrededor de 5 áreas temáticas: hábitos de consumo, estereotipo de belleza, imágenes eróticas, estereotipo intelectual y uso de lenguaje.
- **Elaboración de Fichas**

Las fichas contienen los resultados generales tabulados y ordenados según variable, categoría, indicador e índice.

## RESULTADOS DE FICHAS PARA ENCUESTA

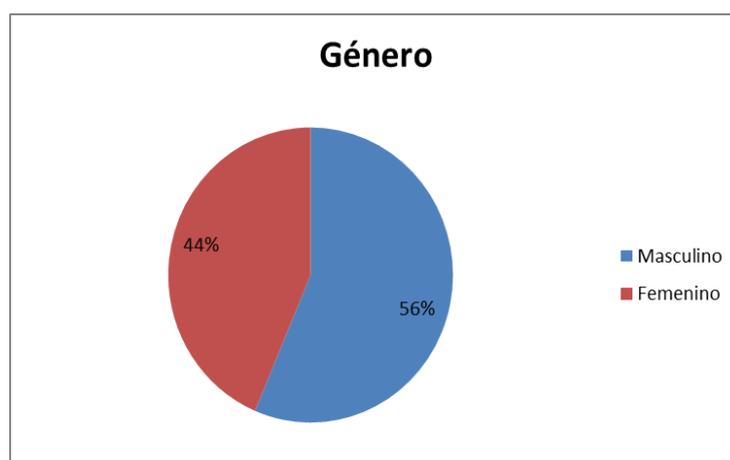
### I. EDAD Y GÉNERO

Edad:	11	12	13	14	15
Total	2%	36%	45%	13%	3%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados se encuentran entre el rango de edad de 12 a 13 años. En gran medida, los de 12 años pertenecen al primer grado y los de 13 al segundo grado. El 85% de los estudiantes ve el programa EEG.



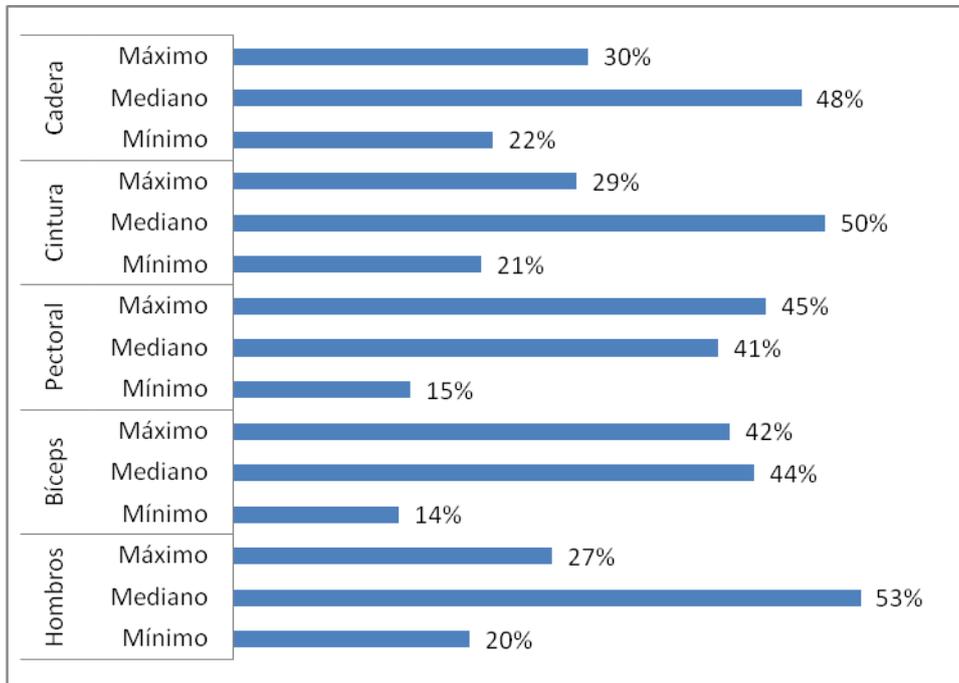
Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 56% de los encuestados son varones. El 46% mujeres.

## II. MEDIDAS CORPORALES

### VARONES



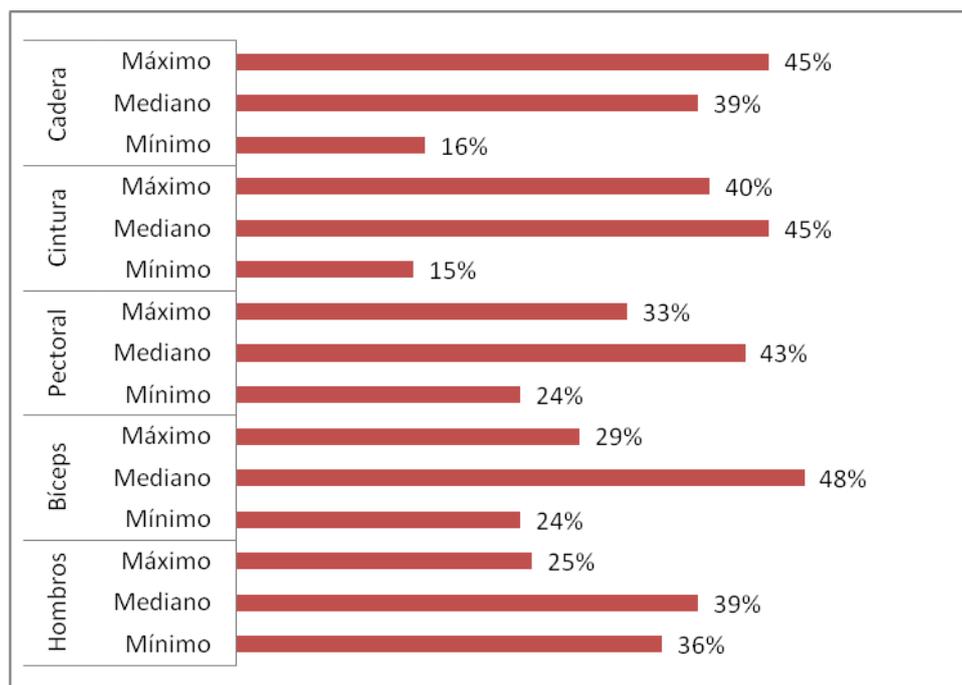
Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

Para los participantes varones, predominan la cadera mediana, la cintura mediana, el pecho máximo, los bíceps medianos y los hombros medianos.

**Dichos patrones van definiendo las características corporales del estereotipo de belleza que se está promocionando.**

## MUJERES



Fuente: Elaboración propia

### ANÁLISIS:

Para las participantes mujeres, predominan la cadera máxima, la cintura mediana, los bíceps medianos, los hombros medianos y el pecho máximo.

**Dichas características van definiendo el estereotipo físico de belleza que se está promocionando.**

### III. GRASA CORPORAL

VARONES	8%	12%	15%	20%	25%	30%
Total	35%	33%	20%	8%	3%	2%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

Los niveles de grasa son muy reducidos entre los participantes varones, lo cual **evidencia una gran labor física y alimenticia para los que se ubican entre el 8% y el 12%.**

MUJERES	8%	12%	15%	20%	25%	30%
Total	55%	27%	12%	4%	1%	1%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

Los niveles de grasa son mínimos en el caso de las mujeres y la **tendencia es mucho más marcada** que en los varones puesto que casi la mitad de ellas ha sido considerada en el rango menor de la escala del 15% aprox.

#### IV. TATUAJES

TATUAJES HOMBRES	SÍ			NO
	P	M	G	
<b>Total</b>	15	34	29	22

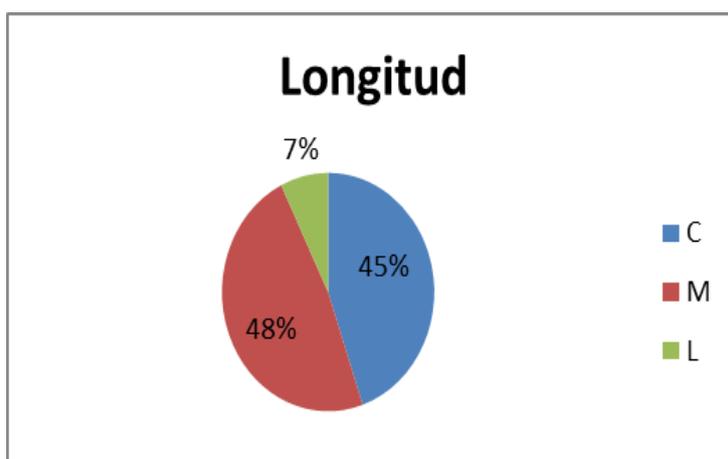
\*Pequeño, mediano, grande.

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

De todos los concursantes del programa, la **gran mayoría tendría tatuajes de distintos tamaños**. Los medianos son los más presentes y los más recordados por el 48%. Siguen los grandes con el 45%.

## V. CABELLO

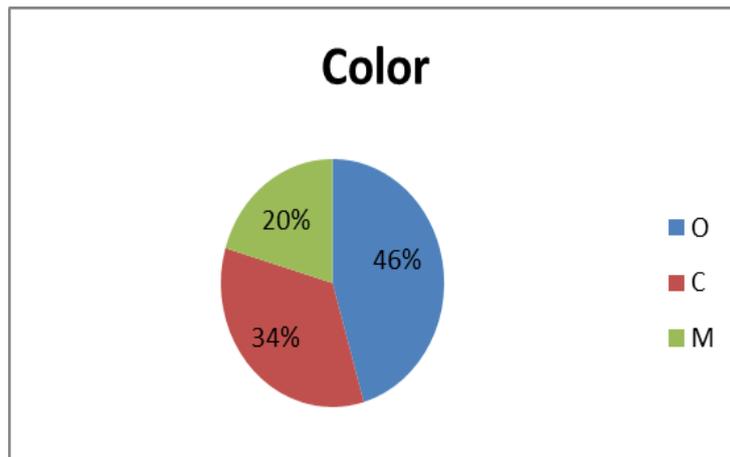


\*Corto, mediano, largo.

Fuente: Elaboración propia

### ANÁLISIS:

El cabello de mediana longitud es el más recordado por los encuestados. El 48% de ellos lo ha confirmado en la encuesta. En tanto que el 45% de ellos, considera que el cabello corto es el más característico en el programa.



\*Claro, Oscuro, mechas.

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

De acuerdo a la evaluación y a la memoria de los alumnos, el 46% de las participantes femeninas tiene cabellos oscuro, el 34% de color claro y el 20% tiene mechas.

## VI. CIRUGÍA ESTÉTICA



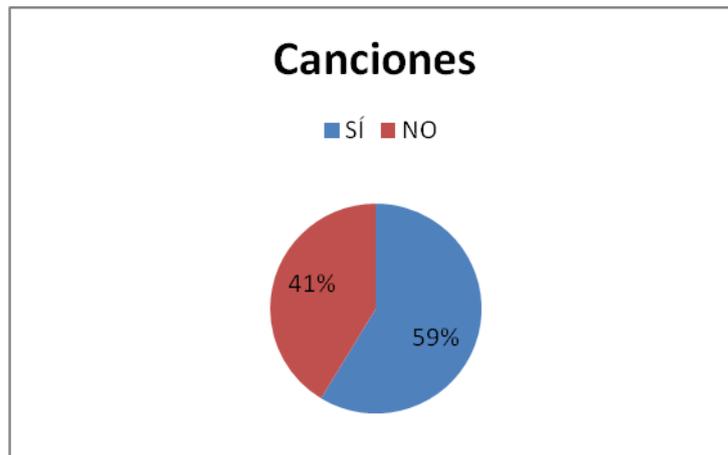
\*Nariz, mamas, glúteos

Fuente: Elaboración propia

### ANÁLISIS:

Los encuestados que han respondido a la presente pregunta especulan **que todas las participantes mujeres se han sometido a algún tipo de cirugía estética**. El 41% de ellas tendría implantes en los senos, el 31% en los glúteos y el 28% habría sido operada de la nariz.

## VII. SEDUCCIÓN EN BAILES



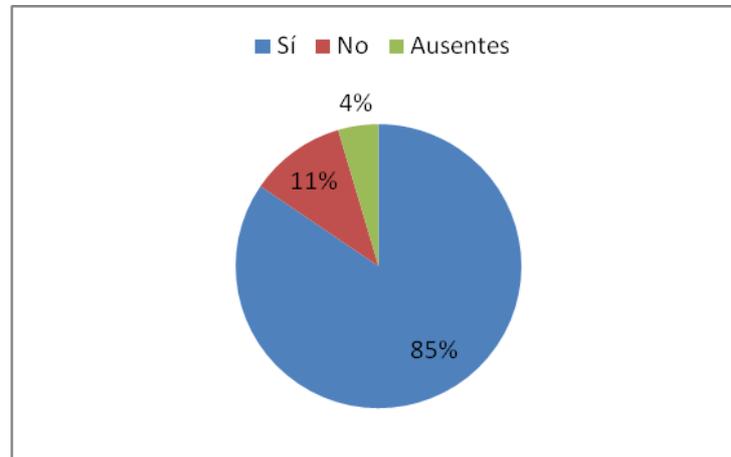
Fuente: Elaboración propia

### ANÁLISIS:

El 59% de los encuestados considera que las canciones reproducidas en las competencias de bailes **contienen mensajes eróticos.**

## RESULTADOS DE ENCUESTAS

1. ¿Ves el programa “Esto es guerra: El origen de la lucha”?



Fuente: Elaboración propia

### ANÁLISIS:

El 85% de los encuestados ve el programa, el 11% no le ve y el 4% de los matriculados no estuvo presente el día de la encuesta. Por consiguiente, está ampliamente confirmado que la mayoría ve el programa; y ese dato **demuestra el grado de influencia del programa en los hábitos de consumo de televisivos del programa.**

## 2. ¿Cuánto tiempo ves este reality?

Media hora	Una hora	Todo el programa
46%	13%	41%

Fuente: Elaboración propia

### ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados ve el programa media hora diaria. Siguen los que lo ven todos los días, el 46%.

Se va conociendo una tendencia que se explicará más adelante, debido a que al menos la mitad de los alumnos estudia en las tardes y vuelve a su hogar cuando el programa ya se encuentra en proceso.

3. ¿Cuántas veces a la semana vez este reality?

Todos los días	Una vez a la semana	Dos veces a la semana	Tres veces a la semana	Cuatro veces a la semana
40%	15%	18%	16%	11%

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS:

La gran mayoría de los encuestados ve todos los capítulos del programa EEG. Se **confirma la tendencia de que el programa influencia los hábitos de consumo de los televidentes objeto de investigación.**

4. ¿Sigues las anécdotas de los participantes en otros programas de televisión?



Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 44% de los adolescentes no sigue las anécdotas de los participantes en ningún otro medio. El 37% solo lo hace de vez en cuando y el 19% sí acostumbra buscar más información acerca de los participantes y el programa en sí.

5. ¿En qué tipo de programas de televisión?



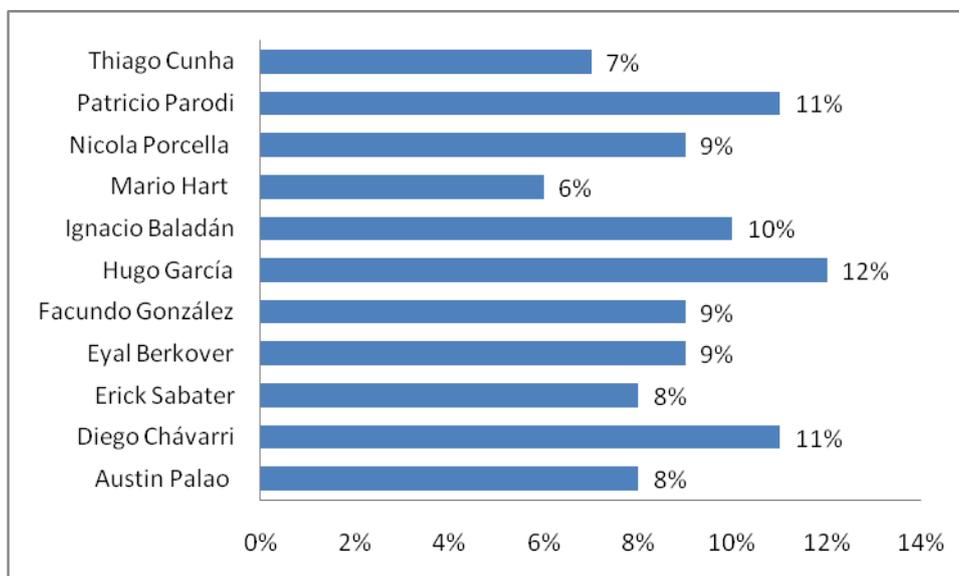
Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS:**

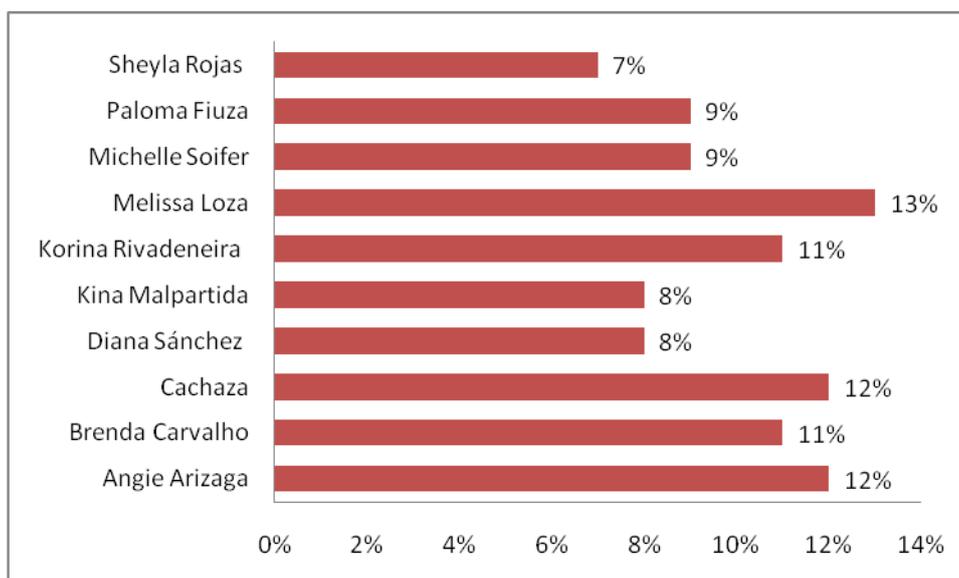
El medio más utilizado para conocer acerca de los participantes y el programa son los programas de espectáculos con el 60% de preferencia, siguen otros medios con el 24% y las noticias con el 16%.

## INFLUENCIA COMPETENCIAS DE DEPORTE

6. Señale sus participantes favoritos en orden de preferencia por cada equipo  
(Colocar: 1,2,3,4,5,6,7... en orden de preferencia, según corresponda)



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Hombres:

Hugo Gracia; Diego Chavarri e Patricio Parodi; Facundo Gonzales, Eyal Berkover y Nicola Porcella; Erik Sabater y Austitin Palao; Thiago Cunha; Mario Hart.

Mujeres:

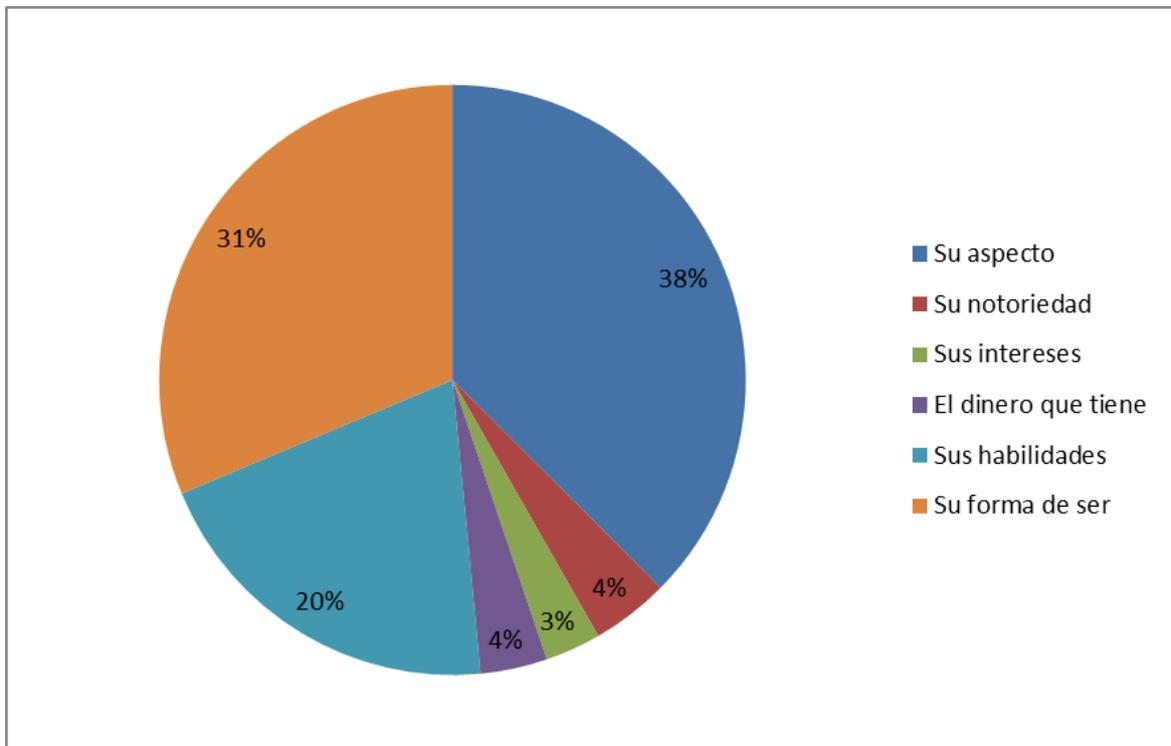
Melissa Loza, Angie Arizaga y Cachaza, Brenda Carvalho y Korina Rivadeneira, Paloma Fiuza y Michelle Soifer, Diana Sanchez y Kina Malpartida, Sheyla Rojas.

ANALISIS:

Entre los participantes hombres, de alguna manera, tranquiliza el primer puesto obtenido por el participante Hugo Garcia quien tiene un buen desempeño en ambas clases de pruebas; sin embargo, es preocupante el empate en segundo lugar obtenido por Diego Chavarri y Patricio Parodi cuyo desempeño en las pruebas de conocimiento es escaso en ambos casos.

Entre la mujeres, el dato que más sorprende no es el primer puesto de Melissa Loza, sino el alto grado de apreciación que tienen 4 participantes extranjeras, quienes con resultados muy cercanos compiten por el segundo ,tercero y cuarto lugar, en las preferencias de los encuestados.

7. ¿Qué es lo más te agrada de tu participante favorito?(Colocar: 1,2,3,4,5,6, en orden de preferencia, según corresponda)



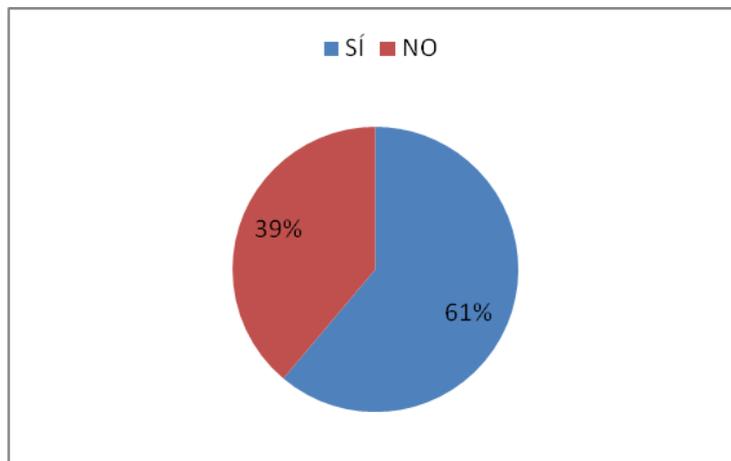
Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El aspecto es lo que más agrada a los encuestados en relación a su participante favorito con el 38% de las preferencias, siguen la forma de ser con 31% y las habilidades con el 20%, entre otros.

**En este sentido se corrobora que el estereotipo de belleza ejerce una influencia notoria en el espectador.**

8. En referencia al aspecto físico de tu participante favorito, ¿te gustan las medidas corporales que tiene?

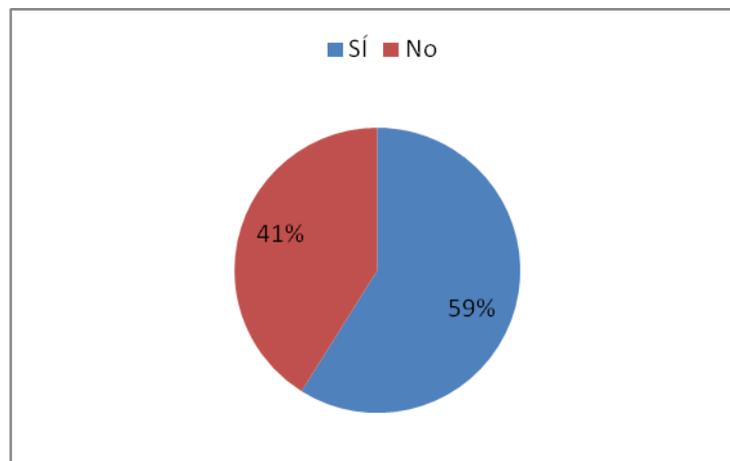


Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS:

**A la mayoría de los encuestados sí les agradan las medidas musculares que su participante favorito tiene.**

9. En lo personal, ¿Quisieras tener las mismas medidas musculares que él o ella?



Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 59% de los encuestados reconoce de que si le gustaría tener las mismas medidas musculares que su participante favorito. En tanto que el 41% respondieron que no.

Estos resultados comprueban que **el programa ejerce un impacto mayoritario en los gustos y las aspiraciones estéticas** de los telespectadores.

10. En referencia a tu participante favorito, ¿cuenta él con un tatuaje visible en su cuerpo?

SÍ	NO
49%	51%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 51% no tendría tatuajes en sus cuerpos. La pregunta está dirigida a todos los participantes de ambos géneros. En efecto las mujeres del programa tienen menos tatuajes visibles.

11. De haber respondido que sí lo tiene en la pregunta anterior, ¿qué tan grande es el tatuaje?

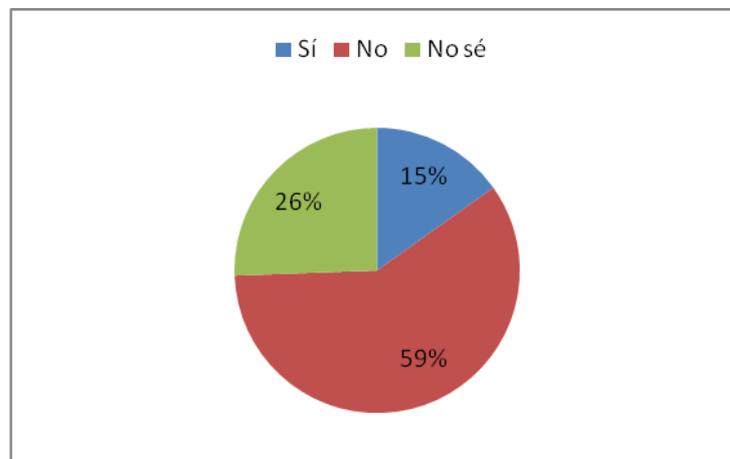
Pequeño	Mediano	Grande
20%	52%	28%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 52% considera que predominan los medianos. Siguen los grandes con el 28%. Se trataría de una tendencia verosímil en su conjunto pues no todos son visibles. Sin embargo, el 28% es de todas maneras un porcentaje importante que puede influir en la mente de los televidentes adolescentes e implantar modas.

12. ¿Quisieras tener un tatuaje parecido al del tu personaje favorito en tu cuerpo?



Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 59% de los encuestados respondió por una mayoría, del 59%, que de ninguna manera se haría un tatuaje parecido al de su participante favorito.

Es un alivio parcial que nos permite descartar la hipótesis de una influencia total en la a mente del televidente.

13. ¿Tienes ya un tatuaje parecido al del tu personaje favorito en tu cuerpo?

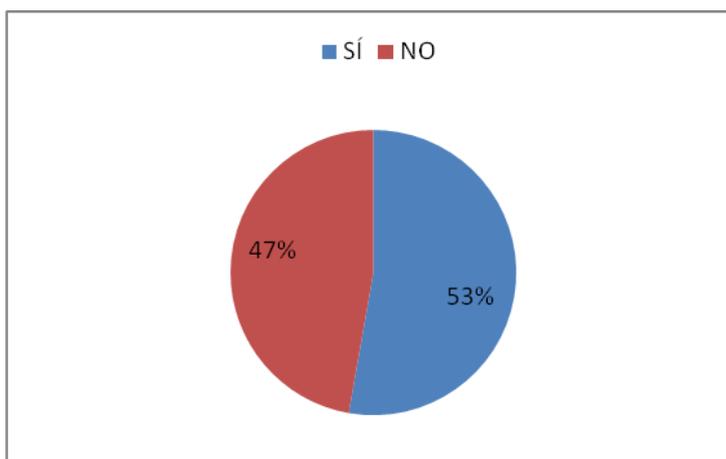
SÍ	NO
11%	89%

Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS:**

El 89% no tiene tatuajes. Se trataría de una tendencia previsible puesto que el rango de edad de los encuestados es de 12-13 años.

14. ¿Te gustaría tener el mismo corte de cabello de participante favorito?



Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS:

El 53% sí quisiera tener el mismo corte de cabello de su personaje favorito. El 47% no lo haría. He aquí una **nueva confirmación de la influencia que ejerce el programa en los gustos y en los deseos de apariencia** de los seguidores del programa.

15. ¿Tienes ya el mismo corte de cabello de tu participante favorito?

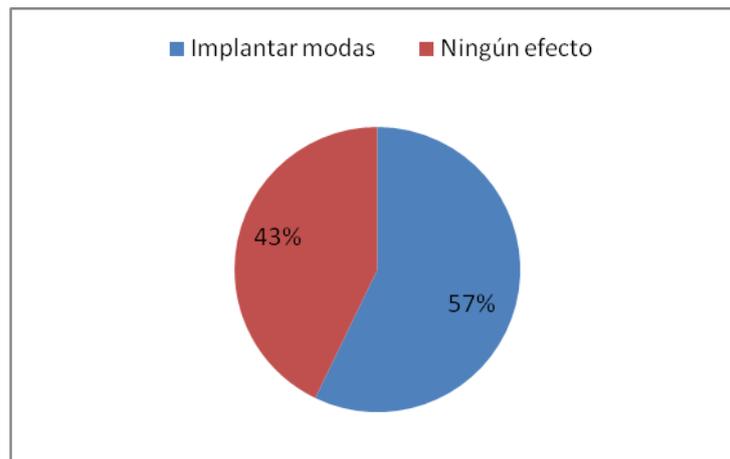
SÍ	NO
11%	89%

Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS:**

El 89% de los encuestados niega por amplia mayoría tener el mismo corte de su personaje favorito. El 11% afirma que sí lo tiene. Aquí tampoco tenemos la confirmación de un grado de imitación manifiesto y contundente de la unidad muestral.

22. La vestimenta de los competidores logra:

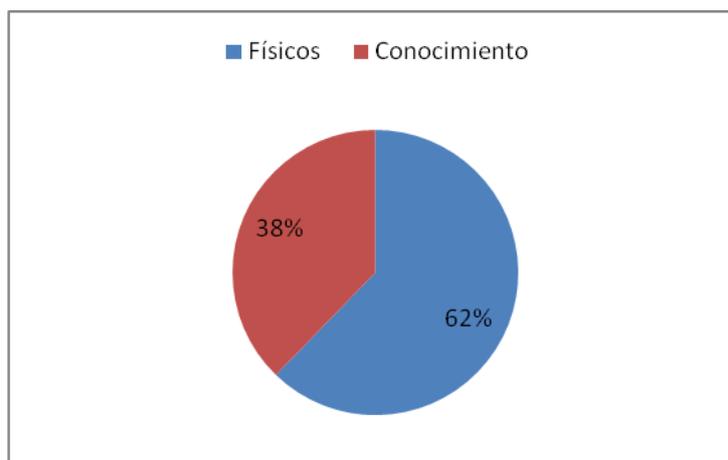


Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS:

El 57% de los encuestados considera que la vestimenta que exhiben públicamente los participantes del programa logra implantar modas. Este resultado **demuestra de manera parcial que la hipótesis de la influencia del programa en el compartimiento social es real** según los encuestados.

16. ¿Te gustan más los juegos físicos o los juegos de conocimiento?

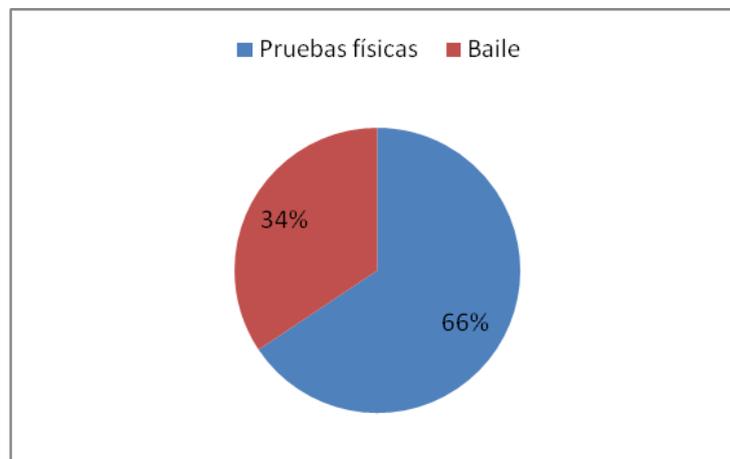


Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS:

El 62% prefiere los juegos físicos a los juegos de conocimiento. Cabe aclarar que desde un inicio el enfoque del programa eran las pruebas físicas. Los juegos de preguntas se añadieron después en reacción al oleaje de críticas que les llegaron por todos los medios desde distintas tribunas de la sociedad civil.

17. ¿Te gustan más las pruebas físicas combinadas o las competencias de baile?



Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 66% prefiere las pruebas físicas combinadas a las competencias de bailes. Los bailes son mucho menos frecuentes que las pruebas físicas. De estas, la mayoría de las pruebas físicas ponen a prueba habilidades de velocidad, coordinación, fuerza y resistencia.

18. En las competencias de bailes los concursantes son excesivamente atrevidos a la hora de bailar.

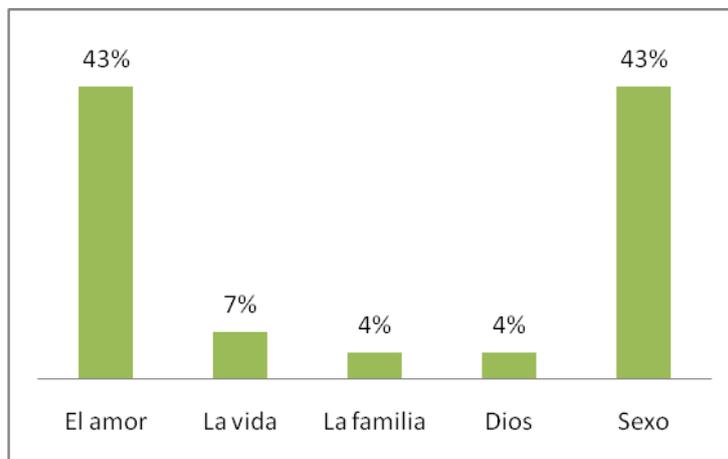
Sí	No	A veces
45%	10%	45%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 45% de los encuestados considera que **los concursantes son excesivamente atrevidos a la hora de bailar**, mientras que una cantidad precisamente idéntica considera que solo ocasionalmente lo son. **La tendencia es favorable** aunque impide determinar de manera contundente en qué medida lo es.

19. Las canciones que bailan los concursantes en las competencias de bailes transmiten mensajes acerca de:



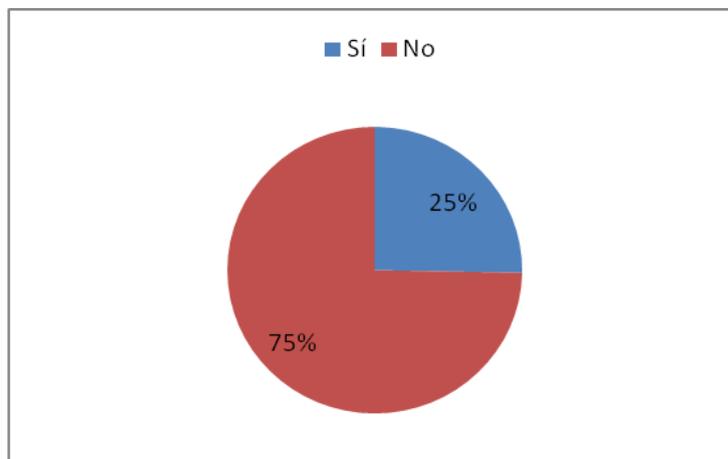
Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 43% considera que **las canciones que se reproducen en las competencias de bailes transmiten mensajes relacionados con el sexo, mientras que una cantidad precisamente idéntica considera que el amor sería el mensaje que transmiten las canciones en los retos bailes.**

He aquí dos observaciones que habría que hacer: en gran medida, las canciones románticas son difíciles de bailar en alguna competencia de baile. Asimismo, varias de las canciones que se han escogidos para la encuesta, y que están siendo reproducidas en el programa, son en portugués. Por lo tanto, para un análisis más cauto y responsable sobre los resultados de esta pregunta obliga a tomar en cuenta la incidencia de ambas observaciones.

20. ¿Te parece que está bien aparecer semidesnudos en un programa de televisión?



Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 75% de los encuestados definitivamente desapruaba la conducta de los participante de pasearse semi desnudos por el set de television para mostrarle al publco la voluminosidad y la esveltés de sus torax y musculos anexos.

21. En las competencias de bailes de mujeres, su vestimenta te parece:

Sexy	Moderada	Vulgar
55%	21%	24%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 55% considera de sexy la vestimenta de las mujeres en las competencias de bailes. Esta tendencia confirma parcialmente la hipótesis de que en las competencias físicas **está presente el interés manifiesto** por parte de los productores del programa de **difundir imágenes eróticas y conductas persuasivas para sensibilizar a los telespectadores jóvenes y retenerlos en la visión del programa.**

24. ¿Te ha parecido, alguna vez, que los camarógrafos prefieren “ponchar” con sus cámaras hacia los atributos físicos, como los glúteos y los senos, en el caso de las participantes mujeres?

Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, alguna veces no	La mayoría de las veces no	Nunca
29%	27%	29%	4%	10%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

Dos tendencias predominan: **algunos opinan que existe el interés manifiesto de los camarógrafos de grabar imágenes persuasivas de los atributos físicos de las mujeres del programa** para sensibilizar a los telespectadores jóvenes y retenerlos en la visión del programa. **Otros, en cambio, consideran que esta práctica sería ocasional.**

25. ¿Te ha parecido, alguna vez, que los camarógrafos prefieren “ponchar” con sus cámaras hacia los atributos físicos, como los bíceps y los glúteos, en el caso de los participantes varones?

Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, alguna veces no	La mayoría de las veces no	Nunca
25%	21%	29%	16%	8%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

La tendencia predominante del 29% **considera ocasional el registro visual de atributos persuasivos durante las competencias de deporte en los hombres del programa.**

26. En el caso de haber respondido afirmativamente en una o en las dos preguntas anteriores, ¿consideras que la decisión de hacer énfasis en el aspecto físico y de incluir tomas de partes muy llamativas del cuerpo del hombre y de la mujer sea parte de una estrategia comunicacional para lograr mayores niveles de rating en el programa de televisión EEG?

Sí	No	No sé
45%	21%	34%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 45% de los que respondieron afirmativamente acerca de una práctica habitual por parte de los camarógrafos de ponchar los atributos físicos más resaltantes e incluso partes íntimas de los competidores, considera que existe una estrategia comunicacional que emplea herramientas visuales de erotismo implícito para captar y retener al público del programa. **Dicha creencia coincide con nuestras hipótesis más amplias que abarcan incluso otras herramientas semióticas.**

29. El nivel de dificultad de las pruebas físicas es alto.

Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, alguna veces no	La mayoría de las veces no	Nunca
27%	29%	30%	5%	8%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

La tendencia mayoritaria del 30% considera que **el nivel de dificultad de las pruebas físicas se encuentra en un grado medio**. De aquí surge la duda si en efecto los participantes son atletas y si el componente deportivo está a la altura de las expectativas de los televidentes en relación a los niveles de audiencia que el programa alcanza.

## INFLUENCIA JUEGOS DE CONOCIMIENTO

30. El nivel de dificultad de las preguntas únicas es alto.

Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, alguna veces no	La mayoría de las veces no	Nunca
18%	21%	40%	11%	10%

Fuente: Elaboración propia

### ANÁLISIS:

La tendencia mayoritaria considera que **el nivel de dificultad de las preguntas únicas se encuentra en un grado medio. Lo cual se hace más notorio en cuanto analicemos el nivel de acierto de los concursantes en los juegos de conocimiento.**

31. El nivel de dificultad de las preguntas múltiples es alto.

Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, alguna veces no	La mayoría de las veces no	Nunca
18%	17%	38%	13%	14%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

La tendencia mayoritaria **se mantiene en un grado medio** al igual que en la pregunta anterior. **Haría falta contrastarlo**, en las conclusiones, **con el desempeño de los participantes en las dos clases de pruebas.**

27. En el juego de preguntas que tiene lugar mientras los concursantes transitan en el interior de una ducha, en tanto que un globo que se va llenando de agua hasta reventar para mojar al recién llegado, ¿te parece que la ambientación de un baño, transitado por hombres y mujeres muy atractivos que andan vestidos con ropaje muy ligero, dentro de un programa de televisión se presta para creer que exista una manifestación de erotismo implícito por partes de los productores?

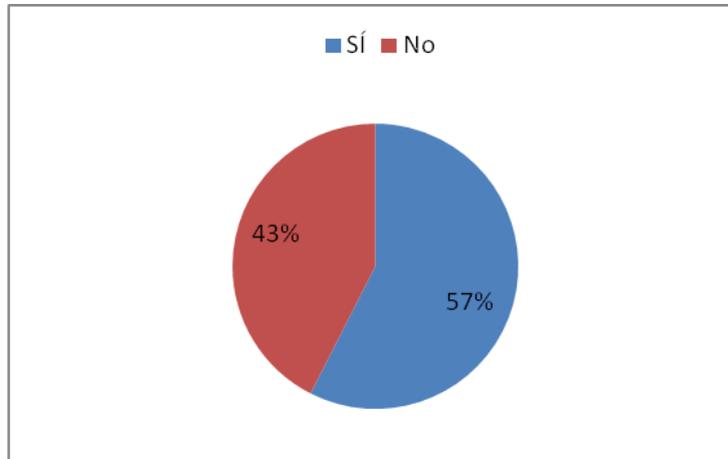
Sí	No	No sé
43%	28%	29%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 43% de los encuestados, por mayoría, interpretan que **el ropaje ligero de los concursantes y la ambientación del espacio se prestan para una manifestación de erotismo implícito** por partes de los productores.

28. ¿Consideras que el castigo en sí de mojar a una persona por no responder adecuadamente una pregunta produzca un efecto erótico en la mente del telespectador?

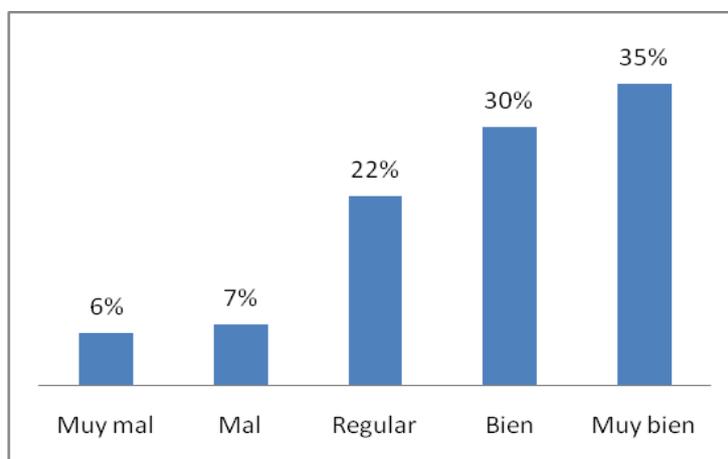


Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS:

La mayoría del 57% considera como un **efecto erótico en la mente del telespectador el castigo interpuesto** al concursante por responder incorrectamente.

32. ¿Qué tan bien se desempeña tu participante favorito en las pruebas físicas?

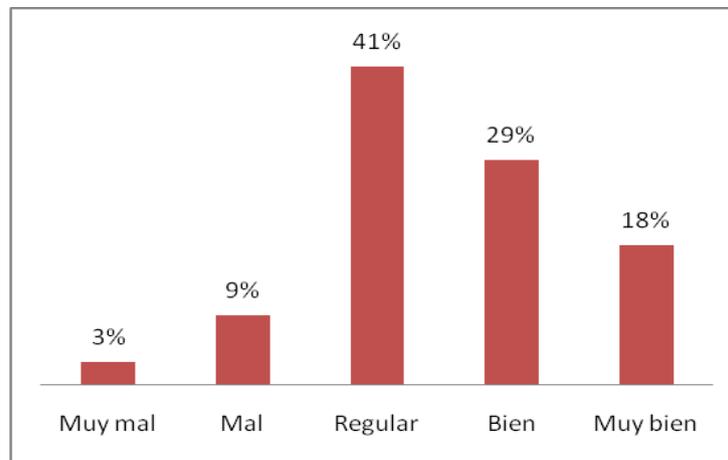


Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 35% de los encuestados considera que **su participante favorito se desempeña muy bien en las pruebas físicas**. El 30% opina que bien y el 22% regular.

33. ¿Qué tan bien se desempeña tu participante favorito en los juegos de conocimiento?



Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

La mayoría de las respuestas indican un desempeño regular de los concursante con el 41% El 29% opina que bien y tan solo el 18% que lo hace muy bien. **Es evidente un cambio de evidencia en comparación con la pregunta anterior** en donde la apreciación era muy distinta.

34. De acuerdo al nivel de éxito que han logrado muchas de las personas que han participado en el programa Esto es Guerra, ¿crees que es más importante estudiar y desarrollarse intelectualmente o entrenar el cuerpo, cuidar el aspecto y relacionarse con personas de influencia para ser exitosos en la vida?

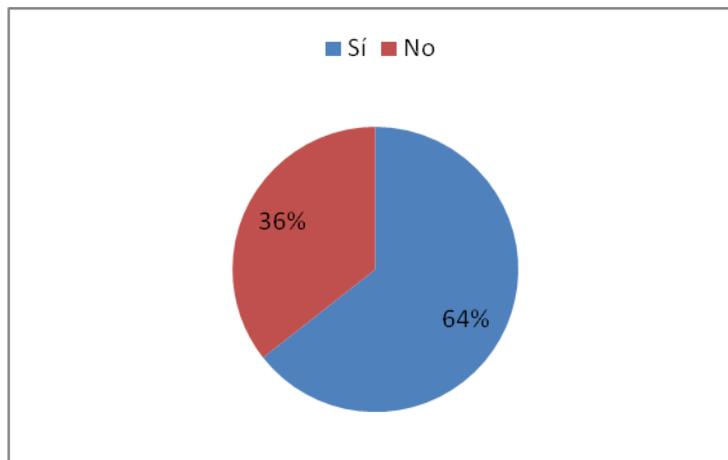


Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 82% respondió que definitivamente considera que el desarrollo intelectual y el estudio son más importantes que el aspecto y las relaciones. Dicha tendencia desbarata la hipótesis de una influencia total y de un perjuicio generacional en todos los seguidores del mismo independientemente del nivel de consumo del programa.

35. ¿Te gustaría participar en el programa?



Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 64% manifiesta querer participar en el programa. El 36% no quisiera. La tendencia nos indica que el programa les gusta pese a las limitaciones que tiene y nos sugiere que les agrada al punto de no descartar de participar en ello si tuvieran la oportunidad.

36. La conductora María Pía emplea jergas a la hora de hablar.

Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, alguna veces no	La mayoría de las veces no	Nunca
32%	21%	30%	7%	10%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 32% concuerda con que **María Pía utiliza jergas a la hora de hablar**. Se trataría de una constatación importante que **parcialmente permite sopesar el impacto que podría tener el programa en el uso del lenguaje**.

37. De haber respondido que sí a la pregunta anterior, ¿Crees que lo haga a propósito o es su forma natural de hablar?

Sí	No	No sé
28%	36%	36%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

En esta pregunta, el 35% de los encuestados responde que María Pía no modifica su forma de hablar en el programa. Pero, la misma cantidad de encuestados tampoco quiere opinar al respecto. Por consiguiente, si bien los resultados nos obligan a descartar la hipótesis de una voluntad manifiesta por parte de la conductora de manosear el lenguaje para agradarle a la audiencia, el alto porcentajes de indecisos nos mantiene en la duda.

38. El conductor Matías emplea jergas a la hora de hablar.

Siempre	La mayoría de las veces sí	Algunas veces sí, alguna veces no	La mayoría de las veces no	Nunca
20%	14%	41%	17%	8%

Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS:**

El 41% de los encuestados considera por amplia mayoría que el uso de jergas por parte del conductor Matías es ocasional.

39. De haber respondido que sí a la pregunta anterior, ¿Crees que lo haga a propósito o es su forma natural de hablar?

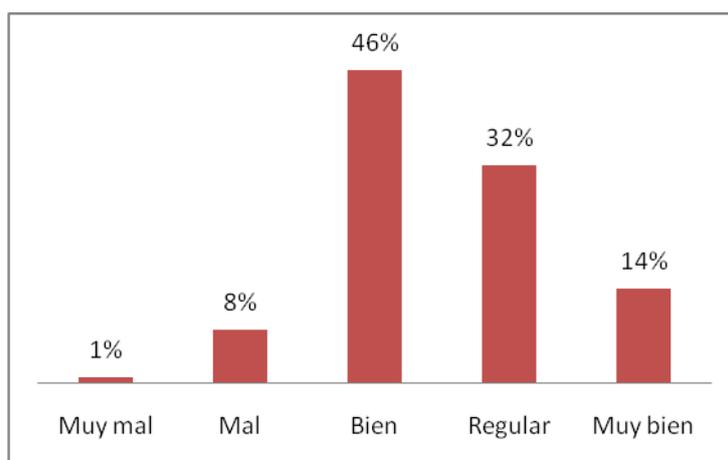
Sí	No	No sé
33%	27%	40%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 40% de los alumnos encuestados considera que no sabe. El 33% que sí. Nuevamente y con mayor incisión se complica la tarea de descifrar y comprender las causas del el alto porcentaje de indecisos en relación a la pregunta formulada y al actitud de los encuestados hacia el conductor Matías.

40. Evalúa el uso de lenguaje entre los participantes de habla hispana:



Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 46% de los encuestados considera bueno el uso del lenguaje entre los participantes del programa. Definitivamente se trata de un promedio general hecho por alumnos de los primeros dos grados de secundaria que aún no conocen a plenitud el uso del buen lenguaje en su amplia y compleja dimensión. No obstante, la tendencia mayoritaria es clara y estadísticamente válida.

41. ¿Escribir a quiénes les corresponden los siguientes sobrenombres o apodos?

Verdadero	Falso
78%	22%

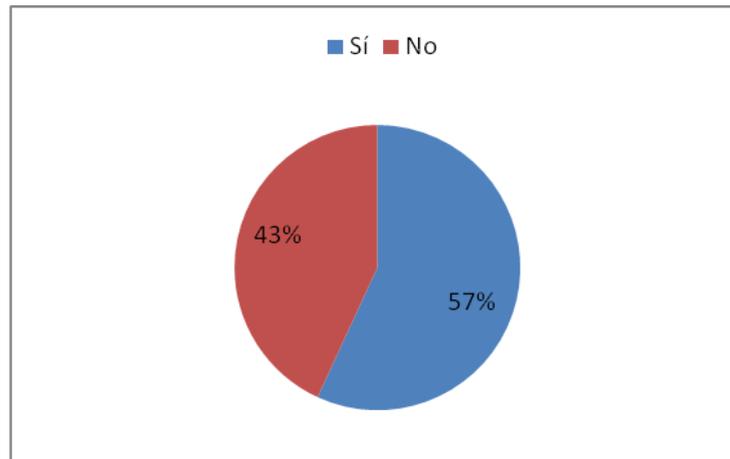
Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 78% pudo identificar y relacionar con acierto los distintos apodos.

Dichos resultados **confirman cierto nivel de familiaridad con el programa y los competidores.**

42. ¿Cuáles de los siguientes apodos te parecen denigrantes?



Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS:

**El 57% considera que algunos sobrenombres son en efecto denigrantes.**

En los resultados de las entrevistas, los entrevistados explicarán mejor su postura y el porqué del uso de apodos a la hora de dirigirse a alguien.

43. La interjección es una clase de palabras que expresan un sentimiento vivo (¡ay!), una llamada energética (¡eh!) o describen elementalmente una acción (¡zas!, zigzag). Las más comunes son: ¡ah!, ¡ay!, ¡bah!, ¡bua!, ¡buah!, ¡buah...!, ¡Che!, ¡ea!, ¡eh!, ¿eh?, ¿Eh?, ¡epa!, ¡guau!, ¡guay!, ¡hala!, ¡Hey!, ¡huy!, ¡oe!, ¡oh!, ¡olé!, ¡puaj!, ¡puf!, ¡sh!, ¡uy!, ¡vamos!, ¡zas!, entre otras. ¿Puedes decirnos quienes de los participantes es el que más usa interjecciones a la hora expresar su estado de ánimo?

Siempre	A veces	Nunca
34%	55%	11%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

El 59% de los alumnos que participaron en la encuesta **considera el uso de las interjecciones ocasional**. Ante esta tendencia, habría que tomar en cuenta que en la actualidad el programa ha sido reestructurado y a la hora de celebrar el resultado de algún juego ya no es posible oír a los concursantes celebrando, sino que se reproduce un audio musical celebrativo que impide oír a los competidores festejando.

44. La repetición de las mismas interjecciones hechas por algunos concursantes del programa, e incluso su grabación y reproducción como un efecto de sonido, ¿ha llegado a ser imitada por algún amigo o conocido?

Sí	No	A veces
43%	24%	33%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

Con amplia mayoría del 43%, los encuestados confiesan haber escuchado algún amigo o conocido imitar las mismas interjecciones hechas por algunos concursantes del programa. Se trataría de **un resultado interesante y parcial para la validación de la hipótesis general de la determinación de la influencia del programa en el uso del lenguaje por los televidentes encuestados.**

45. ¿Has imitado alguna de las interjecciones más reproducidas y más celebradas del programa EEG: El origen de la lucha?

Sí	No	A veces
39%	36%	25%

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

Con la mayoría del 39%, los encuestados confiesan haber imitado las interjecciones más reproducidas y celebradas del programa. Se trataría de **un resultado interesante y parcial para la validación de la hipótesis general de la determinación de la influencia del programa en el uso del lenguaje** por los televidentes encuestados.

## ENTREVISTAS

### **1. ¿Qué clase de información te gusta conocer acerca de los concursantes en otros programas o medios?**

Tanto en los noticieros como en los programas de espectáculos, casi todos los entrevistados buscan y reciben información acerca de los concursantes. El mayor interés recae en información relacionada con los amoríos, las separaciones, las infidelidades, los escándalos, las confrontaciones - inventadas y reales-, las demandas judiciales, los chismes, los lugares que visitan, sus inicios en la TV, su vida personal, su hogar, los entrenamientos y su vida privada.

### **2. ¿Comentas con tus amigos acerca de la vida privada de los concursantes? ¿qué opinan al respecto?**

No todos conversan con sus amigos acerca de la vida privada de los concursantes de EEG.

Dentro de los que sí lo hacen, los entrevistados acostumbran comentar sobre las peleas que tienen los participantes, los episodios de violencia entre ellos, los ampays de juergas y escándalos, los lugares que visitan, las apreciaciones de las chicas hacia los hombres y la actitud fácil de las mujeres del programa con los hombres. Asimismo, las mujeres entrevistadas manifiestan que los comentarios que hacen intentan entender las “novelas” de los romances entre participantes y explicar la relación causa efecto de las rupturas entre parejas.

Dentro de los que no comentan acerca de la vida privada de los competidores de EEG con sus amigos, algunos no lo hacen porque no ven el programa, en tanto que otros simplemente no tienen interés en ampliar sus conocimientos en relación al mismo. De otro modo, algunos consideran que es una buena estrategia la de utilizar distintos medios y espacio para promocionar el programa, aunque la exposición no debería incluir la vida íntima de los competidores.

**3. ¿Crees que en un programa de competencias deportivas y de conocimientos, la belleza física y la sensualidad deberían estar siempre presentes para lograr que más telespectadores vean el programa? ¿Por qué?**

La mayoría coincide con la fórmula que actualmente promueve el programa de hacer énfasis en la belleza y la sensualidad para captar y retener los telespectadores. No obstante, la misma mayoría también considera que es posible y preferible encontrar un nivel medio entre belleza exterior y aptitud mental y física de los competidores. Entre los que justifican la fórmula actual, sus respuestas indican que es los cuerpos agarrados llaman la atención y que son buenos para enganchar al telespectador. Que el aspecto es importante. Que le llama mucho la atención cuando los chicos y las chicas bailan y se quitan polo. Que los chicos se quieren tomar fotos con la gente guapa. Y que así tiene que ser porque esto es lo que le gusta a la gente.

En relación a los críticos de dicha postura mercadológica, algunos consideran que no debería ser así porque no es un desfile de moda. Que preferirían contratar a personas más capaces y menos atractivas porque la belleza no lo es todo.

En contraste, ellos pondrían a personas comunes que sean más hábiles mentalmente. Incluso harían juegos para personas especiales. Y más bien, contratarían a personas del pueblo que tengan habilidades físicas y/o mentales comprobadas.

**4. La conducta de los participantes de lucir las partes más impactantes del cuerpo y/o de bailar de una manera muy sensual, ¿cómo te afecta cuando estás en una fiesta o te encuentras acompañado?**

La mitad de los entrevistados no imita ni se siente motivado a imitar las actitudes sociales que los competidores exhiben en el programa. Asimismo, niegan copiar su forma de bailar en las fiestas. Sin embargo, algunos imitan su forma de celebrar cuando logran algún cometido; en tanto que otros cuentan haber visto a sus amigos actuar como ellos e incluso bailar al mismo estilo y que le pareció divertido. Por último,

algunos manifiestan de que sí la actitud despreocupada y desenvuelta que tienen los competidores cuando interactúan en el programa sí los motiva a copiar su forma de ser cuando se encuentran en grupo o acompañados.

**5. Cuando una persona puede hablar bien y decide no hacerlo, ¿por qué lo hace?**

La mayoría considera que cuando una persona opta por modificar su manera de hablar lo hace por caer bien, para llamar la atención, por sentirse más aceptados y porque tiene algún interés. En lo relacionado a los conductores, consideran que con su forma de hablar lo que anhelan es llamar la atención del público, hacer reír los chicos, captar su atención y conseguir más rating. A otros, en cambio, no se les había ocurrido pensar que las jergas de los conductores podrían ser empleadas para manipular a los chicos.

**6. ¿Qué te hace pensar cuando una persona más grande y que tiene más autoridad se esfuerza por hablar como tú para hacerte sentir que ambos son del mismo nivel?**

La mayoría considera que es un comportamiento normal el esforzarse al hablar como otros cuando lo que se persigue es para el bien de la otra persona o se quiere tener más amigos.

Otros, en cambio, opinan que modificar el uso del lenguaje por parte de los conductores obedece a una estrategia comunicacional que intenta hacer creer a los chicos que pertenecen al mismo nivel socio-cultural. Lo cual genera risas porque saben que no es así y se ve raro. En la misma onda, algunos consideran que el comportamiento de los conductores, de ser acertada la manipulación, sería algo hipócrita porque lo que verdaderamente quieren es manipular la confianza de sus admiradores para llegar a tener más fans entre sus amigos.

**7. ¿Estarías dispuesto a cambiar tu forma de hablar o de pensar para agradarle a más personas y de pronto tener más oportunidades de**

**negocios, sentirte más aceptado e incluso más parecido a los concursantes del programa?**

La mayoría de los entrevistados confiesa que sí modificaría su forma de hablar para sentirse más aceptados por los demás, tener más amigos y oportunidades de negocios. Siempre y cuando sea conveniente. Algunos incluso añadieron que lo harían por ser famosos, tener dinero y chicas. Además, dos entrevistados estarían incluso dispuestos a cambiar su forma de pensar para sentirse más aceptados y gozar de los beneficios inherentes.

De otro modo, la otra mitad de los entrevistados niega querer cambiar su forma de hablar. Prefieren ser como son y no se quieren parecer en nada a los participantes del programa EEG.

**8. ¿Por qué usarías apodos extraños o caricaturescos para dirigirte a alguien?**

La mayoría coincide con que los apodos se usan mayormente por jugar y causar risas, fastidiar y hacer broma. Se crean de acuerdo al aspecto de la persona y la peculiaridad de su nombre verdadero. En gran medida reconocen que el causar risas y llamar la atención también le hace sentirse superiores.

**9. ¿Usarías un apodo extraño para generar risas y la aceptación de otros?**

La mayoría comenta que sí usa, ha usado o usaría un apodo extraño al dirigirse a alguien para generar las risas de los presentes y lograr mayor aceptación en el grupo. Solamente dos indicaron que no lo harían porque se sentirían mal al burlarse de alguien en beneficio propio.

**10. ¿Consideras que las competencias de deportes de EEG representen una disciplina deportiva tal como el atletismo, el futbol o las artes marciales?**

La mayoría concuerdan que las competencias de deportes de EEG sí pudieran convertirse en una disciplina deportiva independiente por ser

una combinación de retos físicos que permite hacer ejercicios, ser ágiles y fuertes al correr, saltar y trepar. Además, consideran que todo el mundo aprendería a desempeñarse mejor en los juegos hasta convertirse en un potencial competidor en algún momento.

**11. ¿Estarías dispuesto a matricularte en un gimnasio para aprender a ser concursante de EEG?**

La mayoría estaría dispuesta a matricularse y aprender porque le gustan los juegos, por experimentar su dificultad, por curiosidad y para convertirse en concursante. Pese a ello, no renunciarían a sus deportes favoritos si tuvieran que elegir. Solamente dos contestaron que no estarían interesados en aprender a ser concursante de EEG. No es para tanto.

**12. ¿Practicarías o has practicado algunos de los juegos deportivos del programa EEG con tus amigos?**

La gran mayoría afirma haber practicado, tanto en el colegio como en la casa entre amigos, familiares y vecinos, algunos de los juegos que se presentan en el programa. Entre ellos, el juego de las tuerquitas, las torres de vasos, cantar tocando el botón, saltar, correr, hacer preguntas, fuerza extrema, jalar la cuerda, resbalarse y tocar campanas.

**13. ¿Conversan con tus amigos acerca del aspecto físico de los participantes de EEG? (explicar)**

La mayoría afirma que conversa con sus amigos y amigas acerca del cuerpo de los hombres, que se inyectan cosas, que son lindos, les gustan sus cuerpos, los ojos de los chicos, el tamaño de los tatuajes, cómo compiten. También comentan sobre los cuerpos de las mujeres, que les parecen operadas. Que les gustaría parecerse a ellas, tener el mismo cabello, ojos y piernas. Otros hacen apreciaciones acerca de la voluptuosidad de las chicas. Incluso algunos se burlan de la barriga de Nicola Porcella.

**14. ¿De qué manera tú y tus amigos se esfuerzan por parecerse en el aspecto físico a los participantes del programa?**

La mayoría afirma que amigos, vecinos, familiares o conocidos tratan de parecerse a ellos al ponerse tatuajes de mentira, copiando el peinado y la vestimenta. Se ponen polos y shorts parecidos a los competidores, bandas en la cabeza. Se cortan el cabello como ellos, hacen ejercicios, lucen músculos. Bailan como Michelle, el baile del Totó. Celebran como los participantes e imitan su manera de hablar. Las mujeres se maquillan como ellas. Algunos hasta imitan su forma de bailar e incluso apoda a sus amigos con los nombres de los concursantes.

Solamente dos entrevistados niegan algún tipo de interés por parte de sus amigos en parecerse físicamente a los competidores del programa.

**15. Solo porque un participante no es tan sabio, ¿deja de ser tu favorito?**

En gran medida, todos coinciden que no dejaría de ser su favorito aunque se equivoque en los juegos de conocimiento, y no afecta el hecho de que no sea tan bueno en cultura general. Las razones de su fidelidad varían desde que le gusta cómo compite en otros juegos, cómo se defiende y su forma de bailar; hasta su desempeño a la hora de sacar adelante el equipo, su perseverancia, actitud y entrega. Solamente un entrevistado se sentiría un poco defraudado.

**16. ¿Qué importancia tiene para tus amigos el hecho de que los concursantes más admirados son más exitosos en las competencias físicas que en los juegos de conocimiento? ¿es materia de conversación?**

En gran medida, los entrevistados opinan que sus amigos se sienten decepcionados y los acusan por no permitir al equipo que gane por su ignorancia. Además, se sienten defraudados por ellos porque estudian en la universidad y deberían ser más preparados. Algunos incluso se burlan: dicen que son tontos, burros, no saben, no han estudiado, los insultan y se escandalizan.

Solamente algunos consideran que no es grave y los excusan puesto que son luchadores y no intelectuales; mientras que otro niega haber escuchado a sus amigos comentar al respecto.

## **HOMBRES**

### **17. Cuando ves a una persona con tatuajes muy grandes, ¿qué impresión te hace?**

En mayoría la percepción es negativa, creen que llegaron a tatuarse por recordar algún acontecimiento. Otros opinan que están dolidos y tienen problemas. En general opinan que lo hacen por llamar la atención y le parece mal.

### **18. Consideras que si tuvieras un cuerpo muy musculoso y con tatuajes, ¿tendrías más éxito en conseguir la aceptación y la admiración de los demás?**

Todos concuerdan que se sentirían más aceptados e incluso admirados entre los jóvenes porque la mayoría sueña con tener el mismo cuerpo, incluso sus amigos. Quisieran sorprender a los demás con sus músculos y consideran de chévere ponerse tatuajes.

### **19. Los cortes de cabellos muy cortos y rapados, ¿demuestran una actitud de rebeldía e inconformidad hacia la sociedad?**

Todos los entrevistados consideran como una forma de protesta, ante lo usual y clásico, los cortes de cabellos muy cortos y rapados. Asimismo opinan que las personas que optan por estos cortes y peinados demuestran rebeldía e inconformidad ante la sociedad. Se sienten distintos, superiores y más poderosos. Algunos parecen enfermos.

### **20. ¿Sientes las mismas ganas de expresar tu inconformidad al escoger el mismo corte de cabello?**

Todos niegan algún tipo de inconformidad con lo consuetudinario y dicen no sentir la necesidad de expresar su rebeldía o malestar ante la sociedad al escoger el mismo corte de cabello.

**21. En tu círculo de amigos, ¿una persona con las características físicas de los participantes goza de más respeto?**

La mayoría cree que alguien con las características físicas de los participantes del programa sería más aceptado en su círculo de amigos. Lo verían con más interés, superior, un líder. A los jóvenes le gusta el mismo estilo y perfil, consideran que está bacán y se quieren acercar más a ellos.

**MUJERES**

**22. El contar con medidas corporales impactantes, ¿te ayudaría a ascender más rápido en la vida? ¿Por qué?**

La mayoría de las mujeres entrevistadas considera que sí sería más fácil ascender en la vida porque tener un aspecto impactante atrae la atención de los demás, llega una a hacerse conocida con más facilidad y menos esfuerzo, y los chicos estarían más interesados en ti. Además, sería más fácil para conseguir trabajo.

**23. De tomar la decisión del tener el aspecto parecido a las concursantes, ¿te haría sentir más aceptada?**

Dos tendencias contrarias se presentaron al formular la pregunta: Algunas, la mitad, tomarían la decisión de invertir en su aspecto físico cuando sean más grandes para sentirse más aceptadas, ganar más dinero y atraer más a los hombres.

La segunda mitad no lo haría porque se sienten bien tal como son y no necesitan mejorar su aspecto para sentirse más aceptadas.

**24. Si tuvieras dinero, cuando seas más grande, ¿evaluarías someterte a una cirugía estética?**

Todas niegan evaluar someterse a alguna cirugía estética por el momento, más que todo porque temen empeorar después de la operación.

## **5. PRUEBA DE HIPÓTESIS.**

### **5.1. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N 1.**

La Hipótesis específica N° 01, dice:

- Las competencias deportivas del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influirían en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac - 2016.

Esta Hipótesis queda probada, al haberse validado los ítems 7, 8, 9, 14, 18, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28 y 29 de la encuesta aplicada; además de los ítems II, III, IV, VI y VII de la ficha para cuestionario; y de los ítems 3, 7, 9, 12, 13, 14, 18, 21 y 22 del balota de preguntas.

### **5.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N 2.**

La Hipótesis específica N° 02, dice:

- Las competencias de conocimiento del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influirían en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.

Esta Hipótesis queda probada, al haberse validado los ítems 30, 31, 32, 33, 36, 41, 42, 43, 44 y 45 de la encuesta aplicada; y del ítem 15 del balotarío de preguntas.

### **5.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL.**

Prueba de hipótesis general, dice:

- El programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influiría en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016.

La hipótesis general queda automáticamente probada al haberse comprobado sus hipótesis específicas que la componen.

## **CONCLUSIONES:**

### **PRIMERA**

El programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influyó directamente en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac - 2016, esto debido a los estereotipos de belleza que promueve, las imágenes eróticas que se transmiten; por el estereotipo intelectual que fomenta e implanta en los jóvenes y el uso del lenguaje informal que adoptan algunos de los participantes.

### **SEGUNDA**

Las competencias deportivas del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influyeron directamente en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac - 2016, ello debido al estereotipo de belleza al que ponen énfasis -más que el nivel de dificultad de las mismas-, por las imágenes eróticas que están presentes en el programa tanto en los bailes como en la letra de las canciones, en el lenguaje audiovisual, la escenografía y la vestimenta de los participantes.

### **TERCERA**

Las competencias de conocimiento del programa de televisión “Esto es Guerra: El origen de la lucha” influyeron directamente en el comportamiento social de los adolescentes de primero y segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac- 2016, en vista del nivel de dificultad de las preguntas y el desempeño

intelectual de los concursantes que demuestra un claro déficit intelectual de los mismos.

#### **CUARTA**

El mecanismo autorregulado es inefectivo. Los organismos encargados de regular y fiscalizar la conducta ética y responsable de los canales casi no intervienen. Bajo la justificación de las cuatro posturas: libertad de expresión, derecho a la información, demanda de la audiencia y el preferentismo; la intromisión del Estado es mínima y el concepto de entretenimiento se encuentra totalmente distorsionado y supeditado a los intereses de los canales.

#### **QUINTA**

La conducta de América Televisión en relación al equilibrio que debería haber entre interés público vs. Interés privado e intereses económicos vs. Intereses sociales y culturales es claramente desigual. Tal actitud demuestra la validez y la vigencia de la teoría del ser social formulada por Charles Cooley, quien nos advertía acerca de los cambios significativos que provocarían los medios masivos de comunicación en las formas de expresión, aceptación, permanencia y difusión de las personas. En síntesis, el buen funcionamiento del mercado prioriza los aspectos económicos a las necesidades sociales, y no es garantía de un compromiso auténtico para cuestiones ligadas al cumplimiento de las obligaciones de los medios.

## **RECOMENDACIONES**

### **PRIMERA**

En relación al estereotipo de belleza que se promueve en el programa EEG y en el canal América Televisión, es recomendable cambiar los estándares de belleza física y los parámetros de conducta, que se utilizan actualmente como herramientas de captación y retención del televidente para lograr un mayor índice de audiencia. Los criterios de evaluación de los candidatos actuales crean malestar y baja autoestima entre las personas que no se parecen físicamente los participantes.

### **SEGUNDA**

Democratizar el programa al permitir que se genere una rotación de los participantes y que su permanencia o salida esté supeditada a su desempeño físico o intelectual y no al aspecto físico, la popularidad o el apellido; por consiguiente, la evaluación de los candidatos tendría que ser por habilidad o competencia.

### **TERCERA**

Promover la diversidad, fomentando la identidad nacional, multicultural y heterogénea del país, favoreciendo la interculturalidad responsable en la selección de los competidores. Sería es una tarea interesante que permitiría lograr la unión de los peruanos, la estimulación cultural y la fecundación de talentos, tantos deportistas como intelectuales.

### **CUARTA**

Con respecto a las imágenes eróticas que se transmiten en el programa, consideramos que el mecanismo regulatorio debería ser potenciado para estar

presente en distintos niveles y bajo distintas modalidades. Creemos firmemente que solo un equipo de expertos semióticos fieles y partidarios de una televisión ética y responsable, puedan absolver a la difícil tarea de identificar, limitar y sancionar el bombardeo de estímulos sensoriales que penetra en la mente de los televidentes jóvenes y que por último los desconcentra y aparta de lo que en verdad deberían estar haciendo: estudiar.

#### **QUINTA**

En relación a las competencias deportivas, puesto que las actuales no son consideradas difíciles ni pedagógicas, se recomienda cambiarlas por otras que verdaderamente pongan a prueba las destrezas y las habilidades de los participantes y que enaltezcan y motiven a la práctica del deporte. En tal sentido, sería interesante estudiar y analizar el programa reality de competencia Guerrero Ninja Americano, en el que los competidores tratan de completar una serie de obstáculos de dificultad creciente y dan muestra de las aptitudes que debería tener un verdadero combatiente de pruebas físicas extremas; o, en todo caso, de las capacidades que debiera tener y exhibir un deportista del entretenimiento.

#### **SEXTA**

Los juegos de conocimientos podrían avergonzar y preocupar al telespectador medianamente culto y a los padres de familias. De ser necesaria su permanencia en el programa, la selección de los competidores, también, debiera pasar por una evaluación inicial para corroborar que cuenten con la preparación mínima para competir en ambas pruebas.

#### **SÉTIMA**

Recomendamos que un organismo adscrito al Ministerio de Educación y al Colegio de Periodistas del Perú podría sea potenciado y facultado para vigilar y corregir los usos del lenguaje utilizados en el programa EEG. Los resultados del presente estudio revelan el preocupante nivel de imitación en la forma de expresarse por medio del lenguaje hablado. Dentro de los requisitos para la selección y la contratación en el programa sería interesante el haber egresado, satisfactoriamente, y con un promedio relativamente alto, de alguna institución.

## 5.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adorno, T. L. (1971). *Esperienze scientifiche di uno studioso europeo*. Italia: Comunità.
- Alegre, J. E. (2004). *Lecciones de Periodismo Televisivo*. Lima: Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Bandura, A. (1963). *Aprendizaje Social y Desarrollo de la Personalidad*. Madrid: Editorial Alianza.
- Barroso, A. P., & Del Mar López Talavera, M. (1998). *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Madrid: Fragua.
- Bueno, G. (2002). *Telebasura y Democracia*. Barcelona: Ediciones B.
- Cooley, C. H. (1962). *Social organization. A Study of the Larger Mind*. Nova York: Shoken Books.
- Cuilenburg, J. v., & McQuail, D. M. (2003). Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*, pág. 184.
- DeFleur, M. L., & Ball Rokeach, S. J. (1982). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- El Congreso de la Republica. (27 de Junio de 2004). *Ley 28278: Ley de Radio y Televisión*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de mtc.gob.pe: [https://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/regulacion\\_internacional/regulacion/documentos/servicios\\_radiodifusion/28278.pdf](https://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/regulacion_internacional/regulacion/documentos/servicios_radiodifusion/28278.pdf)
- Escobar, M. S., & Ardila, R. (2006). Los jóvenes y la televisión. Serie de publicaciones sobre investigaciones académicas en Serie de publicaciones sobre investigaciones académicas en televisión. Bogotá, Colombia.
- Fleur, M. D. (1996). *Teorías de la Comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- Gregorio Huaroto. (16 de Diciembre de 2009). *arkivperu*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de arkivperu: <http://www.arkivperu.com/haga-negocio-con-kiko-panamericana-tv-1969/>
- Gregorio Huaroto. (10 de Julio de 2011). *arkivperu*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de arkivperu: <http://www.arkivperu.com/lo-que-vale-el-saber-america-tv-1978/>

- Hernández González, D. M. (2008). Lo público y lo privado en los realities show colombianos. Bogotá, Colombia.
- Huelva, J. B. (2005). Televisión y adolescentes: una mítica y controvertida relación. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación* , 147-151.
- Johnny López . (s.f.). *digaloquevale*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de digaloquevale: <http://www.digaloquevale.com/2015/03/desde-los-80-hasta-hoy.html>
- Jordán, J. S. (2004). *Comunicación: más allá de la imagen*. .Lima: UPC.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Uses of Mass Communication by the Individual*. Nueva York: Praeger Publishers.
- María García Amilburu . (2001). Dimensiones ético-antropológicas de los Reality Shows. *Mercurio Peruano*, 7-12.
- Mercado, A. H. (1995). El trampolín a la fama. *Anthropologica*.
- Merton, R. K. (1968). *Social Structure and Social Theory*. México: FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.
- Mont, C. G. (1991). *Nuevas tecnologías de la comunicación*. México: Trillas.
- Morzán, C. P. (1989). *Medios de Comunicación Colectiva y la Cultura de Masas*. Lima: Edit. Ama Llulla.
- Papalia, D. E. (1998). *Desarrollo humano : con aportaciones para Iberoamérica*. Bogotá : McGraw Hill.
- Rossetti, M. M. (1976). *La comunicación integral : imagen-lengua-literatura. La historieta*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Sabroso, F. V. (2001). *En vivo y en directo: una historia de la televisión peruana*. Lima : Fondo de Desarrollo Editorial.
- Siebert, F. (1977). *Cuatro teorías de la prensa*. Buenos Aires: La flor.
- Silberman, S. G., & Ramos Lira, L. (1998). *Medios de comunicación y violencia*. México: FCE.
- Talavera, M. D., & Bordonado Bermejo, J. (2007). *Dialnet*. Recuperado el 27 de Mayo de 2016, de file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-TelebasuraEticaYDerecho-2539878%20(1).pdf
- Waisbord, S. (November de 2004). McTV. Understanding the global popularity of television formats. *Television & New Media*.

- Wenceslao Burcio, C. (1995). Géneros realistas en televisión: Los 'reality shows'. *Servicios de publicaciones UCM*, 79-91.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paídos.
- Wright, C. R. (1960). Functional Analysis and Mass Communication. *Public Opinion Quarterly*, págs. 605-620.
- Yaranga, M. (2013). Los formatos televisivos y la identidad cultural. *La Mirada de Telemo*.

# **ANEXOS**

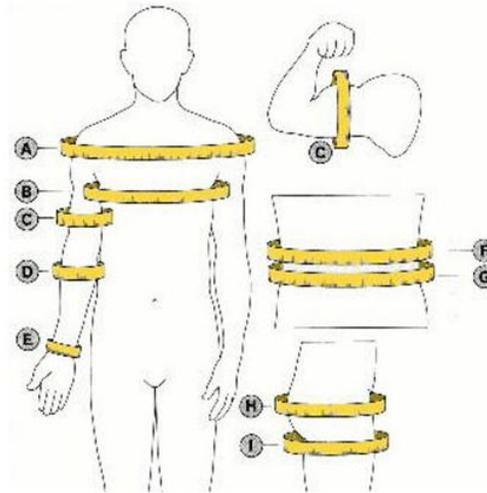
## MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	CATEGORIAS	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	
¿De qué manera el programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influye en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016?	Analizar en qué medida el programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influye en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016.	El programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influiría en el comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016.	PROGRAMA "ESTO ES GUERRA: EL ORIGEN DE LA LUCHA"					
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>					
¿De qué manera las competencias deportivas del programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influyen en el comportamiento social de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016?	Analizar en qué medida las competencias deportivas del programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influyen en el comportamiento social de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.	Las competencias deportivas del programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influirían en el comportamiento social de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.	Comportamiento social y estilos de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac -2016	Competencias deportivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estereotipos de belleza.</li> <li>Imágenes eróticas</li> </ul>	Observación	Ficha de observación	
¿De qué manera las competencias de conocimiento del programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influyen en el comportamiento social de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016?	Analizar en qué medida las competencias de conocimiento del programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influyen en el comportamiento social de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.	Las competencias de conocimiento del programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influirían en el comportamiento social de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.		Competencias de conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estereotipo intelectual.</li> <li>Nivel de dificultad</li> </ul>		Encuesta	Formulario de cuestionario
¿De qué manera el uso del lenguaje en el programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influye en el estilo de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016?	Analizar en qué medida el uso del lenguaje en el programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influye en el estilo de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.	El uso del lenguaje en el programa de televisión "Esto es Guerra: El origen de la lucha" influye en el estilo de comunicación de los adolescentes de segundo grado del colegio Félix Bogado, Rímac-2016.		Uso del lenguaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jergas</li> <li>Sobrenombres</li> <li>Interjecciones</li> </ul>		Entrevista	Balota

## FICHAS PARA CUESTIONARIO

En referencia al aspecto físico de todos los participantes, ¿Podrías decirnos si sus medidas musculares son mínimas, medianas o máximas (por cada uno de los respectivos músculos), poniéndole un check a la medida correspondiente?

- A - P hombros
- B - P pecho
- C1 - P bíceps relajado
- C2 - P bíceps contraído
- D - P antebrazo
- E - P muñeca
- F - P abdomen
- G - P cintura
- H - P caderas
- I - P muslo
- J - P rodilla
- K - P gemelos
- L - P tobillo



(Ayúdense con la presente imagen de para ubicar los músculos a evaluar en la tabla de abajo)

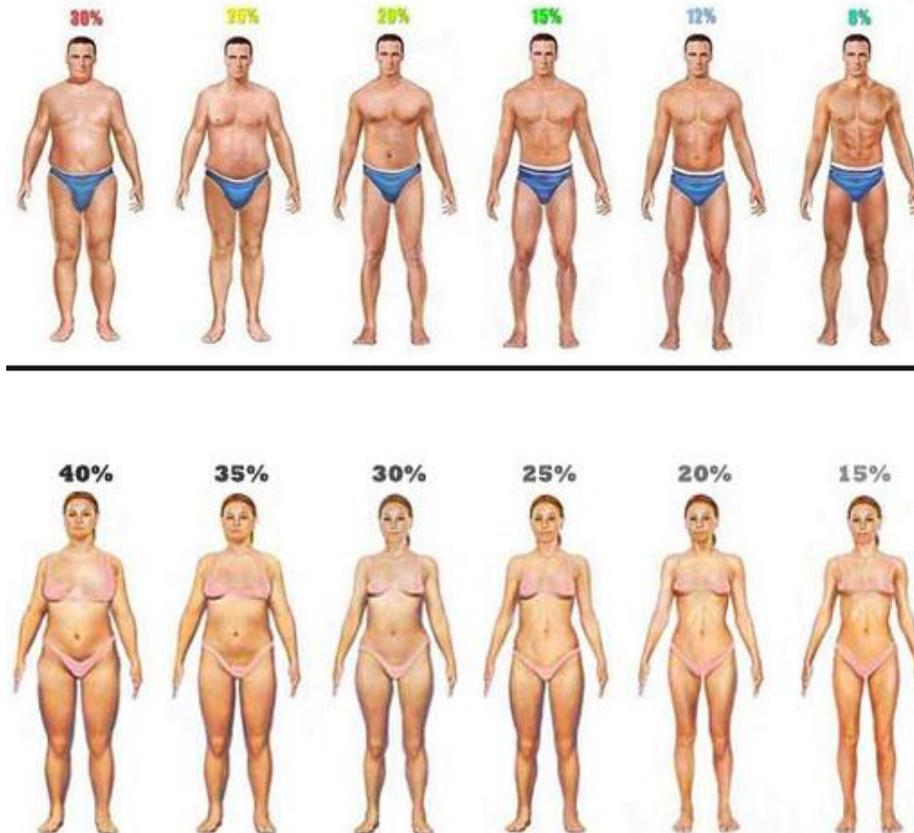
MEDIDAS CORPORALES HOMBRES (perímetro)															
	Hombros			Bíceps			Pectoral			Cintura			Cadera		
	-	1/2	+	-	1/2	+	-	1/2	+	-	1/2	+	-	1/2	+
Austin Palao															
Diego Chávarri															
Erick Sabater															
Eyal Berkover															
Facundo González															
Hugo García															
Ignacio Baladán															
Mario Hart															
Nicola Porcella															
Patricio Parodi															
Thiago Cunha															

\*Mínimo, mediano, máximo.

MEDIDAS CORPORALES MUJERES (perímetro)															
	Hombros			Bíceps			Pectoral			Cintura			Cadera		
	-	1/2	+	-	1/2	+	-	1/2	+	-	1/2	+	-	1/2	+
Angie Arizaga															
Brenda Carvalho															
Cachaza															
Diana Sánchez															
Kina Malpartida															
Korina Rivadeneira															
Melissa Loza															
Michelle Soifer															
Paloma Fiuza															
Sheyla Rojas															

\*Mínimo, mediano, máximo.

En referencia al peso corporal de todos los participantes, ¿Podrías decirnos que tan definido es su cuerpo y marcados sus músculos en relación al porcentaje de grasa corporal, poniéndole un check al rango correspondiente?



(Ayúdense con la presente imagen de para ubicar el rango del participante a evaluar en la tabla de abajo)

GRASA CORPORAL VARONES (porcentaje)						
	8%	12%	15%	20%	25%	30%
Austin Palao						
Diego Chávarri						
Erick Sabater						
Eyal Berkover						
Facundo González						
Hugo García						
Ignacio Baladán						
Mario Hart						
Nicola Porcella						
Patricio Parodi						
Thiago Cunha						

GRASA CORPORAL MUJERES (porcentaje)						
	15%	20%	25%	30%	35%	40%
Angie Arizaga						
Brenda Carvalho						
Cachaza						
Diana Sánchez						
Kina Malpartida						
Korina Rivadeneira						
Melissa Loza						
Michelle Soifer						
Paloma Fiuza						
Sheyla Rojas						

TATUAJES HOMBRES				
(presencia y tamaño)				
	SÍ			NO
	P	M	G	
Austin Palao				
Diego Chávarri				
Erick Sabater				
Eyal Berkover				
Facundo González				
Hugo García				
Ignacio Baladán				
Mario Hart				
Nicola Porcella				
Patricio Parodi				
Thiago Cunha				

\*Pequeño, mediano, grande.

CABELLO HOMBRE			
(longitud)			
	C	M	L
	Austin Palao		
Diego Chávarri			
Erick Sabater			
Eyal Berkover			
Facundo González			
Hugo García			
Ignacio Baladán			
Mario Hart			
Nicola Porcella			
Patricio Parodi			
Thiago Cunha			

\*Corto, mediano, largo.

CABELLO MUJERES (color)			
	O	C	M
Angie Arizaga			
Brenda Carvalho			
Cachaza			
Diana Sánchez			
Kina Malpartida			
Korina Rivadeneira			
Melissa Loza			
Michelle Soifer			
Paloma Fiuza			
Sheyla Rojas			

\*Claro, Oscuro, mechas.

CIRUGIA ESTETICA MUJERES (partes)			
	N	M	G
Angie Arizaga			
Brenda Carvalho			
Cachaza			
Diana Sánchez			
Kina Malpartida			
Korina Rivadeneira			
Melissa Loza			
Michelle Soifer			
Paloma Fiuza			
Sheyla Rojas			

\*Nariz, mamas, glúteos.

CANCIONES (bailes eróticos)		
	SÍ	NO
El baile del totó		
El baile del cucuta		
Se menea la cadera		
La quebradora		
Tutti Frutti		
Mueve la pompa		
Magalenha		
Aguanile		
Rabiosa		
Baile de Maosiña		

## CUESTIONARIO

**Edad:**

**Sexo:**

7. ¿Ves el programa “Esto es guerra: El origen de la lucha”?

- a) Sí
- b) No

8. ¿Cuánto tiempo ves este reality?

- a) Media hora
- b) Una hora
- c) Todo el programa

9. ¿Cuántas veces a la semana ves este reality?

- a) Todos los días
- b) Una vez a la semana
- c) Dos veces a la semana
- d) Tres veces a la semana
- e) Cuatro veces a la semana

3. ¿Sigues las anécdotas de los participantes en otros programas de televisión?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

4. ¿En qué tipo de programas de televisión?

- a) Espectáculos
- b) Noticias
- c) Otros

5. Señale sus participantes favoritos en orden de preferencia por cada equipo (Colocar: 1,2,3,4,5,6,7... en orden de preferencia, según corresponda).

<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
<input type="radio"/> Austin Palao	<input type="radio"/> Angie Arizaga
<input type="radio"/> Diego Chávarri	<input type="radio"/> Brenda Carvalho
<input type="radio"/> Erick Sabater	<input type="radio"/> Cachaza
<input type="radio"/> Eyal Berkover	<input type="radio"/> Diana Sánchez
<input type="radio"/> Facundo González	<input type="radio"/> Kina Malpartida
<input type="radio"/> Hugo García	<input type="radio"/> Korina Rivadeneira
<input type="radio"/> Ignacio Baladán	<input type="radio"/> Melissa Loza
<input type="radio"/> Mario Hart	<input type="radio"/> Michelle Soifer
<input type="radio"/> Nicola Porcella	<input type="radio"/> Paloma Fiuza
<input type="radio"/> Patricio Parodi	<input type="radio"/> Sheyla Rojas
<input type="radio"/> Thiago Cunha	



16. ¿Tienes ya el mismo corte de cabello de tu participante favorito?

- a) Sí                                  b) No

17. ¿Te gustan más los juegos físicos o los juegos de conocimiento?

- a) Físicos b) Conocimiento

18. ¿Te gustan más las pruebas físicas combinadas o las competencias de baile?

- a) Pruebas físicas                  b) Baile

19. En las competencias de bailes los concursantes son excesivamente atrevidos a la hora de bailar.

- a) Sí                                  b) No                                  c) A veces

20. Las canciones que bailan los concursantes en las competencias de bailes transmiten mensajes acerca de:

- a) El amor  
b) La vida  
c) La familia  
d) Dios  
e) Sexo

21. ¿Te parece que está bien aparecer semidesnudos en un programa de televisión?

- a) Sí                                  b) No

22. En las competencias de bailes de mujeres, su vestimenta te parece:

- a) Sexy  
b) Moderada  
c) Vulgar

23. La vestimenta de los competidores logra:

- a) Ningún efecto  
b) Implantar modas





35. De acuerdo al nivel de éxito que han logrado muchas de las personas que han participado en el programa Esto es Guerra, ¿crees que es más importante estudiar y desarrollarse intelectualmente o entrenar el cuerpo, cuidar el aspecto y relacionarse con personas de influencia para ser exitosos en la vida?

a) Estudio y desarrollo

b) Aspecto y relaciones

36. ¿Te gustaría participar en el programa?

a) Sí

b) No

37. La conductora María Pía emplea jergas a la hora de hablar.

- Siempre
- La mayoría de las veces sí
- Algunas veces sí, alguna veces no
- La mayoría de las veces no
- Nunca

38. De haber respondido que sí a la pregunta anterior, ¿Crees que lo haga a propósito o es su forma natural de hablar?

a) Sí

b) No

c) No sé

39. El conductor Matías emplea jergas a la hora de hablar.

- Siempre
- La mayoría de las veces sí
- Algunas veces sí, alguna veces no
- La mayoría de las veces no
- Nunca

38. De haber respondido que sí a la pregunta anterior, ¿Crees que lo haga a propósito o es su forma natural de hablar?

a) Sí

b) No

c) No sé

39. Evalúa el uso de lenguaje entre los participantes de habla hispana:

<b>Participantes</b>	<b>Muy mal</b>	<b>Mal</b>	<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Muy bien</b>
Austin Palao					
Diego Chávarri					
Erick Sabater					
Facundo González					
Hugo García					
Ignacio Baladán					
Mario Hart					
Nicola Porcella					
Patricio Parodi					
Angie Arizaga					
Diana Sánchez					
Kina Malpartida					
Korina Rivadeneira					
Melissa Loza					
Michelle Soifer					
Sheyla Rojas					

40. ¿Escribir a quiénes les corresponden los siguientes sobrenombres o apodos?

	<b>Nombre Concursante</b>		<b>Nombre concursante</b>
Huacho		Xena	
Negra		Garoto	
Patto Donald		Bala	
Shei		Picón	
Shorugua		Bom bom	
Ratita		Chata	

41. ¿Cuáles de los siguientes apodos te parecen denigrantes?

	SÍ	NO		SÍ	NO
Huacho			Xena		
Negra			Garoto		
Pato Donald			Bala		
Shei			Picón		
Shorugua			Bom bom		
Chato			Chata		



## BALOTARIO DE PREGUNTAS

Nombre:

Día:

Género:

Turno:

Sección:

1. Si no te pareces, ¿cómo te sientes?
2. En relación a la masa grasa de los competidores, ¿existe una preocupación por reducirla al máximo?
3. ¿Cómo te hace sentir la tendencia?
4. Si te pareces, ¿te sientes conformes?
5. Si no te pareces, ¿cómo te sientes?
6. ¿Te fue fácil ubicar los rangos hombres?
7. ¿Te fue fácil ubicar los rangos mujeres?
8. De haber respondido que si a la pregunta 9, ¿puedes describir exactamente que representan algunos de los tatuajes de tus participantes favoritos?
9. ¿Encuentras similitudes en los cortes de hombres?
10. ¿Conoces el nombre del corte de cabello de tu personaje favorito?
11. En relación a la cirugía estética a la que supuestamente se habrían sometido algunas participantes, ¿puedes mencionar el nombre de algunas que crees que se operó? ¿En qué parte del cuerpo? ¿Estás seguro o asumes?
12. En relación a la música que se reproduce en los retos de baile, por el título, ¿pudiste recordar la canción que se te pidió evaluar?
13. ¿Te parece que los bailes son congruentes con la letra y el mensaje de las canciones?
14. ¿Entiendes la letra extranjera de las canciones de otros países reproducidas en el programa?
15. Específicamente, ¿en cuáles programas de televisión sigues las anécdotas de los participantes del programa?

16. ¿Has podido identificar a todos los personajes por su nombre? ¿Cuáles no?
17. Específicamente, ahondar más acerca del por qué y hasta qué punto le gusta su personaje favorito (¿?)
18. ¿Existen otras cualidades que tu personaje favorito tiene y que no fueron mencionadas?
19. De haber respondido que sí a la pregunta 7, ¿cuáles son los músculos que más quisieras desarrollar en relación a tu personaje favorito?
20. ¿Entiendes qué es una prueba física combinada? ¿Explicar?
21. De haber respondido que sí a la pregunta 19, ¿en qué sentido los concursantes son excesivamente atrevidos a la hora de bailar? ¿Explicar?
22. ¿Puedes especificar los movimientos que realizan y que simulan los concursantes a la hora de bailar?
23. ¿Qué mensajes te gustaría que se transmitan en las canciones y en los bailes?
24. ¿Te vistes o te gustaría vestirte como algunos de los competidores? ¿Qué le copiarías?
25. En la elección de la ropa de los concursantes, ¿notas un interés evidente de la producción por resaltar los atributos físicos de los participantes?
26. ¿El estereotipo de belleza que promueven tiene un impacto en ti?
27. ¿Tratas de emularlo?
28. Específicamente, ¿qué es lo que intentas emular?
29. ¿Crees que la escenografía, los planos audiovisuales, los planos y la vestimenta de los participantes promuevan el sexo?
30. ¿Cuál es el más evidente?
31. ¿Cuál es la parte del cuerpo que consideras no deberían enfatizar tanto a la hora de filmar las pruebas físicas?
32. En el visionado del programa, ¿se te había ocurrido pensar que la ambientación de los juegos y algunos elementos de la escenografía tengan una connotación erótica? ¿Cuál exactamente?

33. ¿Se requiere un talento especial para realizar las pruebas físicas del programa?
34. ¿Tu podrías hacerlo?
35. ¿Te parece que más que todo lo que suprema es el aspecto físico para participar en el programa?
36. En comparación a otro reality de competencia, como la franquicia Ninja Warrior Internacional. ¿Qué tal la diferencia?
37. ¿Consideras que las preguntas de conocimiento son fáciles para personas adultas quienes por su edad deberían estar estudiando en la universidad?
38. ¿Entendiste la diferencia entre preguntas únicas y múltiples?
39. ¿Te hace reflexionar el hecho de que tu personaje favorito no sea muy bueno en los juegos de conocimiento? El haberlo notado, ¿cambia en algo tu preferencia hacia él?
40. ¿Te diste cuenta que los participantes más populares son los menos hábiles intelectualmente?
41. ¿Te preocupa el descubrimiento?
42. ¿Has pensado en participar en el programa?
43. De haber respondido que si en la anterior, ¿por qué lo harías?
44. ¿Qué podría motivar el uso de un lenguaje coloquial en la TV?
45. Si ellos que son conductores de un programa de TV se expresan de esta manera, ¿quiere decir que tú también lo puedes hacer en el trabajo o en tu centro de estudios ante el salón y el profesor?
46. ¿Recuerdas otros apodosos que no están en la lista?
47. ¿Desconoces algunos?
48. ¿Entiendes qué es una interjección?
49. ¿Habías escuchado la palabra antes de la encuesta?
50. Específicamente, ¿recuerdas algunas interjecciones más usadas?
51. ¿Cuáles son las interjecciones que utiliza Huacho?
52. ¿Qué te parece su manera de hablar?