



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

Los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha” y su relación con el sistema educativo peruano. Caso: Estudiantes de entre 14 y 16 años del Colegio San Columbano, diciembre 2016.”

PRESENTADA POR:

Bachiller: GARCÍA SALDAÑA, JUANITA GERALDINE

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

LIMA - 2017 - PERÚ

DEDICATORIA

*A mi madre y padre, por su
invaluable apoyo y soporte durante
toda mi vida.*

*A mis hermanas, por la
complicidad de amigas, y a mis
sobrinas por alegrar mis días.*

*A mi abuelo, por la fe y
confianza incondicional en cada una
de mis etapas.*

AGRADECIMIENTO

Al director de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UAP, Dr. Luis Francisco Vivanco Aldon, PhD. por sus sugerencias en el proceso de elaboración de la presente investigación, haciendo posible la culminación de mi estudio.

A la Hna. Elvira Cisneros de la Torre, Directora del colegio San Columbano, a los docentes, padres de familia y ex alumnos de dicha institución, quienes me brindaron su apoyo para el progreso de la presente investigación.

A la docente de Periodismo y Teleducación Gloria Mardini y a la Lic. Sarita Florián representante de CONCOR TV, por los alcances y orientaciones brindadas para el desarrollo de la vigente investigación.

Al Lic. Segundo García Flores, por sus aportes estadísticos y apoyo incondicional desde el inicio de esta aventura.

Al Lic. Daniel Linares, por su apoyo en la recolección de datos en el proceso elaboración de la investigación.

A mi familia por su paciencia y apoyo permanente.

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE	iii
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	viii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.2.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL	3
1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL	3
1.2.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL	4
1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL	4
1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	
1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL	5
1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS	5
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	
1.5.1 HIPÓTESIS PRINCIPAL	6
1.5.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS	6
1.5.3 VARIABLES (DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL)	7
1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.6.1 TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	8
a) TIPO DE INVESTIGACION	8
b) NIVEL DE INVESTIGACIÓN	8

1.6.2 MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	
a) MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	9
b) DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	9
1.6.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	
a) POBLACIÓN	10
b) MUESTRA	10
1.6.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATO	
a) TÉCNICAS	11
b) INSTRUMENTOS	11
1.6.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	
a) JUSTIFICACIÓN	11
b) IMPORTANCIA	12
c) LIMITACIONES	13
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.2 LIBROS	25
2.3 INTERNET	28
2.4 BASES TEORICAS O CIENTÍFICAS	30
2.4.1. La adolescencia	30
2.4.2. La televisión	33
2.4.3. Esto es Guerra	38
2.4.4. Sistema Educativo Peruano	41
2.4.5. Teorías	47
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	54
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	56
3.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos	56
3.2 Análisis de Tablas y Gráficos y sus interpretaciones	56
3.3 Prueba de hipótesis	140
3.4 Discusión de resultados	150
CONCLUSIONES	162
RECOMENDACIONES	164

FUENTES BIBLIOGRÁFICA	166
ANEXOS	172
Matriz de consistencia	173
Instrumento (s) de recolección de datos	175
Evidencias fotográficas	184

RESUMEN

El desarrollo de los adolescentes en cuanto a su tendencia a caer en estereotipos transmitidos por la televisión cobra relevancia cuando uno de los factores vitales para evitarlos es el sistema educativo que se imparte en su segundo hogar después de su casa.

La presente investigación “Los estereotipos difundidos en el programa EEG La Revancha y su relación con el sistema educativo peruano. Caso: Estudiantes de entre 14 y 16 años del Colegio San Columbano, diciembre 2016.”, está dividida en tres capítulos.

En el primer capítulo, se expone el planteamiento metodológico, partiendo desde la descripción de la realidad problemática, pasando por los objetivos y las hipótesis.

En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico conceptual, con las investigaciones previas, antecedentes teóricos y la definición de términos básicos.

En el tercer capítulo, se muestra el análisis y discusión de los resultados, así como las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

PALABRAS CLAVES: Estereotipo, sistema educativo, reality de competencia, televisión, y comunicación.

ABSTRACT

The development of adolescents in their tendency to fall into stereotypes transmitted by television becomes relevant when one of the vital factors to avoid them is the educational system that is taught in their second home after their home.

The present research "The stereotypes disseminated in the program EEG La Revancha and its relation with the Peruvian educational system. Case: Students between 14 and 16 years of the College San Columbano, December 2016. ", is divided into three chapters.

In the first chapter, the methodological approach is presented, starting from the description of the problematic reality, passing through the objectives and the hypotheses.

In the second chapter, the conceptual framework is presented, with previous research, theoretical background and the definition of basic terms.

The third chapter shows the analysis and discussion of the results, as well as the conclusions and recommendations of the research.

KEY WORDS: Stereotype, educational system, reality of competition, television, and communication.

INTRODUCCIÓN

La televisión viene cambiando constantemente, y, pues bien, ahora al prender el televisor tenemos varios tipos de programas, formatos tan híbridos que ya no sabemos que es lo que estamos viendo.

Esta evolución, o a lo mejor se trata de una involución de la televisión, llevó a la creación de formatos combinados, fusionados a partir del reality, para dar paso a el reality de concurso o también llamado reality de competencia.

Debido a este proceso, se consume más televisión nacional, pero ha generado un público bastante consumista, una audiencia que si bien, mira este tipo de programas, no es consciente de lo que está viendo realmente y se vuelve un televidente cegado. Lo lamentable es que la mayoría de este público son niños y adolescentes.

Ahora, bien, enfocándonos en los adolescentes, son una audiencia en formación, donde se deben afianzar los valores aprendidos, y que los rasgos de la personalidad desarrollados ayuden a formar el carácter de los futuros jóvenes. Entonces, es importante todo lo que intervenga en su entorno, como la influencia de la educación en casa y en el colegio, la orientación de los padres, y la influencia de la televisión, siendo este un factor de gran repercusión por ser un referente.

Los realities de concurso han desarrollado una serie de estereotipos frecuentes, como el de belleza, con la presencia de mujeres altas, en mayoría de

teses blancas, bien maquilladas, y con cuerpos muy ejercitados, son seguidos o tomados como modelos; lo mismo sucede con los estereotipos de comunicación, las formas en que se comunican, las jergas y los estilos de lenguaje, etc. Todo esto, es a lo que se expone y toman como referente los adolescentes.

Por estas razones, surge la necesidad de contemplar una respuesta sobre la medida en que influyen estos programas de reality de competencia en los adolescentes o tal vez, depende de uno de los factores más importantes del entorno, como es la educación y orientación del mismo, vale mencionar a los profesores, cursos o talleres de formación, basados en la construcción de valores.

En este contexto, el tema a tratar en la presente investigación es analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, durante el periodo de diciembre del año 2016.

Como se expuso anteriormente, la televisión y los realitys de competencia son los que tendrían mayor influencia en los adolescentes, sobre todo a través de sus estereotipos proyectados. Cabe mencionar que el tipo de educación y orientación que se recibe en el colegio puede ser un aspecto determinante sobre el grado de influencia en los adolescentes. Por ello, es necesario analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, durante el periodo de diciembre del año 2016.

Teniendo en cuenta esto, la verificación de las hipótesis, el desarrollo de las técnicas e instrumentos de esta investigación, permitirán realizar algunos aportes que se podrían tener en cuenta para la implementación de este sistema educativo en otros colegios, para el mejoramiento de la formación de los estudiantes, tornando la educación más integral, mejorando así la enseñanza peruana en general.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.

Los reality shows y en específico los realitys de competencia son un tipo de formato televisivo medianamente nuevo en nuestro país. Sin embargo, partamos de la gran acogida que tiene en todo el público en general, pero sobre todo, en la gran influencia que goza ejercer en el comportamiento de los jóvenes televidentes, ante esto Amador Navarrete dijo:

Al respecto, María Martínez López afirma que en el caso de los niños y adolescentes, que no han terminado su proceso de maduración, y por lo tanto son mucho más influenciables, tiene especial gravedad a la transmisión de unos determinados valores e ideas hedonistas y egoístas. Indica que hay que luchar contra la pretensión de que en la tv solo se refleja la sociedad o la realidad tal como es o tal como se da, señalando incluso que “ la televisión solo actúa como amplificado de la realidad (Navarrete, 2007)

En este formato y como antesala tenemos por los años 80's programas como Trampolín a la Fama, Laura en América, Magaly TeVe que representaron un fuerte dominio sobre la mayoría de la población, pues apelaban al morbo, los chistes, la exposición de situaciones íntimas de personajes conocidos, actitudes agresivas, físicas y psicológicas, que fueron totalmente absorbidas por los televidentes haciéndolos un público acrítico e inconsciente de su propio entorno y esto además ayudó asentar más la permanencia de este tipo de reality en la programación local.

Según José Antonio Tejada, la televisión alberga programas que no contribuyen a la construcción moral de la juventud y que, por el contrario, fomenta el arraigo de conductas dañinas en los niños, púberes y adolescentes que siguen las vacías peripecias de los concursantes; que da cabida a personajes que basan el éxito de sus programas en la exhibición de situaciones en que la traición, la mala fe, la envidia, la hipocresía y demás actitudes deplorables son convertidas en foco de atención, principal atracción del espectáculo; en fin, que deforma y embrutece, y empobrece aún más el frágil vínculo comunicativo que define las relaciones en las miles de familias disfuncionales en cuyo seno se irán (de) formando aquellos niños que quizá mañana se transformen en casos de conductas antisociales. (Tejada, 2015)

Este alto índice de audiencia y popularidad en este tipo de formato abarca todos los estratos y niveles socioeconómicos; sin embargo, hay que reconocer que es más influenciable, manipulable y por ende más preponderante en los niveles más bajos, por lo que hay que admitir ciertos efectos en la mayoría de la población. Este tipo de formato “reality” en el que ves a estrellas en situaciones amorosas, “con cuerpos” exuberantes y actitudes presuntuosas, son un fuerte representante de modos de comportamiento, que poco a poco pueden ir adoptando los jóvenes. Al respecto, Hugo Aznar dijo:

...una muestra de los efectos que puede producir este mundillo en la audiencia, y que se puede sintetizar en la pluma de la profesora Mónica Codina, cuando se trata dicha “cultura” al público, en el que se genera:

- *La tendencia a igualar o el éxito con el protagonismo- aunque se efímero- que otorgan los medios a un determinado personaje.*
- *Pensar que la estima que se tiene cada uno a si mismo depende del reconocimiento de los otros, del reconocimiento social.*
- *Entender que las personas valen por lo que hacen, por su belleza, por su dinero, por las veces que aparecen en la televisión.*
- *Unir el éxito económico y social a la felicidad*

- *Puede producir en el público la falsa impresión de que el amor se cifra en la duración de un sentimiento; que la ruptura matrimonial es la solución a los conflictos de pareja y consuelo ante el fracaso amoroso. (Aznar, 2002)*

Es así como se ve, que este tipo de formato ha invadido, no solo toda la programación nacional, sino, los hogares que en su mayoría están conformados por adolescentes, entonces tienen exhibición de comportamientos irregulares que son adoptados por ellos, y que resulta una fuerte influencia en la conducta.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se realiza en la región Lima, provincia de Lima, distrito de San Martín de Porres, con los estudiantes del Colegio Parroquial San Columbano, ubicado en la Av. Pacasmayo 3630, Condevilla Señor.

1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL

En la investigación se plantea tener en cuenta el grado de percepción, recepción y asimilación de las emisiones de este programa en los estudiantes de 3º, 4º y 5º de secundaria del Colegio Parroquial San Columbano, debido a que son los agentes sociales más involucrados en la audiencia de este tipo de formato y programa de televisión.

Asimismo, entrevista a la directora Hna. Elvira Cisneros debido, a que necesita una vista y mayor detalle acerca del sistema educativo que se imparte bajo su responsabilidad, considerando, cómo es que lidia con los medios de comunicación y especial con la programación local y el programa Esto es Guerra, así como la entrevista a el educador Vladimir Carrión, profesor de la institución desde hace 20 años, docente en la Universidad Mayor de San Marcos, y recientemente premiado como

mejor docente a nivel nacional por el Ministerio de Educación y además proponer un punto de vista sobre el comportamiento de los adolescentes al ser expuestos ante este tipo de contenidos audiovisuales, dándonos una explicación sobre la forma y medida en la que se da la influencia este reality en los estudiantes.

1.2.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL

Se analizará los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha” y su relación con el sistema educativo peruano. Caso: Estudiantes de entre 14 y 16 años del Colegio San Columbano, durante el periodo del mes de diciembre del año 2016.

1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

- Televisión, como medio de comunicación y su influencia en la conducta y la comunicación humana.
- Estereotipos de belleza y su influencia en los adolescentes.
- Estereotipos comunicacionales como la imitación en los adolescentes.
- Estereotipos aspiracionales como una forma de proyección de los adolescentes.
- *El reality show*, impacto en los comportamientos de los adolescentes.
- *El reality* de competencia, y su repercusión en las conductas sociales de los adolescentes
- La conducta social, como el comportamiento de los adolescentes frente a determinados contenidos televisivos.

1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL

¿De qué manera se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016?

1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS

1.3.2.1 ¿De qué manera se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos de belleza difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016?

1.3.2.2 ¿De qué manera se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos comunicacionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016?

1.3.2.3 ¿De qué manera se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y el deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático como los del programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016.

1.4.2 OBJETIVOS SECUNDARIOS

- 1.4.2.1** Analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos de belleza difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016.
- 1.4.2.2** Analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos comunicacionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016.
- 1.4.2.3** Analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y el deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático como los del programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016.

1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 HIPÓTESIS PRINCIPAL

El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016.

1.5.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS

- 1.5.2.1** El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos de belleza difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016.

1.5.2.2 El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos comunicacionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016.

1.5.2.3 El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano bloquea el deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático como los del programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016

1.6 VARIABLES Y MATRIZ DE OPERALIZACIÓN

Tipo de variable	Definición conceptual	Categorías	Indicadores
<p>Variable X:</p> <p>El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano</p>	<p>Según Archer comprende por sistema educativo estatal una “colección de instituciones diferenciadas, de amplitud nacional, cuyo control e inspección general es, al menos en parte de la incumbencia del estado” y cuyos procesos y partes integrantes están relacionados entre sí. (Brigido, 2006)</p>	<p>Grado de estudio</p>	<p>Estudiantes de 14, 15 y 16 cursando el 3º, 4º y 5º de secundaria.</p>
<p>Variable Y:</p> <p>Influencia de determinados estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016</p>	<p>Los estereotipos según la definición son un conjunto estructurado de creencias populares que generaliza el comportamiento de algún grupo social. Son creencias compartidas a</p>	<p>Estereotipos de belleza</p> <p>Estereotipos comunicacionales</p>	<p>Imitación (vestimenta, estilos de peinado, apariencia física)</p> <p>Imitación (actitudes, jergas, estilos de interacción)</p>

	<p>menudo simplifican la realidad y que resisten todos los cambios, inmunes a las informaciones que las desmienten. Los estereotipos son estructuras mentales culturalmente compartidas. (Garcia Ribas, 2008)</p>	<p>Deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático</p>	<p>Comportamiento</p>
--	---	---	-----------------------

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

1.7.1.1 Tipo de Investigación

(Fontaines Ruíz, 2012) Indicó que “La investigación según su adscripción epistémica es Correlacional porque están destinadas a determinar la relación entre variables, con la finalidad de identificar si los cambios en una variable inciden en otra, precisando específicamente la fuerza de la relación, dirección, y significación de la misma así como la posibilidad de causalidad entre ellas.(p.124)

Así mismo el objeto de estudio son los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha” y su relación con el sistema educativo peruano. Caso: Estudiantes de entre 14 y 16 años del Colegio San Columbano, diciembre 2016.”

1.7.1.2 Nivel de Investigación

A decir de Manuel y Miriam (2004), el nivel de la presente investigación es descriptivo, debido a que se indaga sobre las

peculiaridades y perfiles relevantes de personas, comunidades o cualquier otra anomalía que se someta a un análisis.

También podemos mencionar que es una investigación explicativa y correlacional.

(Cortés & Iglesias, 2004) Indican que el tipo de investigación explicativa va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos y relacionamientos de conceptos, están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales. Por otro lado, la utilidad principal de los estudios correlacionales cuantitativos es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas. (p.105)

El propósito es analizar y describir la relación del sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre del año 2016.

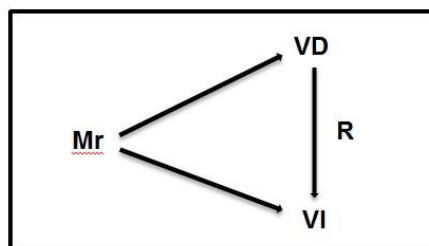
1.8 MÉTODOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1.8.1 Métodos de la Investigación

La presente investigación será cuanti - cualitativa, y utilizando estrategias de investigación tales como, encuesta a los estudiantes, y entrevistas de profundidad a la directora y docentes.

1.8.2 Diseño de la Investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental de nivel correlacional/causal. De esta manera, tenemos el siguiente diagrama de la investigación:



Mr= Adolescentes de entre 14 y 16 años de secundaria del I.E.P. San Columbano

VI= El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano.

VD= Influencia de determinados estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016

R= Niveles de relación y explicación que se da entre las dos Variables Concurrentes.

1.9 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

1.9.1 Población

La población de la presente investigación está conformada por alumnos y adolescentes que cursan el 3°, 4° y 5° de secundaria en sus respectivas secciones A, B y C, haciendo un total de 331 estudiantes del I.E.P. San Columbano en su año académico 2016.

1.9.2 Muestra

Teniendo una población bastante grande de 331 alumnos, se hizo necesario extraer una muestra de tipo aleatoria, obteniendo un total de 178 estudiantes como muestra.

1.10 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.10.1 Técnicas

- Encuesta
- Entrevista

1.10.2 Instrumentos

- Formulario de cuestionario
- Guía de entrevista

1.11 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.11.1 JUSTIFICACIÓN

En particular, es válido profundizar en este fenómeno de la televisión en el que se ha convertido la difusión de este tipo de formato de reality de competencia, debido a que tiene gran poder de llegada al público, y esto lo demuestra los altos números de audiencia, entonces, cabe darle lugar a analizar qué es lo que la gran mayoría de esta población está consumiendo de forma televisiva, y así mismo que grado de influencia ejerce sobre las personas que dedican a visualizarlo. (El Comercio, 2016)

Pero, más allá de eso, la relevancia recae sobre la reflexión de este gran poder que posee la televisión y por ende, el ejercicio de una influencia considerable en su público que, justamente, es en una audiencia más vulnerable e influenciable, vale decir que, son los niños y adolescentes, entes que están receptivos a captar cualquier tipo de información de diferentes formas y que podrían distorsionar conceptos sociales y morales básicos ya establecidos.

Es por ello, que consideramos que los resultados de esta investigación serán de gran utilidad para los comunicadores que se dedican a producción televisiva, a los padres de familia y docentes para llegar a comprender mejor los cambios en los patrones de conducta de los adolescentes.

1.11.2 IMPORTANCIA

La presente investigación es importante, porque sus resultados permiten analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre de 2016. Para ello, se realizará un proceso de encuestado en el que se tomarán en cuenta las opiniones y consideraciones de los estudiantes de 3°, 4° y 5° de secundaria del colegio, sobre los estereotipos que presenta el programa, diciembre 2016. Esto permitirá, a su vez, dilucidar en qué consiste este sistema educativo que evita influencias de la televisión basura, así mismo emplear este sistema en otras instituciones, lo que significa un aporte a la investigación científica.

De igual manera, analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos de belleza difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre de 2016. Para ello, se analizarán detenidamente las encuestas aplicadas, para conocer si los estereotipos de belleza generaron influencia en los estudiantes, un cambio en su vestimenta y si hubo algún cambio de apariencia.

Esto será un gran aporte a la investigación, porque se podrá conocer si los estereotipos de belleza hallados en el programa tienen un grado influencia en los estudiantes. También, ayudará

como un sistema aplicable en otras instituciones para mejorar la educación de los estudiantes tornándola más integral y orientada en valores, ocasionado que, los alumnos tengan criterio y conciencia de la denominada televisión basura.

Además, se busca describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos comunicacionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”, pues, se dice que, las formas en las que se comunican los denominados guerreros representan de manera básica, un estilo de comunicación potencialmente imitable, en vista que, ayuda a generar el uso de jergas, actitudes y estilos de interacción entre los estudiantes.

Esta investigación conllevaría a determinar que el sistema educativo impartido en el colegio San Columbano podría ser replicado o tomado como modelo para su implementación en otros centros educativos, considerando los estereotipos difundidos en dicho programa, en los estudiantes de entre 14 y 16 años del colegio San Columbano.

Finalmente, esta investigación debe tener relevancia en el sistema educativo peruano y sus autoridades, sobre todo en la evaluación de los mismos, para considerarse si deben ser cambiados o mejor implementados. Además, partiendo del sistema analizado, éste podría ser implantado en otros centros educativos para obtener los mismos resultados en los escolares.

1.11.3 LIMITACIONES

La presente investigación presentó limitaciones controladas de tipo accesitaria a las fuentes de información, pues, por ejemplo, para realizar las encuestas, se tuvo que solicitar diferentes permisos a determinadas áreas dentro de la institución educativa.

Asimismo, durante la realización de encuestas, estas tuvieron que ejecutarse a disposición de horarios, a solicitud de los docentes y coordinadores académicos.

Además, durante la realización de entrevistas, se tuvo un tiempo limitado, debido a cruces de horario y solo se grabó audio, a solicitud de los entrevistados. Luego, de igual manera, se validó de las declaraciones estructuradas de los entrevistados.

En cuanto a los aspectos crematísticos, la investigadora contó con los medios suficientes para la realización del trabajo de campo, así como para las labores logísticas.

Se accedió a diferentes fuentes virtuales y físicas de carácter bibliográfico para la estructuración del marco teórico y los antecedentes de la presente investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.1.1 TESIS

- a) **BERROSPI CASTILLO, Víctor Javier. 2014. El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012.** Tesis de maestría en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación. Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Unidad de Posgrado.

Esta tesis estudia el consumo televisivo que hacen los escolares que finalizaron el quinto año de secundaria en dos colegios emblemáticos de Huánuco del año 2012, de los programas de televisión conocidos como reality de concurso.

De esta manera, evaluando las preferencias de los alumnos por los personajes televisivos que aparecen, el trabajo investigativo plantea que dicha programación influye negativamente en las percepciones de identidad de los escolares televidentes.

Cabe resaltar que Berrospi propone dos perspectivas respecto a la variable identidad: la comunicacional, considerando los conflictos entre medios de comunicación de consumo masivo y sus mensajes; y la cultural, considerando que el público receptor forma parte una

sociedad susceptible de sufrir consecuencias ante dichos mensajes y los valores implícitos también, ante la ausencia de valores.

Una de las conclusiones a las que llegó esta tesis, fue la ausencia y distorsión de valores en los estudiantes, en cuanto a éxito y obtención de metas, alterando el desarrollo cultural de los alumnos.

El reality de concurso es un formato caracterizado por la violencia por conseguir los objetivos del juego. En Esto es Guerra se demuestra la preferencia por concursantes violentos y alienantes que a su vez son transformados en personajes de una novelilla televisiva. En el programa se recalca el esfuerzo físico, el individualismo y las actitudes no reales, ni racionales, siendo así, no contribuyen a los valores de su identidad cultural, provocando el desconocimiento de la cultura peruana.

- b) CABRERA GARCÍA-OCHOA, Yolanda. 2009. Publicidad e Industria Cultural: Las Marcas y la Representación de Género.** Tesis doctoral en Ciencias de la Comunicación. Valencia: Universidad de Valencia, Facultad de Filología, Traducción y Comunicación.

Esta investigación trata el tema de los estereotipos de género, teniendo como objeto principal de análisis, y valoración, la evolución en las últimas décadas hasta la actualidad de las propuestas publicitarias surgidas del amparo de grandes y conocidas marcas internacionales, propias de la industria cultural, relacionándolas con los cambios sociales en España en el ámbito jurídico, laboral, cultural y familiar.

Tal es así que, el trabajo de Cabrera, sirve como fundamental referente porque revela en los mensajes comunicacionales, como ocurre en Perú, la concentración de las pocas características anatómicas y rasgos físicos que la mayoría de las personas carecen de manera innata y que consiguen mediante el consumo desmedido y la manipulación corporal.

- c) **FANJUL PEYRÓ, Carlos. 2006. La apariencia y características físicas de los modelos publicitarios: códigos no verbales de la realidad en el discurso publicitario, como factor de influencia social mediática en la vigorexia masculina.** Tesis doctoral en Comunicación Audiovisual y Publicidad. Castellón: Universidad Jaume I, Departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad.

La tesis estudia el uso de la belleza, el aspecto y atractivo físico en la publicidad para configurar mensajes cargados de vanidad y búsqueda perturbadora del placer que influyen, significativamente, en las actitudes y comportamientos de los consumidores adolescentes, varones y mujeres, quienes se interesan más por las características físicas de los y las modelos que aparecen en los contenidos publicitarios, por encima del tipo de producto o la marca anunciada.

Así, se encuentra también la correlación significativa entre la valoración corporal de los adolescentes varones y la recepción de imágenes publicitarias que muestran formas estereotipadas de modelos masculinos musculosos y definidos, establecidos según cánones griegos de belleza.

De esta manera, sin ser la causa única ni suficiente, la publicidad se establece como uno de los elementos de presión socio-cultural sobre el cuerpo masculino, la cual predispone y mantiene la alterada percepción de considerar débil la propia consistencia muscular, psicopatología conocida como vigorexia.

Esta tesis es un referente para la investigación, porque denota la fuerte influencia que existe entre los estereotipos de belleza proyectados muchas veces por las publicidades promocionadas con chicos reality. Entonces se tiene que considerar que el efecto puede ser perjudicial al punto de caer en algún daño psicológico.

- d) **PINDADO PINDADO, Julián. 2003. El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga, 2003.** Tesis de doctorado en Ciencias de la Comunicación. Málaga: Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la comunicación, Unidad de Posgrado.

Esta tesis tiene el objetivo de sugerir una explicación o planteamiento sobre los efectos del medio, que tal vez sea el más influyente de todos, la televisión, y precisamente sobre los adolescentes, tenemos la interpretación que estos hacen sobre la misma, el papel que desempeñan en la vida de cada uno, qué personajes son símbolos y hasta cierto punto un modelo, asimismo como un medio ejerce mucha influencia en temas como violencia juvenil, educación y socialización en los adolescentes.

Los adolescentes son este tipo de receptores que perciben la realidad de su entorno en términos de la realidad televisiva.

El aporte teórico de esta investigación es que, servirá como una gran contribución de información para comprender los efectos ocasionados por la televisión en los adolescentes, de la misma manera explicar los motivos que ocasionan un impacto negativo, de qué forma podemos resolver y obtener un impacto positivo o sea el caso bloquear este efecto.

Finalmente, sus resultados demuestran que en definitiva estos espectadores son propensos a aceptar que la realidad social como tal, es equivalente a la mostrada por la televisión.

Esta tesis se relaciona con la investigación porque describe la influencia que existe entre la televisión y los adolescentes, así mismo muestra el grado de esta influencia e indica la relación entre los contenidos televisivos y su percepción en los adolescentes.

- e) **BALBI, BELEN. 2013. Influencia de modelos ideales de belleza y delgadez, propuestos por los medios de comunicación, en adolescentes mujeres**". El Salvador. Tesis de Licenciatura en Psicología. USAL Universidad del Salvador.

El objetivo de la tesis es vislumbrar los modelos de belleza y delgadez propuestos por los medios de comunicación. Además explorar la influencia de los modelos ideales de belleza difundidos sobre la imagen corporal. Adicionalmente tiene como objetivo específico la influencia de los medios de comunicación, en la población adolescente.

El tipo de investigación usada en esta tesis es empírica, basada en datos primarios, cualitativos y cuantitativos; recogidos especialmente para la producción de la investigación.

El aporte teórico de la tesis es la muestra de estereotipos de belleza proyectados en la televisión, así mismo evidencia la magnitud de exposición de los mismos, lo que sirve para tener en cuenta y poder modificar este imaginario social con respecto a la belleza y delgadez como sinónimo de éxito, concientizar acerca de los conflictos que puede generar la obsesión por la imagen corporal, que puede llevar a los sujetos a poner en riesgo su propia salud con el fin de alcanzar un objetivo estético, como es el caso de la realización de dietas poco saludables.

Finalmente, los resultados demuestran que adolescentes de 15 y 16 años poseen una influencia aún más directa de los estereotipos de belleza y delgadez, es decir, que existe influencia de los modelos estéticos que provienen de lo cultural, socialmente establecido, y que producen un malestar en la propia imagen, generando de esta manera la realización de conductas que puedan poner en riesgo su salud.

Esta tesis se relaciona con la investigación porque se toma en cuenta algunos estereotipos de belleza vistos también en el programa Esto es Guerra, y describe la influencia de estos arquetipos sobre las adolescentes.

- f) **LIBERIO JIMÉNEZ, María Gabriela. Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil. 2015.** Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. Guayaquil. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social.

Esta tesis trata sobre el análisis e identificación de las causas que conlleva a que los jóvenes creen y se rijan a estereotipos sociales presentados en la televisión ecuatoriana.

Así mismo, explica que la estereotipación en una sociedad genera discriminación, retrasa el proceso evolutivo de los miembros de la misma, degenera la cultura de un país, y merma la identidad que representa a un individuo, esto como resultado de la poca información y difusión de lo que representa realmente un estereotipo para las empresas de comunicación y su significado cognoscitivo para la sociedad.

Sus hipótesis pudieron corroborar que, el joven se encuentra viviendo en una era de bombardeo de información, a la cual tiene acceso mediante diferentes vías, sea televisiva, internet, sin ningún control o guía que direcciona esta información hacia sus necesidades y que censure la que no aporta a su crecimiento personal. Además, que los jóvenes son muy influenciados, cambian de criterio y no tienen una identidad e ideología formada, creen en lo que se les plantea por los medios de comunicación, y no buscan enfrentar esa información con otras posturas.

Esta tesis se relaciona con la investigación porque pretende indagar el impacto que tienen en los jóvenes estos talentos de pantalla y los estereotipos creados mediante estos y hasta qué punto existe una influencia en sus comportamientos individuales y sociales, además llevar a la reflexión para mantener una identidad propia, auténtica y con valores.

- g) DIAZ SUAREZ, Lebniz. 2015. La influencia del programa televisivo “Esto es Guerra” en la formación de la imagen personal de los adolescentes.** Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Lima. Universidad Alas Peruanas, Facultad de Ciencias Empresariales y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Esta tesis fijo como objetivo principal conocer y medir el grado de influencia actual de la recepción de mensajes comunicacionales vinculados al programa televisivo “Esto es Guerra” en la formación de la imagen personal de los adolescentes que cursan el 4° y 5° de secundaria en una institución educativa.

Así mismo trazó como objetivos específicos identificar el grado de influencia actual de la recepción de mensajes comunicacionales vinculados al programa televisivo “Esto es Guerra” en la motivación para ejercitarse físicamente y la vestimenta de los adolescentes.

Esta tesis sostiene que en la actualidad la recepción de mensajes comunicacionales vinculados al programa “Esto es Guerra” influye significativamente en la formación de la imagen personal de los adolescentes que cursan el 4° y 5° de secundaria en una institución.

La tesis presenta un tipo de investigación cuantitativa, es descriptivo y correlacional /causal, cuyo propósito es conocer y medir el actual grado de influencia del programa televisivo “Esto es Guerra”,

acompañado de los mensajes comunicacionales relacionados a este programa, en la formación de la imagen personal de los adolescentes.

Sus hipótesis se pudieron comprobar gracias a la técnica e instrumento ejecutado. Se realizó un cuestionario a los adolescentes que cursan el 4° y 5° de secundaria en una institución.

Esta tesis se relaciona con la investigación porque toca a puntos relevantes como la imagen personal de los adolescentes que miran este tipo de programas de reality, así mismo delinea la relación entre los estereotipos vinculados con la vestimenta y ejercicio físico en los adolescentes.

Entonces, esta tesis ayuda a sustentar y justificar con mayor fuerza la presente investigación porque analizarán y describirán cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016, además la técnica e instrumento realizados serán un gran aporte y guía para la investigación a realizarse.

- h) PAUTA GUEVARA, Ricardo Arturo. 2015. “Los niños, la influencia de la televisión y el rendimiento escolar” Tesis para optar el grado de Magíster en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación.** Lima. Universidad Mayor de San Marcos. Facultad de Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Unidad de Postgrado.

Esta tesis tiene como objetivo principal mostrar la influencia que ejerce la televisión en el comportamiento y rendimiento escolar de los niños de 6 a 9 años de edad, de clase media en Lima. Además afirma que los medios de comunicación son una mediación social importante para vivir en la sociedad contemporánea, pero no conducen el pensamiento, sentimiento, gusto o acciones de las personas.

El nivel de la investigación es descriptivo correlacional, dado que los estudios correlacionales asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población y se usaron dos cuestionarios: Uno para padres de familia y otro cuestionario para los alumnos, lo que permitió recolectar datos cuantitativos.

Finalmente, los resultados demuestran que la televisión sí influye en los niños como medio persuasivo y de captación. Adicionalmente, que la televisión no es una influencia negativa en el bajo rendimiento académico (escolar) del niño, como lo demuestran los resultados de las encuestas realizadas; donde más del 50% de los niños cumplen con realizar tareas académicas, respetando a su vez sus horarios destinados al estudio, tal vez uno de los factores que contribuyen a tal fin son la exigencia y la rigurosidad del colegio Claretiano, con su metodología pedagógica, que se constituye en una barrera para ver la “tele”, antes que cumplir con las obligaciones académicas.

Esta tesis se relaciona con la investigación porque descubre la vinculación que pretendemos desarrollar, entre el consumo de contenidos y referentes televisivos con el tipo de sistema de educativo peruano. Enriquece la investigación porque brinda un enfoque diferente aplicándolo en niños, lo cual permite tener una perspectiva más clara de la influencia de los estereotipos en los adolescentes.

- i) **CABREJOS CALIENES, Cynthia Ingrid. 2007. La construcción discursiva del espectador en los reality shows. El caso de gran hermano del pacífico. Lima, Perú. 210 hojas.** Tesis presentada para optar el grado académico de licenciada en publicidad. Universidad Pontificia Católica del Perú (PUCP), Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación.

El objetivo en esta tesis es analizar todos estos mecanismos discursivos que construyen a un espectador con tales competencias

caracterizando además al discurso de los reality shows definiendo sus principales argumentos además, este espectador es llamado “espectador ideal”.

Esta tesis llego a la conclusión que, los realitys han ido construyendo un espectador ideal, en el que existe una reciprocidad.

El espectador ideal entiende el discurso del reality porque comprende las reglas del concurso además se identifica con los participantes. Así mismo en el reality todo confluye para que la lectura del discurso sea obvio, así el espectador tengo un menor ejercicio de análisis.

A su vez este tipo de reality contribuye una facultad de omnipotencia porque todo lo ve, puede controlar y ver de distintos puntos, y finalmente esto genera voyerismo en la audiencia.

Los realitys tienen como base mostrar la intimidad de sus participantes, organizar espacios creíbles para la teleaudiencia, además que sus concursantes tengas fama y dinero.

Otra importante conclusión a la que llega esta tesis es que no estamos hablando de un televidente común, sino de un espectador aliado con la tecnología, colgado de celulares y/o tablet etc., lo que ocasiona que se transforme en multimediatóico.

- j) **SHARDIN FLORES, Nikita. 2001. Machismo y Reality Show: análisis de un programa de televisión peruano.** Tesis presentada para optar el grado académico de licenciada en Ciencias de la Comunicación. Lima, Perú. Universidad Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La autora realiza un análisis morfológico y de personajes de reality show, que revela que efectivamente existe una gran carga

machista en los contenidos audiovisuales, en el tratamiento de los temas y en la distorsión de la imagen de la mujer y del hombre.

Es relevante para la investigación porque presenta un enfoque especializado sobre los reality shows, que enseña un tipo de estereotipo presente en el reality de competencia.

1.1.2 LIBROS

- a) **BAUDRILLARD, Jean. 2009. La Sociedad de Consumo. Sus mitos, sus estructuras. Traducción de Alcira Bixio. Madrid, España. Siglo XXI.**

En este libro, el autor analiza el ejercicio y deseo irreprímible de consumir objetos en las sociedades occidentales y que se entiende, es provocado por las grandes corporaciones tecnocráticas, creando así nuevas jerarquías sociales donde los objetos ya no están vinculados en absoluto con una función o una necesidad, sino responden, muchas veces inconscientemente, a la lógica del deseo impuesto por esa sociedad y mantenida por los medios de comunicación masiva y, sobretodo, por la televisión.

Asimismo, se concibe de este libro que la nueva lógica social, occidentalizada, sacraliza exponencialmente el valor del cuerpo, que más que carne y fuerza de trabajo industrial, ha sido idealizada por lo que se puede ver en ella y desde esa percepción superficial retomado como objeto de culto, de táctica y elemento de rito social. De esta manera, la juventud también podría ser tratada como un atributo más en esta lógica, del cuerpo-objeto, y entonces, a varones y mujeres de todas las edades, sobre todo a los jóvenes, se les dan a consumir todo aquello que modela juventud: novedad, lozanía, dinamismo, rebeldía, libertad, narcisismo, etc. (Baudrillard, La Sociedad de Consumo, 2009)

- b) LIPOVETSKY, Gilles. 2000. La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Traducción de Joan Vinyoli y Michele Pendanx. Barcelona, España. Anagrama. 13° edición.**

Estos textos descubren la agresiva transformación de las costumbres sociales en la era del consumo masificado y la que genera la post-moderna noción de individualismo. Tal, revela imprecisiones en las creencias y los roles de lo privado; se asocia al universo de los objetos, de las imágenes, de la información y de los valores centrados en el placer; y se proliferan a través de la Mass Media, del ocio, de las actuales formas egocentristas de convivencia para establecer el consumo opulento de la propia existencia.

De este modo, en relación al interés de la presente investigación, el autor revela que los medios de comunicación estimulan la identificación con las celebridades, el rechazo a lo que no es célebre y la adaptación al culto de la juventud en todas las categorías de edades y géneros. De esta manera, la personalización en esta sociedad post-moderna impulsa una individualización caracterizada por su constante emancipación de los obstáculos, de lo complejo, de lo antiguo y pesado. (Lipovetsky, 2000)

- c) Mc LUHAN, Marshall. 1996. Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Traducción de Patrick Ducher. Barcelona, España. Paidós. 1° edición.**

El develar de los diversos medios de comunicación como extensiones de nuestros nervios y sentidos, en un proceso aún vigente- que afecta al hombre psíquica y socialmente, es de lo que trata esta obra. En ella se explica que esta edad eléctrica incorpora profundamente, en la aldea global, la simulación tecnológica a nuestra conciencia: la acción sin acción; la participación sin participación; la

personalidad sin personalidad; y demás particularidades de lo que hoy en día podemos entender como realidad virtual.

A propósito de ello; deducimos que esta virtualidad es justamente la cualidad fundamental para que el medio sea el mensaje; de este modo la elección de los bienes y la forma cómo la usamos es lo que nos define y así la consecuencia es el reinado del consumo de lo artificial. Este reino es el efecto; es donde los niños alivian su neurosis con posesiones, donde la infancia ejecuta saltos hacia la adultez, el adolescente evade su adolescencia, los adultos odian envejecer; y es donde todo aquello que nos rodea lo convertimos en prendas de vestir, que informan por nosotros. (Mc Luhan, 1996)

d) VARGAS LLOSA, Mario. 2012. La Civilización del Espectáculo. Lima, Perú. Santillana. 1° edición.

Considerando que los escritores son expertos conocedores del verbo, de la palabra misma, y que ésta es la columna vertebral de la conciencia, por tanto también de todas las artes, de los discursos, esencialmente de todos los que se exponen en las diversas tecnologías de información y/o medios de comunicación. Encontramos en este ensayo de Mario Vargas Llosa otro referente para la presente investigación.

A través de sus textos afirmamos todas las predicciones de los más prestigiosos teóricos que investigaron el campo de las comunicaciones y sus efectos: la de un mundo tan influenciado –por los medios- que en su tabla de valores prima la satisfacción de las necesidades materiales, donde yace instaurado el espíritu de lucro que banaliza gozosamente sus ideales en búsqueda de entretenimiento (y de éxito), puesto que es el requisito supremo, culturalmente divertido, que hace de la civilización un espectáculo. (Vargas Llosa, 2012)

- e) **NAVARRO CASILLAS, Ana María. 2003. “La interacción entre las familias y la televisión”. Un estudio en aguas calientes, Aguas Calientes. México. 181 pp. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUAS CALIENTES. 1° Edic.**

En este libro se intenta descifrar como es que la televisión y, principalmente, los programas de televisión han logrado situarse como el eje o motor principal que genera el desenvolviendo cotidiano de una familia.

Deja en claro, además, que este es un proceso que se desarrolla incluyendo fines de semana dejando de lado aspectos de vital importancia como el acto de interactuar con los hijos en una recreación en exteriores naturales sin implicancia de la televisión.

1.1.3 INTERNET

- a) **Influencia de los programas de concurso televisivos en la construcción de identidad cultural en jóvenes cusqueños.**

En este estudio, se analiza la influencia de los programas de concursos producidos en Lima, uno de ellos es “Esto es guerra”, en la disposición de jóvenes cusqueños, mayores de 18 años de edad y que pertenecen a una familia nativa andina, para seguir sus tradiciones y costumbres. Así, se describe que sus percepciones sobre estos programas son generalmente negativas, sobre todo para sus familiares y amigos menores, porque devalúan la amistad, la sexualidad, las relaciones amorosas, crean el deseo de vestir prendas importadas, hablar como occidental y adoptar valores y costumbres ajenas a lo tradicional andino.

Sin embargo, se encuentra que, los aspectos positivos que consideran estos jóvenes cusqueños son, que los programas concurso inspiran un espíritu competitivo, son divertidos y conceden ánimos de

alcanzar las oportunidades de triunfar como los personajes que aparecen en estos programas; cualidades que a la vez perciben amenazadas a transformarse en individualismo, desprecio por lo andino y fanatismo.

b) Adolescentes y Reality Shows. Estudio de opinión en dos instituciones educativas de Chiclayo y Lambayeque.

En la presente investigación se analiza la relación que mantienen los adolescentes que estudian en colegios de Chiclayo y Lambayeque con los reality shows peruanos; la misma que se realiza en las dimensiones: preferencias; tiempo dedicado; seguimiento e imitación y conocimiento de consecuencias.

De esta manera, sin diferencia considerable entre varones y mujeres, se revela una preferencia significativa por “Esto es Guerra”, que en su mayoría es sintonizado durante todo el tiempo de su transmisión, porque simpatizan con sus participantes, desean saber más sobre su vida e imitarlos, a pesar de que muchos de estos adolescentes tienen conocimiento de tragedias por imitar a aquellos personajes.

c) Colegio San Columbano

La Institución Educativa San Columbano es un colegio católico de Carisma Dominicano que brinda una educación de calidad basada en la formación humana, católica e investigativa, generando el desarrollo educativo con personal competente y comprometido, integrando a la familia Columbana. (San Columbano, 2016)

La institución conserva puntos importantes a desarrollar durante todo el ciclo de vida que realice como colegio, estas consideraciones son:

Misión: consolidarnos como una institución líder en la formación humana, científica y católica, reconocida como espacio promotor y generador de desarrollo a nivel nacional e internacional (San Columbano, 2016)

Visión: somos un colegio católico de carisma dominicano que brinda una educación integral de calidad para la promoción humana. (San Columbano, 2016)

1.2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

1.2.1. La adolescencia

En el estudio de Irene Silva Diverio, se describe la adolescencia como la etapa de la vida en la que se inicia un desarrollo bio – psico – social, definido así además por la OMS. (2006, pág. 11) Esta etapa inicia en la infancia a los 10 años y finaliza aproximadamente a los 20 años, aunque ciertamente el estudio determina que no necesariamente es estricto en ese rango.

Describe que el cambio biológico, es notable e importante, expresándose en el desarrollo corporal, el cambio de voz, ensanchamiento de caderas, aumento del volumen abdominal, y desarrollo de hormonas, entre otros, tanto en hombres como en mujeres.

El desarrollo biológico inicia con el crecimiento del órgano reproductivo sexual, que aumenta el deseo y activa la función reproductiva. Esto ocasiona que, se produzcan trastornos como descoordinación motriz, falta de sueño, torpeza, etc., lo que a su vez desencadena en transformaciones conductuales y emociones parciales.

El aspecto psicológico, es tal vez el más importante porque involucra puntos claves como la formación de la identidad, definición de

la personalidad, y la reafirmación de los valores aprendidos, pero en estos puntos, existe un proceso de socialización del sujeto, en el que intervienen agentes socializadores.

a) Entorno y proceso de socialización

La intervención de un entorno conformado y de gran influencia como la política, la cultura y la economía son muy importantes en el desarrollo de un adolescente, ya que, una orientación política es una forma de pensar e idiosincrasia y representan un referente, tanto así es, la cultura como identidad del lugar de origen, costumbres, tradiciones, los mismo sucede con la economía siendo un factor que define el desarrollando del adolescente, desarrollándolo en un nivel totalmente socioeconómico.

Por otro lado tenemos un grupo muy importante, debido a la influencia constante que ejerce, que son el colegio a través de sus profesores, el hogar mediante los padres, y los amigos en la comunidad.

Después de casa, el colegio es la institución más importante, donde los profesores cumplen una función primordial en la formación de los adolescentes, como modeladores de una educación integral, dotándolos de criterio y concientización sobre la realidad que los rodea.

Aquí es válido reconocer un factor determinante en la vida y desarrollo de todo adolescente como bien lo menciona (Donas Burak, 2001) *“...la construcción de la identidad se favorece cuando los esfuerzos por lograr la incorporación social van acompañados del reconocimiento positivo de la sociedad y un locus de control interno que enriquece la autonomía y fomenta las capacidades de conducción de sus acciones por los jóvenes.”* pág. 152

Esto sucede cuando la asimilación de la educación en este nivel es favorable y se torna beneficiosa, cubriendo todas esas necesidades de identidad. (Donas Burak, 2001) indica que, *“Así se ha confirmado que se fortalece la identidad con un sentimiento positivo, cuando las personas que se*

encuentran en la fase juvenil tienen la oportunidad de estar involucradas en servicios de la comunidad, pueden desarrollar sus propios puntos de vista en estos ámbitos, tienen apoyos para sus metas de parte de la familia, los maestros y los amigos, además menciona que “Si en cambio, la identidad se construye de modo confuso, incompleto, parcial, con sentimientos de desvalorización personal, la vulnerabilidad será mayor.” pág. 152

Entonces queda demostrado que, esta etapa es relevante para el futuro de un joven y adulto, es por esto que, resulta clave la agregación de la televisión como elemento en el entorno del proceso de socialización del sujeto.

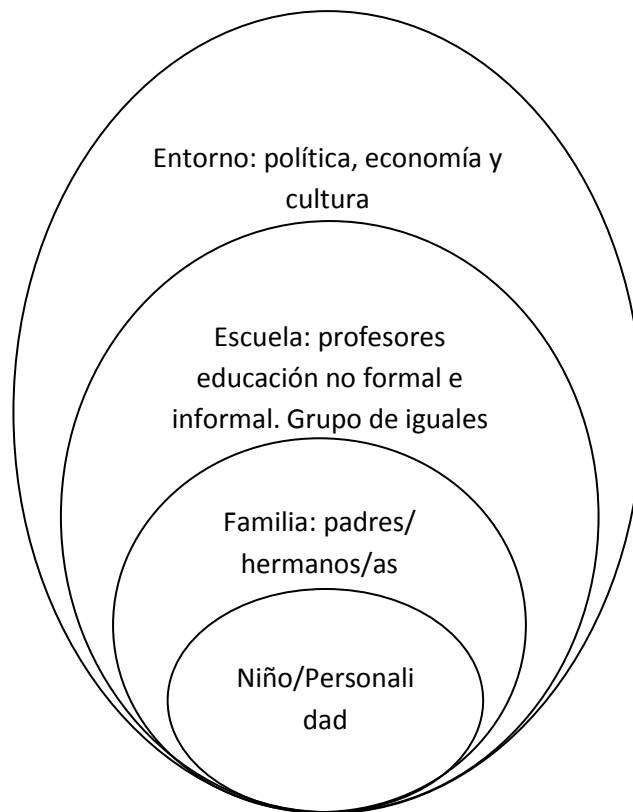
Ahora bien, se considera educación la que se obtiene de la experiencia, de la práctica, de la vida cotidiana, donde un error hace que aprenda y no lo vuelva a cometer, además se encuentra la educación fuera del ámbito escolar, que no implica la obtención de grados académicos, pero que es organizada y específica para un grupo uniforme y heterogéneo.

Por otro lado la influencia que ejercen los grupos sociales pares, son relevantes porque funcionan como modelos de conducta donde hay ciertas normas sociales que deben ser aceptadas y adoptadas para alcanzar el sentido de pertenencia ha determinado grupo.

En la familia, los padres ejercen un modelo de referencia muy fuerte de conductas, de estereotipos, de actitudes, de religión y de costumbres. La familia es un pilar muy importante y representativo, sirve de guía para imitar y puede tomarse como positivo o negativo.

En casa los hermanos también son un ejemplo; el hermano mayor por serlo, ya es un arquetipo a seguir y cumple esa función en relación a sus menores, quienes toman esta información asimilándola de distintas maneras.

Proceso de socialización del sujeto



Fuente: (Silva Diverio, Los Adolescentes y su entorno, 2007)

1.2.2. La Televisión

La televisión según Amador Navarrete Canales (2007, págs. 401 - 404) es situada dentro de los MCS (Medios de comunicación sociales), donde hallamos la radio, prensa escrita, cine y actualmente con mayor fuerza, internet, pero vamos a visualizar con más detenimiento la televisión, calificándola como una integrante relativamente nueva y empoderada dentro del proceso de socialización, tal es así, que la televisión ha desplazado esta serie de instituciones relevantes del entorno de una sociedad conformada por familia y escuela.

Respecto a la televisión, el autor, (Iglesias, 1990) percibe la televisión como la emisión de hechos y acontecimiento “reales” que son concebidos en el imaginario del público receptor como realidad,

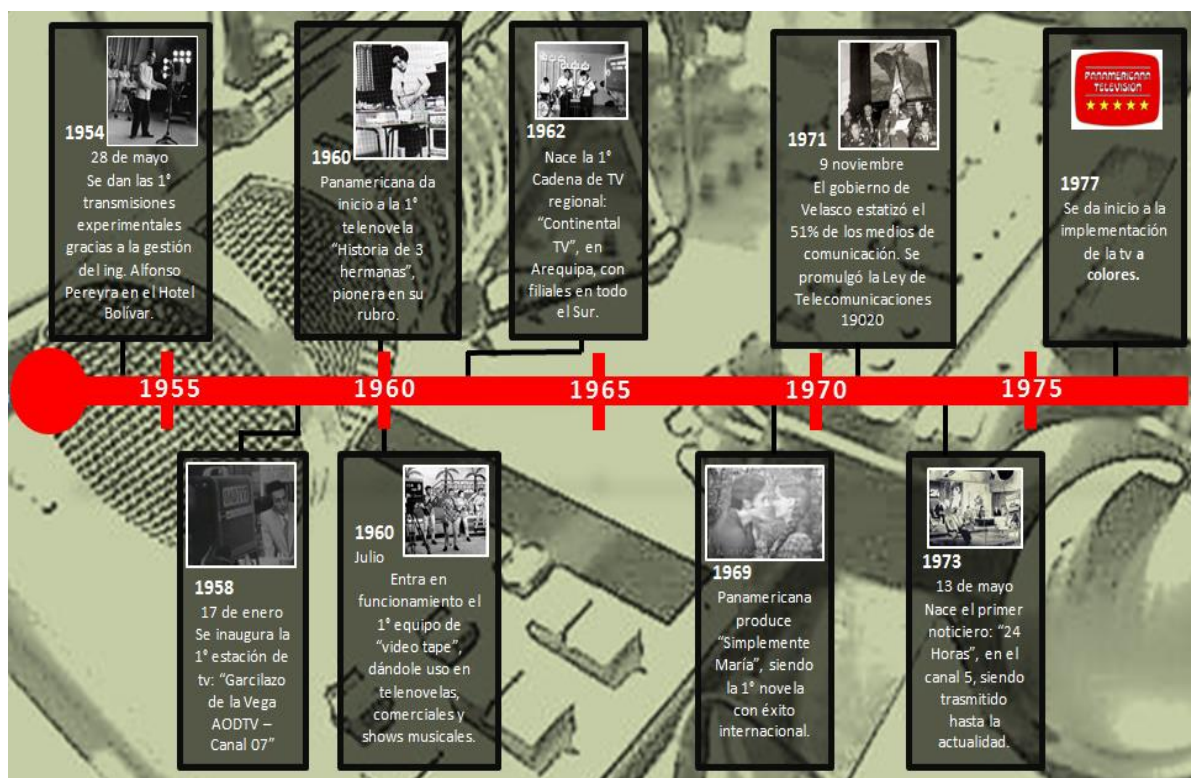
sin tener discernimiento que es ficción y que es real. Hay que tener cuenta que en la televisión existe una premeditación en la elaboración del contenido visual, esto se aprecia en la producción y presentación de un programa, en la edición y enfoque de un reportaje o informe, todo parece estar fríamente calculado para proyectar algo novedoso, entretenido y que haga sentir al televidente que está informado.

a) La Televisión en el Perú

La televisión peruana atravesado por diferente fases y transiciones que han llevado precisamente a el tipo de televisión que actual se evidencia en la programación local (Universidad de Lima, 2008).

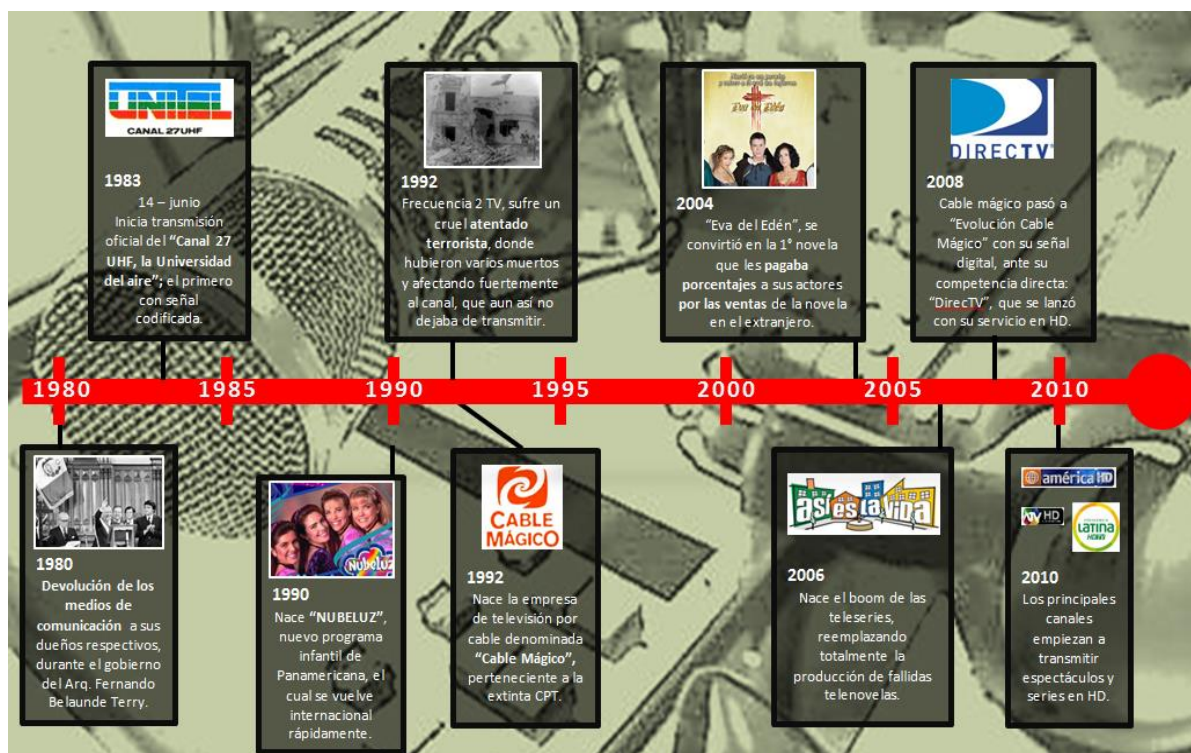
Desde noticieros matutinos, diurnos y nocturnos, como formatos informativos, pasando pintorescas novelas y series, como formatos de ficción y llegando al tipo de programa de comicidad, de reality, reality show y reality de concurso.

Línea de tiempo de evolución de la televisión peruana 1



Fuente: (Alvarado , 2012)

Línea de tiempo de evolución de la televisión peruana 2



Fuente: (Alvarado , 2012)

a) Estereotipos de la televisión peruana

Retomando la idea del autor Amador Navarrete (2007, págs. 401 - 402) que la televisión es un agente importante en la sociedad, éste también menciona que la televisión se ha involucrado en la mente, conductas y comportamientos que llegan al punto de la distorsión de la percepción de las personas y en particular de los adolescentes, en otras palabras se presentan diversos estereotipos que sirven de imitación para los jóvenes que desfiguran sus conceptos y desvían su comportamiento.

Pues bien el Dr. (Ardito Vega, 2014), propone una serie de estereotipos que se hallan en la televisión abierta y además en un horario familiar.

Ahora bien, lo que se discierne es que, los estereotipos están muy arraigados y casi toda la programación nacional contiene estos modelos de conductas. Los denominados personajes blancos son sinónimo de inteligencia y veracidad en los noticieros, en series son puestos como presumidos, pero guapos, egoístas y con clase.

En cambio la mujer andina es satirizada y vista como desaseada, ordinaria e iletrada, despreciando su ascendencia y ofreciendo una imagen errada tanto de la cultura andina como de sus mujeres. Parecido sucede con personajes andinos presentados como corrientes, martirizados y bandidos, no muy lejano esta la presencia del amazónico expuesto en reportajes como atractivo turístico con sus bailes y trajes típicos, ignorando todo el trasfondo de la cultura del amazonas.

b) Estereotipos de reality juveniles

Al revisar la información publicada en el 2014, cabe mencionar que la presencia afroamericana en la televisión era casi nula salvo una persona de reality juvenil catalogada como “Negrita”, sin embargo siguiendo la investigación, en la actualidad existe un personaje de este

origen quien es conductor del programa Estas en Todas, Jaime Mandros conocido como “Choca”. Vale rescatar que, en ambos casos existe un sobre nombre en alusión al color de su piel.

En nuestro análisis podemos ver que en la actualidad existe mayor presencia de personajes estereotipados como el de la mujer bella, delgada, y de vestimenta con escote en programas de farándula o chismes, como es el caso de Jazmín Pinedo conductora de Espectáculos en Latina.

Por otro lado, en realities de concurso o juveniles se halla a la mujer como voluptuosa, sobre maquillada y en atuendos de moda, una fémina atrevida y coqueta, donde en reiteradas ocasiones se la toma como tonta, pero que aun así proyectan una imagen de popularidad, éxito, y de tener remuneraciones altas lo que ocurre exactamente igual en los varones.

Cuadro Resumen

Categoría	Ubicación televisiva	Estereotipos y asociaciones
Personajes blancos	Conductores de televisión. Informativos	Objetividad, conocimiento, situaciones de éxitos
	Participantes de realitys juveniles	Modelo de belleza
	Personajes en series de ficción	De personaje blanco, egoísta y clasista
Personajes andino y amazónicos	No hay conductores ni animadores. Arecen en noticieros	Marginales, pobres, victimas y delincuentes
	Apariciones en reportajes carnavales o festividades	Atractivo turístico por su vestimenta y bailes.
Mujer andina	Personaje representado por humorista	Estereotipo de sucia, ignorante, vulgar, violenta, racista.

		Fomenta el doble sentido.
Afroperuanos	No hay visibilidad televisiva, salvo en realitys juveniles	Cánones de belleza
		Uso de la denominación “negrita”
Personajes orientales	Presentados como extranjeros	No hablan bien el castellano
Mujer madre	Inexistente	-
Mujer sensual	Personaje central de programas de espectáculo, realitys de competencia	Vestimenta con escote, atractivo físico, y estilos de belleza

Fuente:(Ardito Vega, Discriminación y Programas de televisión, 2014)

1.2.3. Esto Es Guerra

Para continuar con el análisis, cabe mencionar que Esto es Guerra es un reality show peruano, que inicia tomando muchos elementos como juegos y secciones del programa Combate, sin olvidar que, éste fue traído por ATV a través de la compra a la cadena ecuatoriana RTS del formato llamado Combate Ecuador.

Ahora bien, el autor (Diaz, 2015) realiza una descripción de estructura narrativa del reality que sirven básicamente como receta en estas 11 temporadas.

Estructura narrativa básica de “Esto es Guerra”		
<i>ANTES DE LA COMPETICIÓN</i>	<i>PROCESO DE LA COMPETICIÓN</i>	<i>DESPUÉS DE LA COMPETICIÓN</i>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación de los competidores ○ Determinación de equipo para cada competidor 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Acumulación de puntos por equipo ○ Acumulación de puntos individuales ○ Eliminación de 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Premio al mejor equipo ○ Premio al mejor competidor

○ Elección del capitán de cada equipo	competidor por puntos acumulados ○ Eliminación de competidor por votación	
---------------------------------------	--	--

Fuente: (Díaz Suárez, 2015, pág. 47)

Esta estructura es repetitiva y lineal pero se complementa con un juego de roles dividido según Díaz Suarez en conductores, participantes, equipos, jueza, narrador, público e invitados especiales. Siguiendo con la investigación se combinan estos elementos como una forma y estilo principales del programa transformándolo en un *reality show* juvenil de competencia con contenido altamente sensacionalista.

Configuración de roles en “Esto es Guerra”	
<i>ROL</i>	<i>NÚMERO</i>
Conductores	2
Competidores	22
Equipos	2
Jueza (<i>Voz en off</i>)	1
Narrador (<i>Voz en off</i>)	1
Público presente (<i>Adolescentes</i>)	No determinado
Invitados especiales	Varía

Fuente: (Díaz Suárez, 2015, pág. 47)

De esta manera, queda armada toda la narrativa visual; sin embargo, el rol de participantes, no sería nada sin la personalidad y actitud que expresan los guerreros. Partiendo de esta premisa y en el afán de la investigación, se elabora el siguiente cuadro de integrantes de Esto es Guerra, La Revancha, 2016 undécima temporada, conformada por ex integrantes de Combate y participantes de Esto es Guerra.

Esto Es Guerra, La Revancha

Equipo <i>Esto es Guerra</i>	<i>Equipo Combate</i>
Nicola Porcella	Mario Hart
Patricio Parodi	Mario Iribarren
Gino Pezzeresi	Facundo Gonzales
Ignacio Baladán	Hugo García
Melissa Loza	Paloma Fiuza
KIna Malpartida	Korina Rivadeneira
Sheila Rojas	Diana Sánchez
Angie Arizaga	Michelle Soifer

Fuente: Elaboración propia

a) Estereotipos en Estos es Guerra, La Revancha.

Continuando con la investigación los guerreros o competidores del reality proyectan una serie de estereotipos que se han convertido en características y fundamentales del reality juvenil de concurso, porque contiene ingredientes como mujeres altas o bajas, hermosas y maquilladas, voluptuosas con arreglos estéticos, ropa y accesorios caros y a la moda.

Ahora bien existe un estereotipo básico en la forma en que se comunican, por ejemplo apodos como pato, negrita, huacho, chato, diosa, entre otros, generan una comunicación distinta entre ellos que constituye un modo para los que los ven, debido a sus diferentes caracteres adoptan actitudes y comportamientos variados pasando por emociones de algarabía, entusiasmo y romance hasta el arrebató, ofensas y golpes.

Así mismo está el estereotipo de éxito y aspiración, donde se observa a los competidores como empresarios, dueños de marcas de ropa, gorras y restaurantes, con autos elegantes y viajes costosos y en algunos casos como cantantes de música urbana, que tienen un

ingreso elevado como participantes del reality o comúnmente llamados guerreros.

Entonces en la investigación se distingue y se observa según (Fernando Vivas, 2015) algunos rasgos recurrentes alrededor de todos estos estereotipos y en cada uno de los personajes, son la fama y popularidad adquiridas por involucrarse en escándalos de la farándula local, lo que los convierte en potenciales y futuros guerreros o comúnmente llamados por el autor (Lovón Cueva, 2016) “chicos reality”.

1.2.4. Sistema Educativo Peruano

El sistema educativo es una configuración de múltiples componentes que posibilitan la instrucción de la población. Según MINEDU (2010, págs. 6 - 9) el sistema educativo local está en la obligación de garantizar que los términos y condiciones en las que se desarrolla la educación sean óptimas y acorde a la demanda del país.

El sistema educativo se tiene una estructura que se aprecia en el cuadro 1 de la Estructura del Sistema Educativo Peruano. Donde se desprenden 2 grandes ramas: la educación básica y la educación superior. En la primera se concluye que se centra en el desarrollo integral, inclusivo y obligatorio del estudiante, y cuando lo imparte el estado, es gratuito.

Del mismo modo, la educación superior, se enfoca en el crecimiento académico del alumno post-secundaria, que se caracteriza principalmente por realizar investigación, crear e impartir conocimientos, también obtener grados y capacidades a todo nivel profesional.

Luego, podemos examinar que, de estas dos grandes fases se desglosan de la primera: la educación básica regular, la educación

básica alternativa y la educación básica especial, donde en la primera se desarrolla la educación inicial que comprende 2 ciclos de 0 a 5 años, primaria de 3 ciclos, 1ero hasta 6to grado y secundaria que comprende 2 ciclos de 1ero a 5to grado.

Ahora bien, en esta última fase, la educación básica regular, es totalmente esencial porque se le inculca al alumno una instrucción, no solo académica, sino para el resto de su vida, que marca y forma su futuro, afianzando su identidad cultural y social, explicando así la magnitud que tiene esta fase también en aspectos de su desarrollo académico, científico y técnico.

Cuadro 1 Estructura del Sistema Educativo Peruano Ley N° 28044

ETAPAS	MODALIDADES	NIVELES/PROGRAMAS	CICLOS	GRADOS		
		EDUCACIÓN INICIAL	I	0 - 2 Años		
			II	3 - 5 Años		
	EDUCACIÓN	EDUCACIÓN PRIMARIA	III	1ro Y 2do		
	BÁSICA REGULAR		IV	3ro Y 4to		
			V	5to Y 6to		
			VI	VI		1ro Y 2do
				VI		3ro, 4to y 5to
EDUCACIÓN			INICIAL	Dos Grados		
BÁSICA		PROGRAMAS DE EDUCACIÓN		Alfabetización	EDUCACIÓN	
	EDUCACIÓN	BÁSICA ALTERNATIVA DE	INTERMEDIO	Tres Grados	COMUNITARIA	
	BÁSICA ALTERNATIVA	NIÑOS Y JÓVENES ADULTOS		Post Alfabetización		
		PEBANA / PEBAJA	AVANZADO	Cuatro Grados		
		INICIAL	I	0 - 2 Años		
	EDUCACIÓN		II	3 - 5 Años		
	BÁSICA ESPECIAL		III	1ro y 2do		
		PRIMARIA	IV	3ro y 4to		
			V	5to		
EDUCACIÓN	Universitaria	Universitaria	Se rige por Ley, Específica			
SUPERIOR	No Universitaria	No Universitaria	Pedagógica Tecnológica y Artística			
		FORMA				
EDUCACIÓN TÉCNICO PRODUCTIVA			Ciclo Básico / Ciclo Medio			

Fuente: (MINEDU; Consejo Nacional de Educación, 2010)

a) Sistema educativo católico: La Congregación de Dominicas de Santa Rosa de Lima

Se dice que la escuela católica es una institución educativa que la iglesia coloca al servicio de la comunidad y en respuesta al derecho de los padres a que sus hijos reciban la formación religiosa y moral conforme a sus convicciones. (Plenaria, 2007)

En el Perú, la Congregación Dominicas de Santa Rosa de Lima tiene una ascendencia histórica en Europa específicamente en España a través de los Dominicos, las hermanas Domínicas simbolizan educación, valores, oración y servicio a Dios.

La Congregación de Dominicas Santa Rosa de Lima es un instituto religioso de derecho diocesano, que pertenece a la Arquidiócesis de Cusco; y tenemos como regla suprema de vida el seguimiento de Cristo, mediante la profesión de los Consejos Evangélicos de pobreza, obediencia y castidad. (Dominicas, 2016)

En su cometido la congregación (Dominicas, 2016) de Santa Rosa de Lima tiene como prioridad servir a Dios ayudando a la familia y a la sociedad, teniendo especial atención a los pobres. Están enfocadas que en cualquier espacio o circunstancia donde sus comunidades se encuentren brinden su carisma, trabajo y compañía que son justo los valores primarios en su labor.

Muestra la siguiente finalidad y cito textualmente (Dominicas, 2016)

Nuestra finalidad es el anuncio misionero del Evangelio, como testigos del Dios Compasivo y Misericordioso, en medio de los pobres, mediante el apostolado de la catequesis popular, la promoción integral de la juventud femenina, la educación humana y cristiana de la niñez y la atención de orfanatos.

b) Colegio San Columbano

La Institución Educativa San Columbano fue creada el 13 de marzo de 1964 en la Urb. Condevilla Señor del Distrito de San Martín de Porres. (San Columbano, 2016)

“La administración de la institución fue asumida el año de 1964 por los Hermanos de la Congregación de San Columbano, como así lo señala la Resolución N°2938, teniendo como primer nombre el de Escuela Parroquial Particular N°3704 de Educación Primaria Completa”. (San Columbano, 2016)

Luego, la congregación en 1987, asigna a la Rvda. Madre Juana Paula Sarmiento Chura como su representante en la Dirección del plantel. Esto debido a su perfil de iniciativa e identificación con la comunidad, que hace posible la ampliación del servicio educativo a Nivel Secundaria, modalidad de menores con la R.D.N° 0153 del 11 de marzo de 1988 y con la R.D.N° 666 del 16 de mayo de 1997, se aprueba la ampliación del Nivel Inicial por parte de la Unidad de Servicios Educativos 06 S.M.P. (San Columbano, 2016)

La dirección de la institución estuvo a cargo de la Rvda. hasta el año 2014, año en que pasa a manos de la Hna. Elvira Cisneros de la Torre, quien lleva las riendas hasta el presente 2017. Actualmente la directora de la institución lleva acabo una educación integral y formación católica con igualdad y democracia, y menciona que:

“El Centro Educativo Parroquial San Columbano, es una institución educativa católica, que tiene por finalidad la formación integral de niños y jóvenes de ambos sexos, educándoles en un ambiente de democracia y convivencia fraterna a la luz de los valores evangélicos y preparándolos para afrontar los retos que demandan la sociedad y la iglesia. Con el carisma de Santo Domingo de Guzmán armonizamos fe, cultura y vida poniendo en práctica una metodología innovadora y activa, aplicando la pedagogía de la presencia y amor a Dios, asumimos que "La Evangelización promueve el

desarrollo integral y la plena observancia de sus deberes, a fin de crear una sociedad justa y solidaria, en camino a su plenitud en el reino definitivo".
(San Columbano, 2016)

En la institución se presentan las actividades como:

- Nueva acrópolis concurso de música
- Santa Rosa de Lima patrona de América y Filipinas
- Peruanísimo 2016: Gran Corso del Arte y la Cultura Peruana
- Día del logro San Columbano
- I Concurso de debates
- Día del agua
- Lectura en mi barrio: día del libro y presentación de libros
- Debate escolar
- Día de la madre
- Día del padre
- Día del trabajo
- La hora del planeta
- Semana Santa
- Orden de los predicadores (San Columbano, 2016)

En la institución se presentan los Valores institucionales como:

- Amor: Santa Rosa de Lima amó tanto a sus hermanos que cuidó a los pobres y enfermos.
 - Verdad: Domingo de Guzmán amó la verdad y busco la verdad.
 - Respeto: San Columbano, hombre misionero que dejó su tierra natal para anunciar el evangelio.
 - Oración: Santo Domingo, hombre de oración.
- (San Columbano, 2016)

c) Proyecto educativo pastoral

Acompañar el crecimiento progresivo de la fe a la luz del Evangelio, celebrando la vida nueva en comunión con Cristo y sus hermanos, para ser testigos de Dios compasivo y misericordioso. En esta labor se realizan actividades como: Infancia misionera, Perseverancia, Primera comunión, Confirmación, Eucaristía, Oración, Espiritualidad. (San Columbano, 2016)

La institución posee una acreditación internacional por su calidad educativa enfocada en una formación integral de sus estudiantes y forjada básicamente en valores. Tal es así que, el día viernes 14 de diciembre de 2012, el Colegio Parroquial San Columbano, recibió las placas de acreditación internacional de calidad educativa en sus 3 niveles Inicial, Primaria y Secundaria siendo la Directora la Hna. Juana Sarmiento Chura. (San Columbano, 2013)

Este proceso se inició en el año 2010 con la sensibilización, capacitación y autoevaluación, terminando en el 2012 con la visita de verificación externa (auditoría externa), señalando que el colegio brinda un servicio educativo integral, sobre todo un servicio educativo de calidad de acuerdo a los requerimientos o exigencias de los 96 estándares que contiene el modelo SAICE-CNEP-CCECP. Perú - México.

Este modelo de acreditación estuvo dividido en 9 áreas llamados núcleos a cargo de:

Núcleo 01: Marco Teórico y Situacional - Patricia Villar

Núcleo IA-1: Formación Humano Cristiana - Hna. Elvira Cisneros

Núcleo 02: Estudiantes. - Vladimir Carrión

Núcleo 03: Docentes - Gloria Díaz

Núcleo04: Currículum, Programas Académicos e Institucionales - Manuel Gutiérrez

Núcleo 05: Procesos de Aprendizaje - Marita Batra

Núcleo 06: Recursos Materiales - Raúl Salas

Núcleo 07: Planeación Institucional Administrativa - Miriam Gamboa

Núcleo 08: Vinculación y Proyección Social - Francisco Caro.

Este trabajo conjunto se realizó con todo el personal de la institución, padres de familia, estudiantes y egresados. (Columbano, 2013)

1.2.5. Teorías

1.2.5.1. Teoría del Hombre Unidimensional

La teoría unidimensional fue formulada por Marcuse en su libro *El hombre unidimensional*, publicado en el año de 1964. Marcuse se basa en la Teoría Crítica describiéndola como una corriente vinculada con el compromiso social y emancipación de las estructuras establecidas en la sociedad moderna, además critica la guerra fría y el capitalismo. (Marcuse, 1987)

Esta teoría sostiene que la sociedad industrial avanzada crea falsas necesidades, las cuales integran al individuo o sujeto en el sistema de producción y consumo focalizado a través de los medios de comunicación y publicidad.

La mencionada teoría, traducida y aplicada a la realidad podría hacer que la producción y distribución de masas involucren al individuo en su totalidad y a su propia individualidad, como el hombre que se denota consumado por el sistema. Un ejemplo práctico es la compra de un celular carísimo, y que probablemente dentro de un tiempo corto volverá a cambiar por otro más moderno sujeto al cambio constante y siendo presa del sistema (Marcuse, 1987)

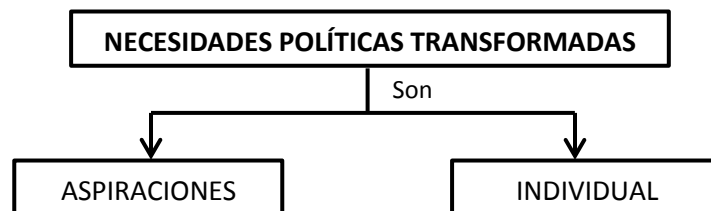
Además sustenta que la privacidad ha sido invadida por la realidad tecnológica, misma que va más allá de la necesidad, y que actualmente es visualizada en personas comunes, encimadas en el uso de celulares, redes sociales y aplicaciones. (Méndez Rubio, 2004)

Por otro lado, es una teoría que ha sido varias veces estudiada, debido a que involucra un sistema enorme en el mundo y porque cada día la sociedad actual satisface las necesidades de los individuos por la forma en la que está organizada, además que, omite la independencia de pensamiento, autonomía y derecho a la oposición. (Puigjaner, 1995)

Esta teoría se relaciona con la investigación porque permite tener una visión mucho más cercana al papel que desarrollan los medios de comunicación, y en particular de la televisión siendo esta una perspectiva importante para tener en cuenta en la investigación.

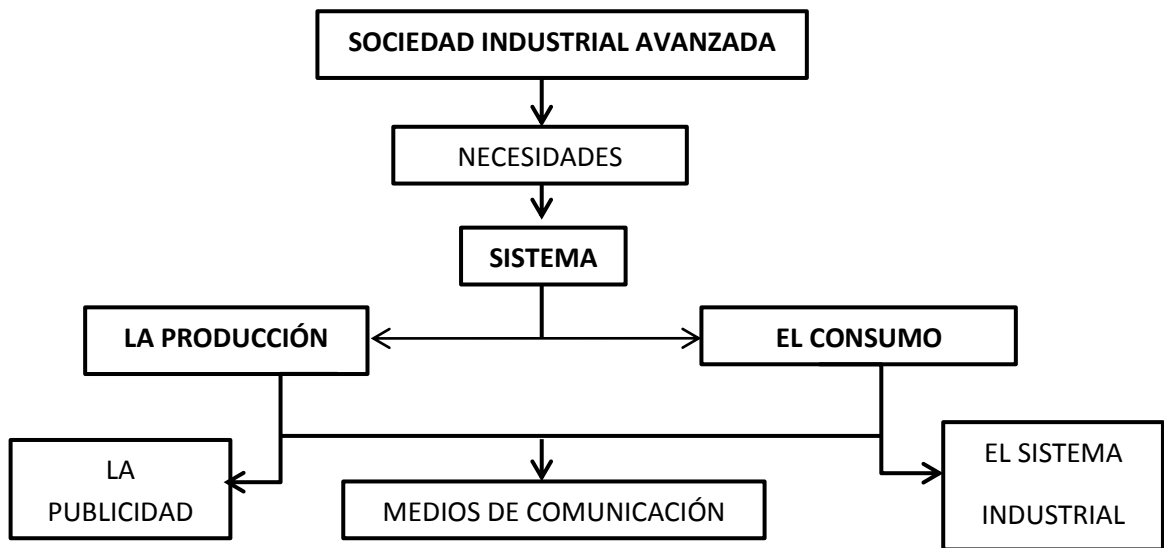
Asimismo, como es de conocimiento, el gran poder que tiene la televisión sobre los televidentes, la teoría aporta hace una observación clave, puesto que, básicamente los sujetos se encuentran adormilados por todo este contenido televisivo que abrevia el simple acto de pensar, refutar o criticar del sujeto, lo que desencadena en sumisión ante los grandes poderes del sistema.

Esquema del Hombre Unidimensional



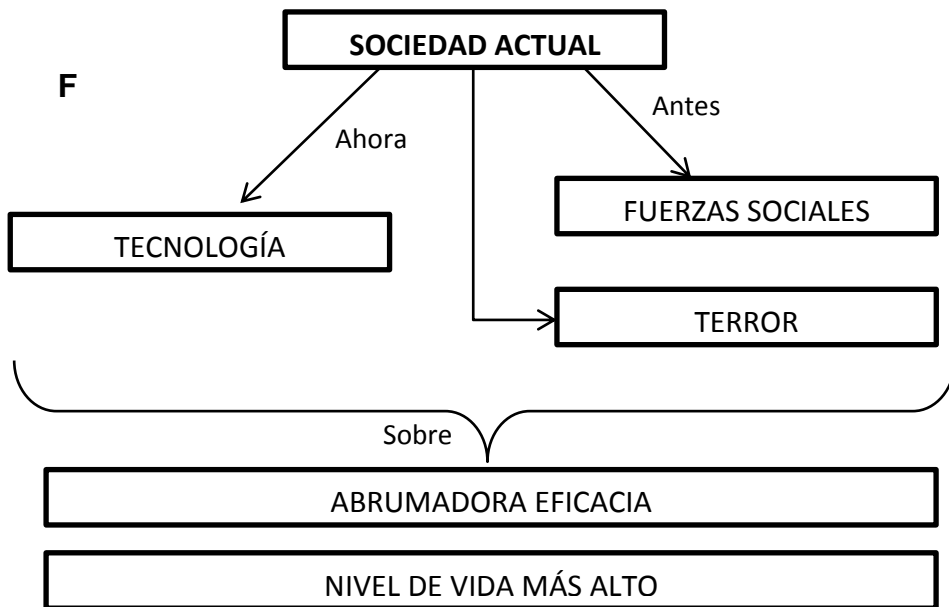
Fuente: Elaboración propia.

Esquema del Hombre Unidimensional

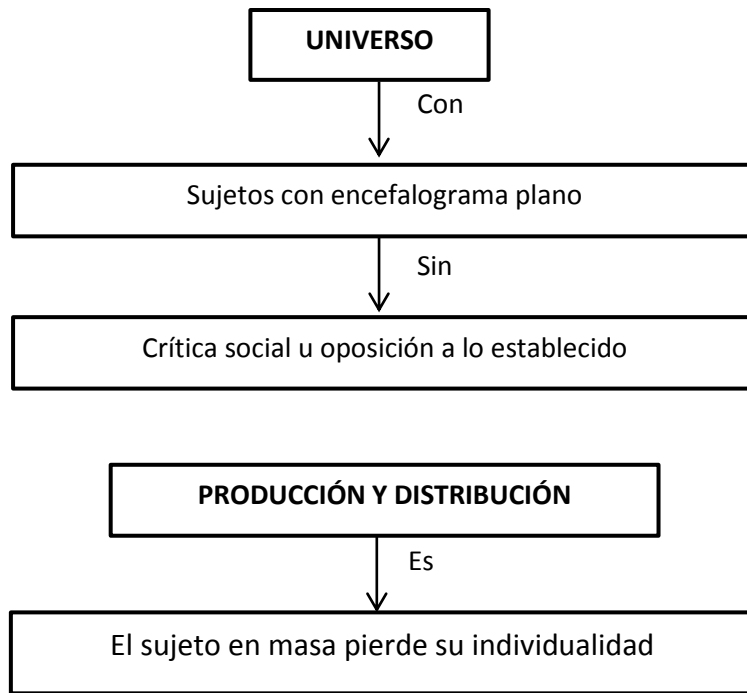


Fuente: Elaboración propia.

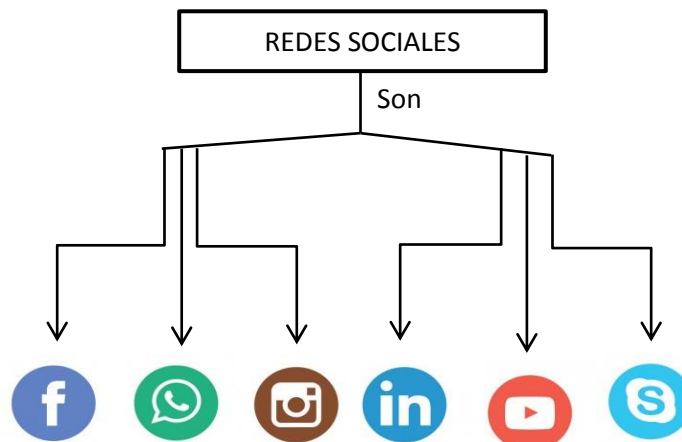
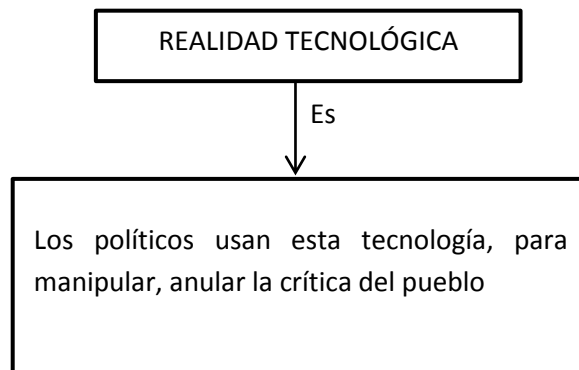
Las capacidades intelectuales e inmateriales de la sociedad contemporánea, son inmensamente mayores que nunca, lo que significa que la amplitud de la nominación de la sociedad sobre el individuo es inmensamente mayor que nunca.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

1.2.5.2. Teoría de la Acción Comunicativa

La escuela de Frankfurt es dirigida partir de 1931 por Max Horkheimer, quien toma la batuta, tras el proceso de conflictos durante los años 30' y 40' debido el crecimiento del Nazismo.

En 1950 la escuela regresa a la ciudad de Frankfurt dejando este periodo último a Neuman, Lowenthal, Kirchheiner en EEUU, donde tuvo lugar la realización de la teoría crítica respecto a los pilares de la modernidad, conservando una fuerte influencia del marxismo, esto es sustentado por Jürgen Habermas. (Habermas, 1999)

La teoría sostiene que la acción comunicativa se encuentra en los procesos argumentativos, por ejemplo lo que sucede en una comunidad deliberando sobre todas sus ideas y pueden llegar a un consenso solo si sus interlocutores se encuentran en contextos culturales similares.

Así mismo, la teoría se encarga del mundo de la vida, lo que se llamaría la realidad en la que vivimos cotidianamente, todo lo que es percibido y experimentado por los seres humanos, expresado en 3 áreas: la naturaleza, la sociedad y la personalidad y divididos a su vez en 3 regiones respectivamente Objetivo, intersubjetivo y subjetivo.

La teoría de la acción comunicativa se ocupa de la práctica de los contextos o regiones del mundo de la vida, es decir la teoría de la acción comunicativa es una explicación del mismo mundo de la vida.

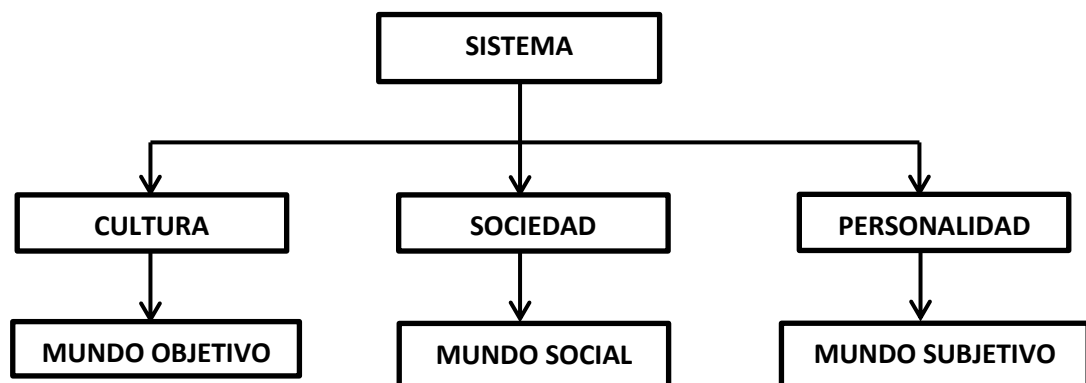
Así es como la teoría comunicativa trataría de dar razón sobre los fenómenos sociales, en el caso del medio televisivo, brindaría una respuesta a la vinculación de la sociedad de consumo demandante de la televisión basura.

La teoría de la acción comunicativa se relaciona con la presente investigación de tal manera que, se establecen una analogía entre el

contexto en que se desarrolla la influencia en los estudiantes de la institución educativa San Columbano por parte de los estereotipos de Esto es Guerra con el tipo de contexto en que se desarrolla influencia de estos esteritos en otro tipos de instituciones de otro nivel social.

Vale mencionar que según esta teoría si el adolescente (sujeto) tiene una formación en valores y educación, además de una adecuada guía en casa a través de los padres, así mismo un entorno socioeconómico y cultural es elevado y enfocado de manera positiva, este sujeto crecerá con el discernimiento o la capacidad de aplicar su sentido crítico, frente a determinadas situaciones y los contenidos que brinda la televisión, específicamente los estereotipos del Esto es Guerra.

Estructura del mundo de la vida



Fuente: Elaboración propia.

1.2.5.3. Teoría de Lois Althusser

Louis Althusser, fue uno de las personajes más importantes del siglo XX nace de Argelia en el año 1918 y muere en París en 1990, filósofo francés y marxista, quien usa como método el análisis del estructuralismo. (Fronterad Revista Diigital, 2011)

Según Althusser, en su obra, Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado, uno de los elementos represivos era el ideológico, del cual se

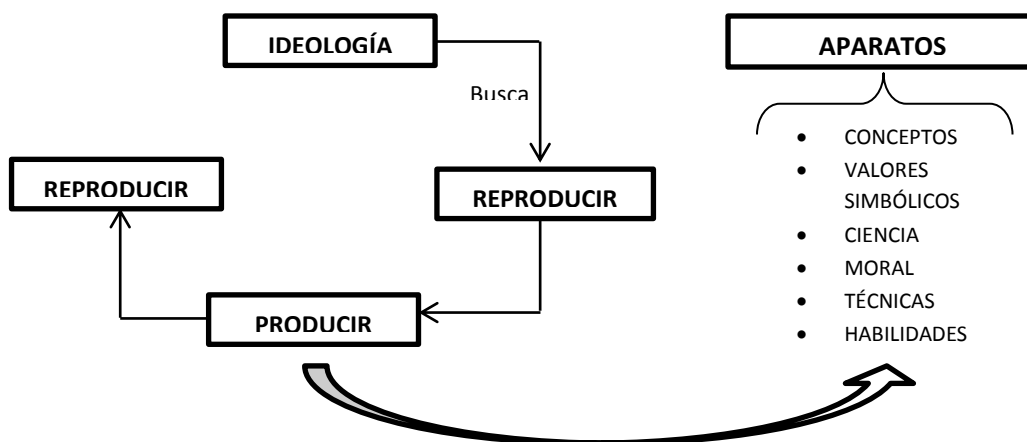
desprenden la escuela, la sociedad y la religión, a través de los cuales se mantiene controlada a la población

Estas variables sociales son definidas de la siguiente manera: la escuela como un ámbito en donde el individuo aprende habilidades intelectuales, para luego adquirir empleos, y un salario por consiguiente colaborar con el consumismo. La iglesia, que enseña a ser obediente y a seguir estatutos.

El autor enfoca su visión que a través del sistema educativo, donde se produce una ideología, esta va amoldando y acondicionando en el pensamiento del sujeto hacia la reproducción del sistema mercantil. (Althusser, 1988)

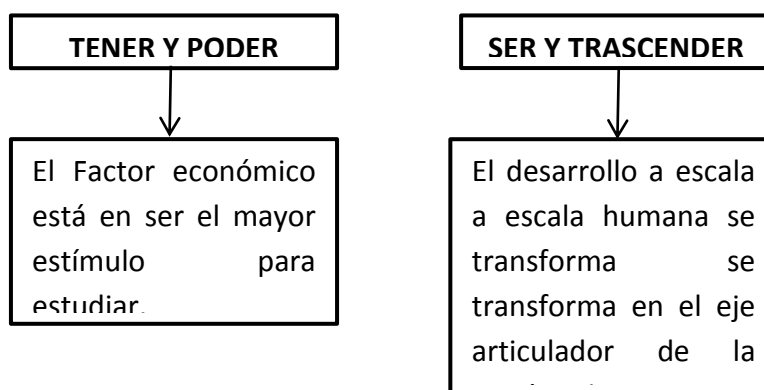
Esta teoría se relaciona con la investigación porque plantea que la que la educación y la religión son agentes negativos que contribuyen al sistema mundial, y por el contrario, la presente investigación demostraría que la institución educativa en cuestión busca constantemente la identidad propia, la libertad de opinión y crítica fundamentada en los adolescentes, dotándolos de discernimiento frente a los estereotipos que atentarían contra su libre desenvolviendo.

Teoría sobre los aparatos ideológicos del Estado



Fuente: Elaboración propia

La concepción de educación y currículo pueden orientarse de 2 perspectivas.



Fuente: Elaboración propia

1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- a) **TELEVISIÓN NACIONAL.** Se refiere a los programas emitidos por señal abierta, los cuales son vistos por gente de todo un país.
- b) **PROGRAMAS DE CONCURSO.** Son programas de “realidad,” en que personajes actuales y populares participan para ganar un premio final.
- c) **COMUNICACIÓN.** Se refiere a las maneras en que personas o grupos de personas intercambian información, ideas, costumbres y tradiciones.
- d) **ESTEREOTIPO.** Consiste en una imagen bien armada y aceptada como tal por las personas de manera representativa de un determinado colectivo.
- e) **IMITACIÓN.** Se dice de la acción que se realiza de la misma manera que lo hace otra persona o tomándola como ejemplo.
- f) **REALITY SHOW.** Es un género televisivo que registra en imágenes situaciones y momentos de la vida que atraviesan las personas, convirtiéndolas en entretenimiento.

- g) REALITY DE COMPETENCIA.** Género televisivo híbrido. en el que se visualizan a equipos integrados por hombres y mujeres, quienes vestidos en prendas diminutas atraviesan una serie de desafíos físicos y cognitivos, combinado con situaciones de enamoramiento, peleas y discusiones etc.
- h) TELEVISIÓN BASURA.** Es el término que se usa para darle sentido a la manera de concebir la televisión, que distorsiona la realidad de los televidentes y los protagonistas usando situaciones y acontecimientos impactantes, tales como conflictos, peleas, líos amorosos, etc., colocándolos como el principal foco de atención del programa.
- i) SISTEMA EDUCATIVO.** Es una colección de instituciones diferenciadas, de amplitud nacional, cuyo control e inspección general es, al menos en parte de la incumbencia del estado y cuyos procesos y partes integrantes están relacionados entre sí. (Brigido, 2006)

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos.

En la presente investigación se han utilizado:

Técnicas

- Encuesta
- Entrevista

Instrumentos

- Formulario de cuestionario
- Guía de entrevista

1.2 Análisis de tablas, gráficos y sus interpretaciones.

A continuación los resultados obtenidos en las encuestas, se describen en las siguientes páginas.

ENCUESTA

El instrumento con 23 preguntas se aplicó a una muestra de 178 estudiantes con un rango de edad de 14 a 16 años de edad. El procesamiento de los datos se realizó en el paquete estadístico SPSS V.22 mediante un análisis exploratorio. Se estudian posibles relaciones entre variables cualitativas mediante tablas de contingencia (tablas cruzadas).

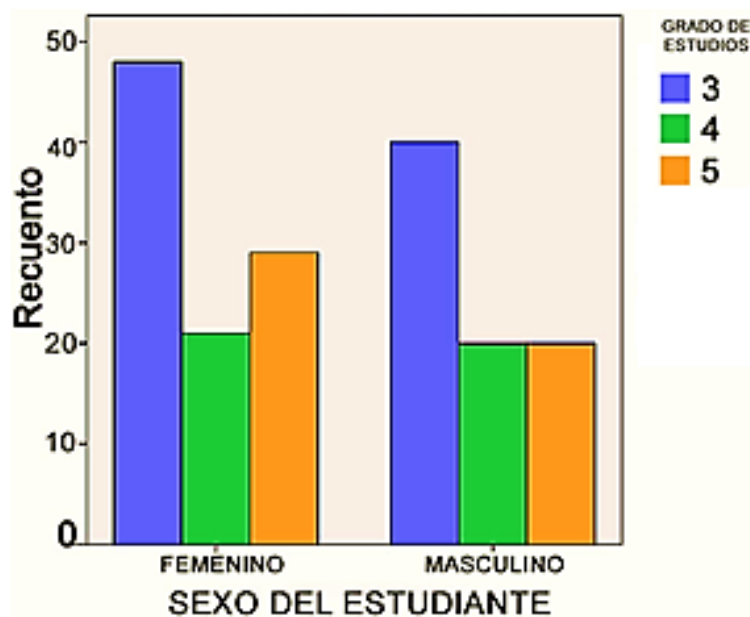
De la tabla general 1, se tiene que la muestra de 178 encuestados se distribuye en 88 que se encuentran cursando el 3° grado, 41 el 4° grado y 49 el 5° grado de estudios. Del total, 80 fueron de sexo masculino mientras que 98 de sexo femenino.

TABLA GENERAL 1
Sexo del estudiante*grado de estudios

		GRADO DE ESTUDIOS			Total
		3°	4°	5°	
SEXO DEL ESTUDIANTE	FEMENINO	48	21	29	98
	MASCULINO	40	20	20	80
Total		88	41	49	178

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO GENERAL 1
Sexo del estudiante por grado de estudios



Fuente: Elaboración propia

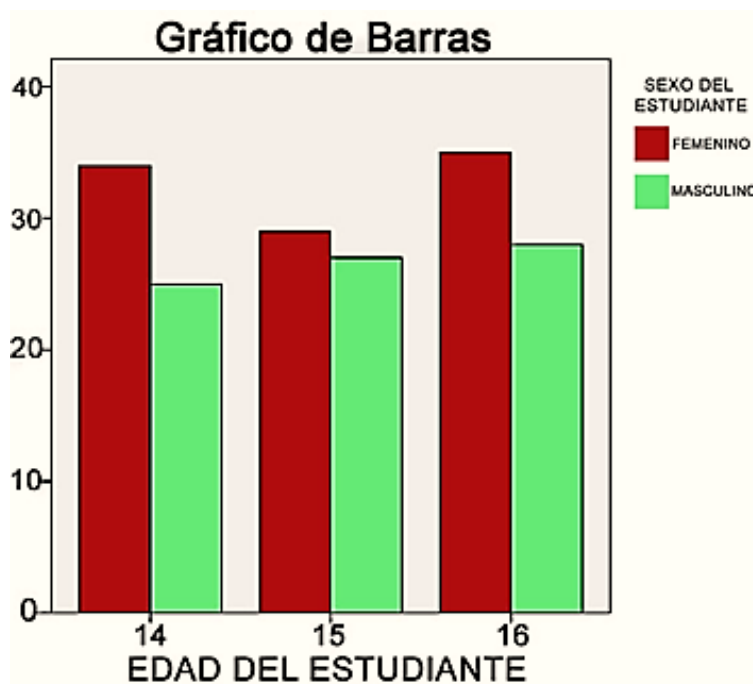
De la tabla general 2, se tiene que entre los encuestados el 33,1% tiene 14 años, el 31,5% tiene 15 años y el 35,4% tiene 16 años de edad.

TABLA GENERAL 2
Edad del estudiante*sexo del estudiante

		SEXO DEL ESTUDIANTE		Total
		FEMENINO	MASCULINO	
EDAD DEL ESTUDIANTE	14	34 34,7%	25 31,3%	59 33,1%
	15	29 29,6%	27 33,8%	56 31,5%
	16	35 35,7%	28 35,0%	63 35,4%
Total		98 100,0%	80 100,0%	178 100,0%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO GENERAL 2
Edad por sexo del estudiante



Fuente: Elaboración propia

PRUEBA ESTADÍSTICA

El instrumento aplicado fue dividido en tres campos: de la pregunta 1 a 7 estuvo orientada a los estereotipos de belleza.

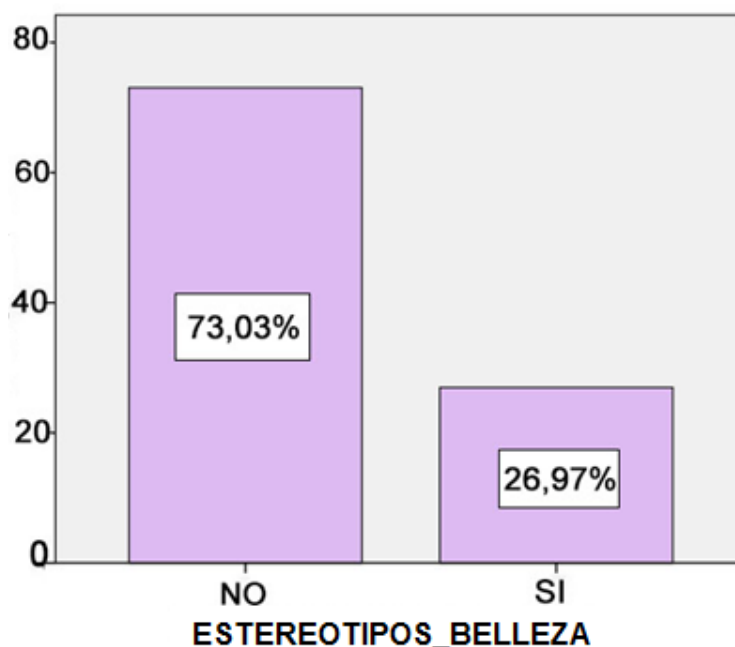
El análisis de frecuencias revela que en promedio 130 personas respondieron NO a la posibilidad de apego a estereotipo de belleza, mientras que 48 se mostraron de alguna manera más proclives (ver tabla general3)

TABLA GENERAL 3
Distribución de frecuencias de encuestados respecto a estereotipos de belleza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No	130	73,0	73,0
Si	48	27,0	100,0
Total	178	100,0	

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO GENERAL 3
Porcentaje de encuestados respecto a estereotipo belleza



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico general 3 se observa que la barra que representa el porcentaje de encuestados que respondieron No a las preguntas sobre

estereotipos de belleza es significativamente mayor que la barra de los que dieron como respuesta Sí.

El bloque de preguntas 8 a 16, estuvo orientada a los estereotipos comunicacionales.

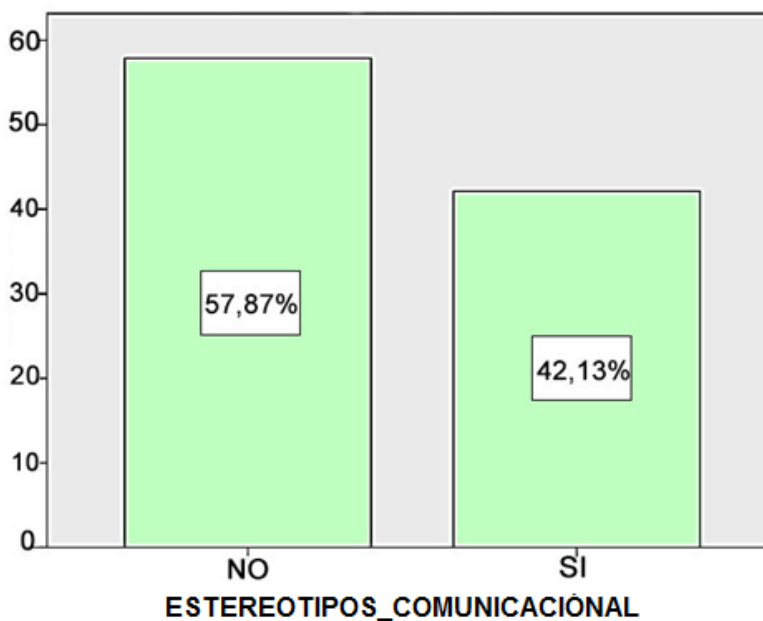
El análisis de frecuencias revela que en promedio 103 personas respondieron NO a la posibilidad de apego a estereotipo comunicacionales, mientras que 75 se mostraron de alguna manera más proclives (ver tabla general 4)

TABLA GENERAL 4
Distribución de frecuencias de encuestados respecto a estereotipos comunicacionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No	103	57,9	57,9
Si	75	42,1	100,0
Total	178	100,0	

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO GENERAL 4
Porcentaje de encuestados respecto a estereotipos comunicacionales



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico general 4 se observa que la barra que representa el porcentaje de encuestados que respondieron No a las preguntas sobre estereotipos comunicacionales es significativamente mayor que la barra de los que dieron como respuesta Sí.

El bloque de preguntas de la 17 a 23 estuvo orientado a los estereotipos aspiracionales.

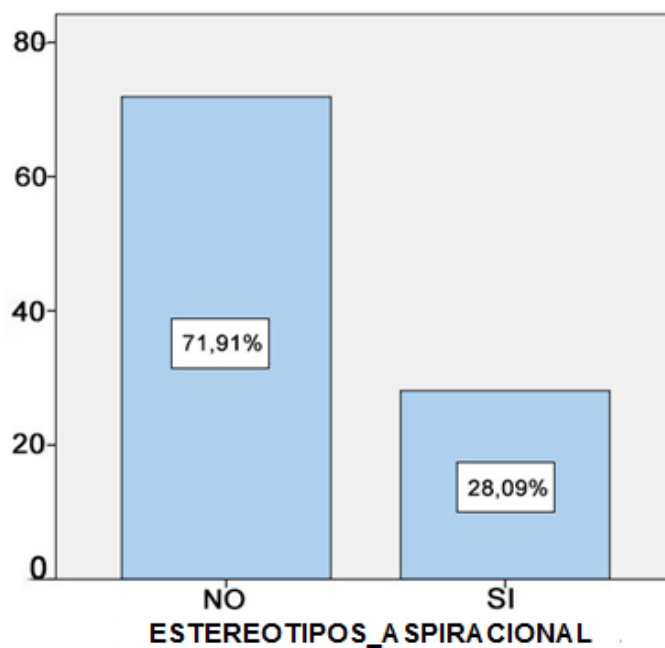
El análisis de frecuencias revela que en promedio 128 personas respondieron NO a la posibilidad de apego a estereotipo comunicacionales, mientras que 50 se mostraron de alguna manera más proclives (ver tabla general 5)

TABLA GENERAL 5
Distribución de frecuencias de encuestados respecto a estereotipos aspiracionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No	128	71,9	71,9
Si	50	28,1	100,0
Total	178	100,0	

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO GENERAL 5
Porcentaje de encuestados respecto a estereotipo Aspiracional



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico general 5 se observa que la barra que representa el porcentaje de encuestados que respondieron No a las preguntas sobre estereotipos aspiracionales es significativamente mayor que la barra de los que dieron como respuesta Sí.

ENCUESTA

El instrumento con 23 preguntas se aplicó a una muestra de 178 estudiantes con un rango de edad de 14 a 16 años de edad.

1) ¿Te gustaría parecerte físicamente a los guerreros?

A) Si

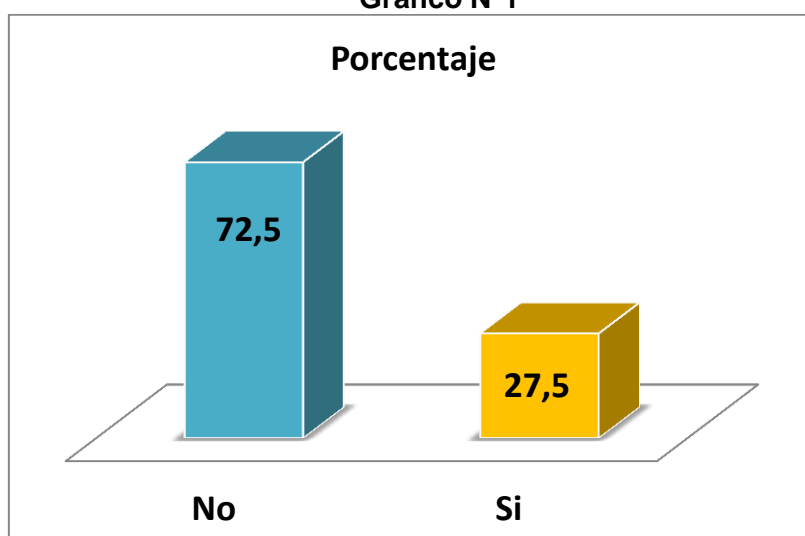
B) No

Tabla N°1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	129	72,5
Si	49	27,5
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°1



Fuente: Elaboración propia

La tabla N°1 muestra que existe un número de 129 estudiantes del total de 178, que No le gustaría parecerse a un guerrero, además que expresan no sólo desinterés, sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 49 estudiantes del total de la muestra, que Si podría parecerse físicamente a los guerreros.

Así mismo, en el gráfico N° 1, podemos notar que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces, esta evidencia presenta que existe un 72,5% del total de los adolescentes consultados que No les gustaría parecerse a un guerrero y que, notablemente, es mucho mayor a la alternativa Si con un 27,5% que, Si les gustaría parecerse a un guerrero.

De la descripción podemos asumir que, a los estudiantes no les gusta parecerse físicamente a los denominados guerreros, debido a que no les llama la atención o no les parece extraordinario, por tanto no les genera algún tipo de influencia en su apariencia física.

Finalmente, se desprende que no impactarían estos estereotipos de belleza, que son por lo general cuerpos delgados, exuberantes y de fenotipos blancos, lo que permite afirmar que, los estudiantes están conformes con su apariencia física y al contrario al ver este tipo de modelos de belleza en la televisión no les genera mayor inquietud que el estar cómodo con su propio cuerpo.

2) Los guerreros se visten a la moda, con ropa de marca y perfumes caros.

¿Te gustaría vestirte y tener las mismas cosas que ellos?

A) Si

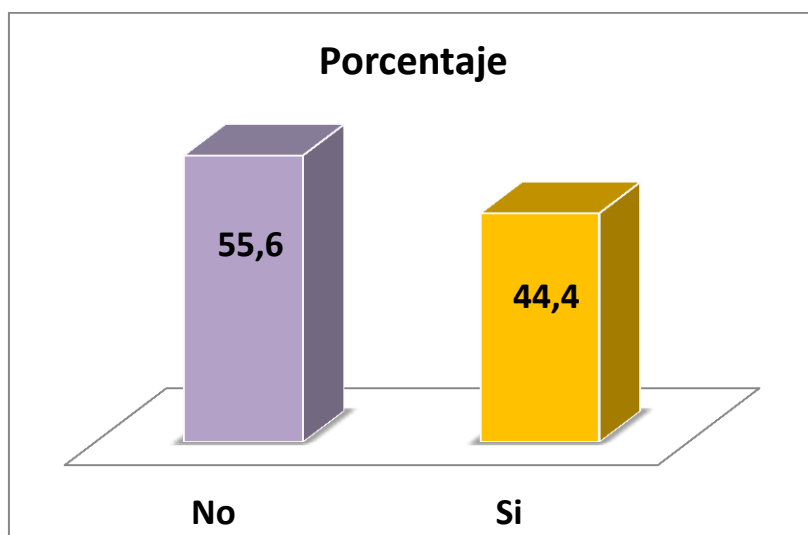
B) No

Tabla N°2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	99	55,6
Si	79	44,4
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°2



Fuente: Elaboración propia

La tabla 2 muestra que existe un número de 99 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría vestirse ni tener las mismas cosas que un guerrero*, además que manifiestan una postura desligada a la forma vestir y objetos que suelen portar los guerreros. Esto ocurre en contraposición de un número de 79 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría vestirse y tener las mismas cosas que un guerrero*.

El gráfico 2, hace notar que en esta pregunta, las opciones “No” o “Si”, ocasionan la necesidad de una respuesta determinante. Entonces, esta evidencia propone que, existe un 55,6% del total de los adolescentes

consultados que, *No le gustaría vestirse, ni tener las mismas cosas que un guerrero* y que es mayor a la alternativa Si con un 44,4% que, *Si le gustaría vestirse y tener las mismas cosas que un guerrero*.

De la descripción podemos asumir que, los estudiantes en su mayoría no visten con prendas a la moda o con marcas costosas y perfumes caros, por tanto los estudiantes no se ven influenciados por este tipo de estereotipo en su presentación personal.

Finalmente, se desprende que en la mayoría no impactarían estos estereotipos y por el contrario los estudiantes tienen otro tipo de vestimenta, no necesariamente acorde a las tendencias de la moda, con costo elevado o marca reconocida. Así mismo, en la mayoría, no existe una repercusión de los anuncios o promociones que se den por parte de los llamados guerreros y sus propias marcas o servicios.

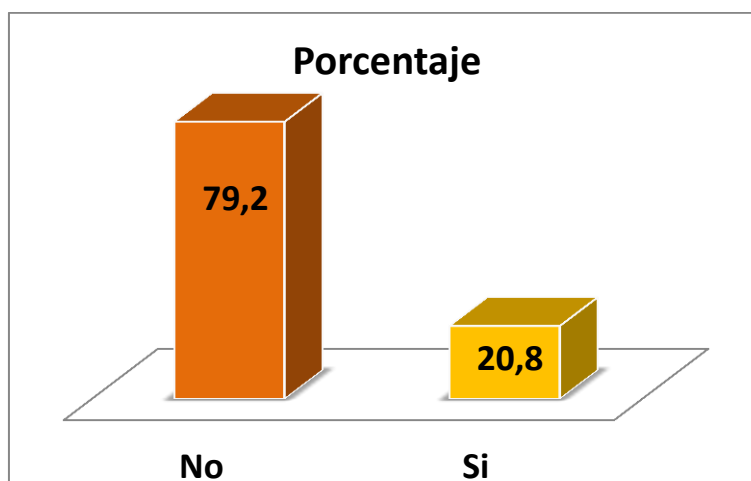
- 3) Los guerreros usan looks muy modernos y atrevidos. ¿Te gustaría tener un look como el de ellos?
- A) Si
- B) No

Tabla N°3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	141	79,2
Si	37	20,8
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°3



Fuente: Elaboración propia

La tabla N°3 muestra que existe un número de 141 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría tener un look como el de los guerreros*, además que expresan su inconformidad con la forma en que llevan su *look*. Esto ocurre en contraposición de un número de 37 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría tener un look como el de los guerreros*.

El gráfico N°3 nota, que en esta interrogante, las opciones “No” o “Si”, tienen la necesidad de una contestación determinante. Entonces, esta certeza propone que, existe un 20,8% del total de los adolescentes encuestados que, *No le gustaría tener un look como el de los guerreros* y que es mayor a la

alternativa Si con un 44,4% que, *Si le gustaría tener un look como el de los guerreros.*

De la descripción podemos asumir que, a los estudiantes no les agrada el look que usan los llamados guerreros; es más, no les llama la atención y por tanto, no les genera ningún tipo de impacto en algún cambio en su imagen física superficial que desearan realizarse.

Finalmente, se desprende que en la gran mayoría no influenciarían estos estereotipos de belleza, que son por lo general cortes de cabello, maquillaje, etc., lo que permite afirmar que, los estudiantes están conformes con su apariencia física superficial y al contrario tienen la libertad de realizarse Cualquier tipo de cambio acorde a gusto personal y sin considerar estos referentes televisivos.

4) Si te dieran la oportunidad de ejercitarte en un gimnasio para tener un cuerpo como el de los guerreros ¿Lo harías?

A) Si

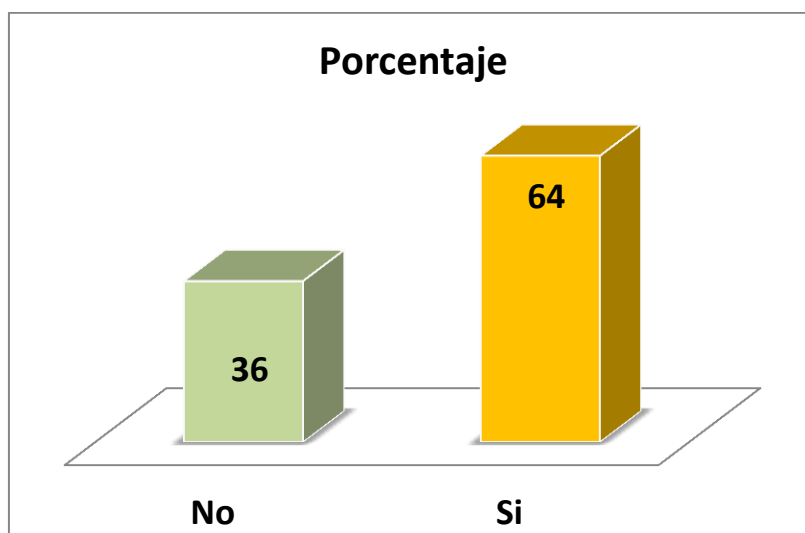
B) No

Tabla N°4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	64	36,0
Si	114	64,0
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°4



Fuente: Elaboración propia

La tabla 4 muestra que, existe un número de 114 estudiantes del total de 178, que *Si le gustaría ejercitarse en un gimnasio para tener un cuerpo como el de los guerreros*, por lo que manifiestan no sólo el interés sino la intención de mantener un cuerpo sano, que se identifica mediante la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 64 estudiantes del total de la muestra, que *No le gustaría ejercitarse en un gimnasio para tener un cuerpo como el de los guerreros*.

Así mismo, en el gráfico 4, podemos visualizar que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, tienen la necesidad de una respuesta determinante.

Entonces esta evidencia presenta que, existe un 64% del total de los adolescentes consultados que, *Si le gustaría ejercitarse en un gimnasio para tener un cuerpo como el de los guerreros* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa *Si* con un 36% que, *No le gustaría ejercitarse en un gimnasio para tener un cuerpo como el de los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que, los estudiantes en su mayoría si les gustaría acudir a un gimnasio para conservar un cuerpo semejante al de los guerreros, pero podemos inferir que les interesa verse bien, mediante por tanto los estudiantes si se ven influenciados por este tipo de estereotipo de belleza, salvo que, la influencia es provechosa ya que se tiene en cuenta el cuidado y buena presentación personal.

Finalmente, se desprende que, los adolescentes son susceptibles por su naturaleza a cambios físicos, en los que, mantener una buena imagen y aspecto son parte de su desarrollo como tal, así mismo es importante porque forma parte del desenvolviendo en su entorno social.

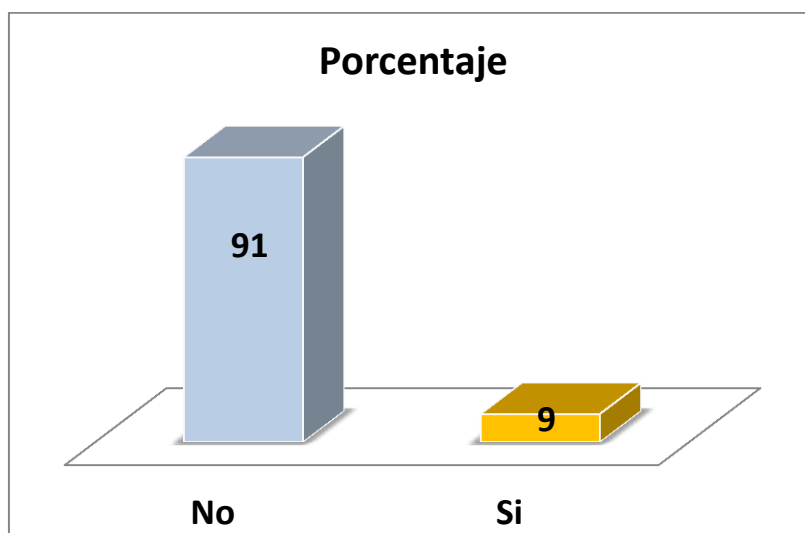
- 5) Como guerreros tienen la posibilidad de realizarse cirugías plásticas, como: aumentarse de busto, el derrier, perfilarse la nariz entre otros. ¿Te gustaría poder realizarte alguna cirugía como los guerreros?
- A) Si
- B) No

Tabla N°5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	162	91,0
Si	16	9,0
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°5



Fuente: Elaboración propia

La tabla 5 muestra que, existe un número de 162 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría realizarse alguna cirugía como los guerreros*, además que expresan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 16 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría realizarse alguna cirugía como los guerreros*.

El gráfico 5, destaca que, en este cuestionamiento, las alternativas “No” o “Si”, tienen la necesidad de una respuesta definitiva. Entonces, esta

evidencia presenta que, existe un 91,0% del total de los adolescentes cuestionados que, *No le gustaría realizarse alguna cirugía como los guerreros* y que claramente es mucho mayor a la alternativa Si con un 9% que, *Si le gustaría realizarse alguna cirugía como los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que, a los estudiantes en su gran mayoría no les gustaría realizarse ningún tipo de cirugía, puesto que, ven de mala forma los cuerpos operados de los nombrados guerreros, también podemos inferir que los adolescentes se mostrarían conformes con el cuerpo que poseen y no sientan la necesidad de realizarse alguna intervención quirúrgica.

Finalmente, se desprende que no si impactarían estos estereotipos en los adolescentes, y podemos definir que no se encuentran insatisfechos con la forma en la que se ven sus cuerpos y por tanto no les genera mayor preocupación.

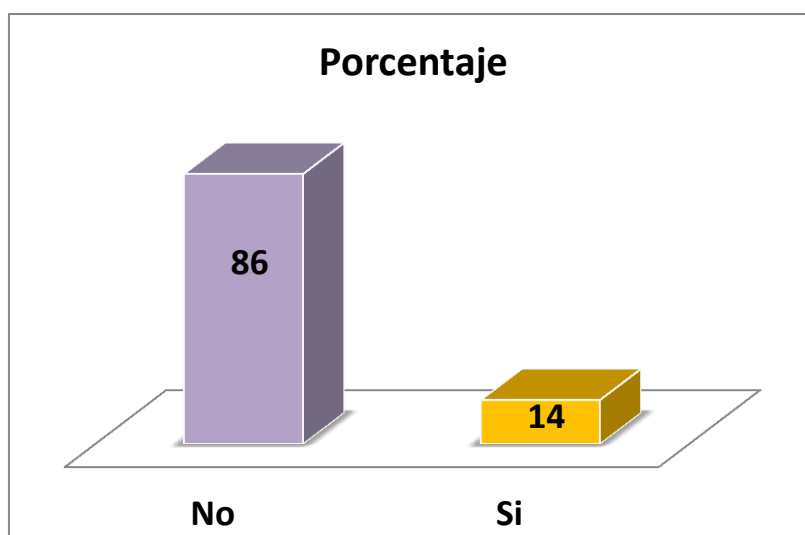
- 6) Las guerreras usan vestidos, blusas y faldas muy cortas. Si eres mujer ¿Te gustaría vestirse de la misma manera? y si eres hombre ¿Te gustaría que las mujeres se vistieran como una guerrera?
- A) Si
B) No

Tabla N°6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	153	86,0
Si	25	14,0
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°6



Fuente: Elaboración propia

La tabla 6 muestra que existe un número de 153 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría vestirse de la misma manera que los guerreros*, además que expresan no sólo indiferencia sino alejamiento, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraposición con un número de 25 encuestados del total de la muestra, que *Si le gustaría vestirse de la misma manera que los guerreros*.

El gráfico 6, en cuestión puede advertir que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, proveen la necesidad de una respuesta concluyente.

Por lo tanto, esta evidencia presenta que, existe un 86,0% del total de los adolescentes consultados que, *No le gustaría vestirse de la misma manera que los guerreros* y que destaca en gran mayoría la alternativa Si con un 14,0% que, *Si le gustaría vestirse de la misma manera que los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que, los estudiantes en su mayoría no les gustan vestirse como los guerreros, rechazan de manera categórica el pretender verse como ellos, en sus modos de vestirse. Por lo tanto, los estudiantes no se ven influenciados de ninguna manera por estos estereotipos de belleza.

Finalmente, se concluye que, no impactarían estos elementos a causa de que no son un referente relevante en su acicalamiento diario. Así mismo se infiere que conservan un estilo más holgado y descansado al llevar su vestimenta. Además, se asume que optan por un estilo propio al vestir, lo que dicta de una individualidad e identidad particular.

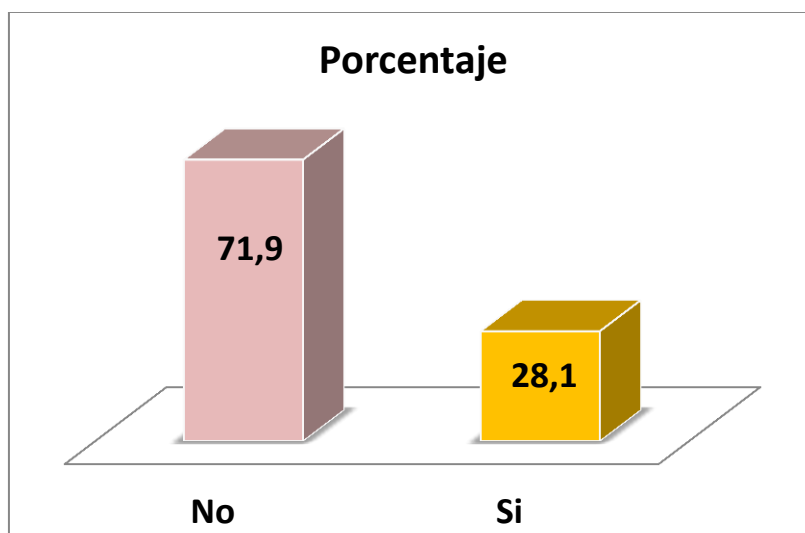
- 7) Los guerreros usan polos pegados, pantalones ceñidos, y camisas ajustadas. Si eres hombre ¿te gustaría vestirse así? Si eres mujer ¿Te gustaría que los varones se vistieran de la misma manera?
- A) Si
- B) No

Tabla N°7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	128	71,9
Si	50	28,1
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°7



Fuente: Elaboración propia

La tabla 7 muestra que, existe un número de 128 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría vestirse de la misma manera que los guerreros*, además que expresan no sólo desgano sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 50 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría vestirse de la misma manera que los guerreros*.

El gráfico 7, nota que, en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces, esta evidencia presenta que, existe un 71,9% del total de los adolescentes consultados que,

No le gustaría vestirse de la misma manera que los guerreros y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 28,1% que, Si les gustaría parecerse a un guerrero.

De la descripción podemos asumir que, los encuestados en su mayoría no les agrada vestirse como los llamados guerreros, niegan el procurar verse como ellos, por tanto no se ven influenciados por estos estereotipos de belleza.

Finalmente, se terminante que, no impactarían dichos elementos porque no son un existe una relación con su habitual cuidado al vestir. Además se halla que tienen una condición muy personal al usar y escoger sus prendas, decidiendo por la liviandad de sus atuendos.

8) ¿Te gustaría hablar como se expresan los guerreros?

A) Si

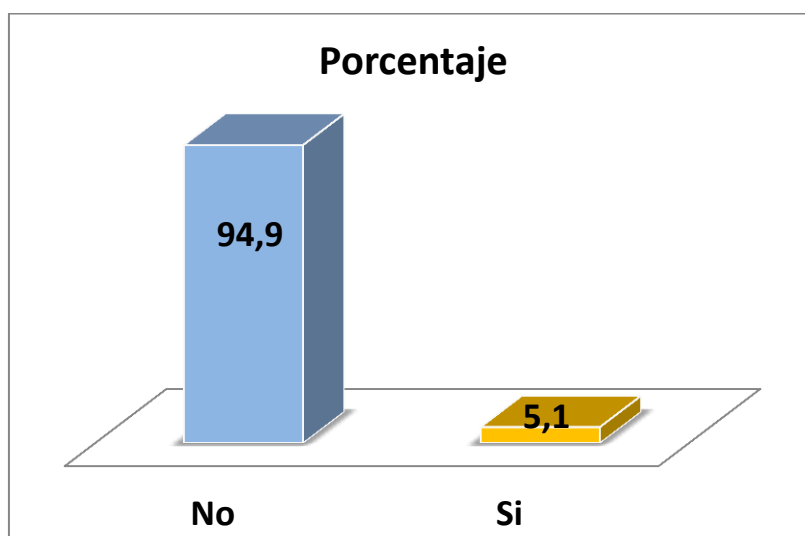
B) No

Tabla N°8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	169	94,9
Si	9	5,1
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°8



Fuente: Elaboración propia

La tabla 8 muestra que existe un número de 169 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría hablar como se expresan los guerreros*, además que manifiestan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 9 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría hablar como se expresan los guerreros*.

El gráfico 8, nota que, en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces esta evidencia presenta que, existe un 94,9% del total de los adolescentes consultados que, *No le gustaría hablar como se expresan los guerreros* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 5,1% que, *Si le gustaría hablar como se expresan los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que, no es de agrado de los estudiantes, hablar como un guerrero, puesto que no les atrae, no tiene grado de importancia alguna, por esa razón no genera influencia en sus estilos de interacción diaria.

Finalmente, se desprende que no hay influencia por parte de estos estereotipos de comunicacionales, porque los estudiantes no miran este tipo de reality, tampoco observarían esto en sus compañeros, ni en casa, y en consecuencia no emplean expresiones semejantes a las usadas por los guerreros.

9) Marque con una X de las siguientes actitudes. ¿Cuáles son las que poseen los guerreros?

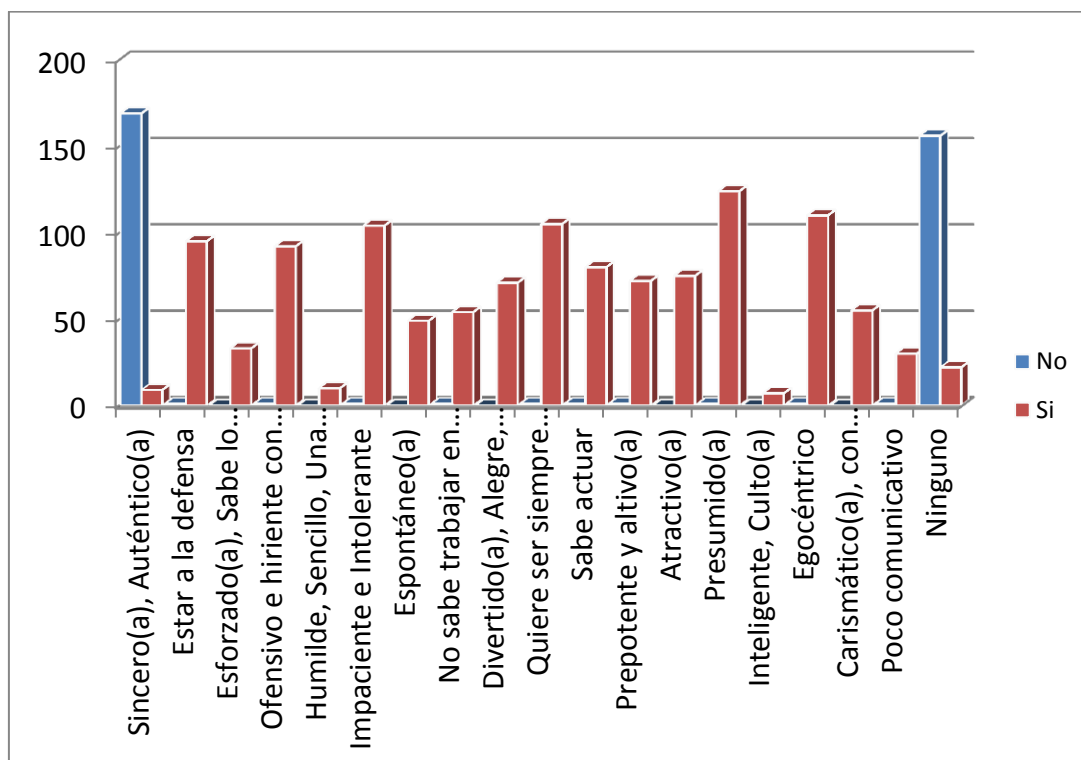
Sincero (a), auténtico (a)		Estar a la defensiva	
Esforzado (a), sabe lo que quiere		Ofensivo e hiriente con sus palabras	
Humilde, sencillo, una persona común y corriente		Impaciente e intolerante	
Espontáneo (a)		No sabe trabajar en equipo	
Divertido (a), alegre, simpático (a)		Quiere ser siempre el protagonista de todo	
Sabe actuar		Prepotente y altivo (a)	
Atractivo (a)		Presumido (a)	
Inteligente, culto (a)		Egocéntrico (a)	
Carismático (a), con personalidad		Poco comunicativo (a)	
Ninguno			

Tabla N°9

Cualidad	No	Si
Sincero(a), Auténtico(a)	169	9
Estar a la defensa	1	95
Esforzado(a), Sabe lo que quiere	0	33
Ofensivo e hiriente con sus palabras	1	92
Humilde, Sencillo, Una persona común y corriente	0	10
Impaciente e Intolerante	1	104
Espontaneo(a)	0	49
No sabe trabajar en equipo	1	54
Divertido(a), Alegre, Simpático(a)	0	71
Quiere ser siempre protagonista de todo	1	105
Sabe actuar	1	80
Prepotente y altivo(a)	1	72
Atractivo(a)	0	75
Presumido(a)	1	124
Inteligente, Culto(a)	0	7
Egocéntrico	1	110
Carismático(a), con personalidad	0	55
Poco comunicativo	1	30
Ninguno	156	22

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°9



Fuente: Elaboración propia

La tabla 9 muestra que existe un número de 124 estudiantes del total de 178, que *Si les parece que los guerreros son presumidos*, esto ocurre en concordancia con un número de 156 estudiantes del total de la muestra, que se inclinó por la alternativa que considera que los guerreros no poseen *Ninguna* cualidad positiva. De contraparte se observa que 10 estudiantes consideran que no existen cualidades tanto negativas como positivas.

De la descripción podemos asumir que, los estudiantes no se identifican con las formas de ser que suelen tener los guerreros, esto quiere decir, que las cualidades negativas no soy asumidas por ellos, y además podemos inferir que las características sociales de los guerreros no representan un modelo de personalidad del que puedan tomar en cuenta en su propio desenvolvimiento, por tanto no podría afectar en el resto de su entorno social.

Por otro lado, también, podemos mencionar que, los estudiantes no asignan las características de ser *sincero* y *auténtico* a los llamados chicos reality, lo que supone que, los mensajes transmitidos por estos estereotipos

comunicacionales, son descifrados por los adolescentes y comprendidos como son en la realidad. Lo que nos hace entender que, los adolescentes pueden diferenciar el tipo de mensaje que trae consigo un guerrero en sus actitudes y comportamientos. Del mismo modo, pone en duda la veracidad de lo que proviene de ellos, del resto de actores que intervienen en la dinámica y de todo el programa en general.

Entonces, nos permite concluir que los adolescentes consideran como falsos y deshonestos a los guerreros, por cómo se expresan y desarrollan durante los bloques de la dinámica televisiva del programa.

Por otro lado se nota que los adolescentes califican de *presumidos* a los guerreros, adjudicándoles una característica negativa, pero no falsa de lo que representa el estereotipo de chico reality. Esto explica que, los adolescentes reconocen que la imagen que ven de los guerreros y que contienen actitudes sociales adversas, que no deben de apropiarse.

Todos estos códigos comunicacionales producidos mediante ademanes, frases, gestos y comentarios formulados por los guerreros son decodificados por los muchachos e interpretados bajo su propio criterio calificándolos con una cualidad desfavorable como el de ser *presumido*. Esto nos advierte de una apreciación empleada al ver televisión por parte de los estudiantes y que les estaría ayudando a mirar de manera distinta los programas de televisión.

También se observa que los estudiantes calificaron de *Egocéntricos* a los chicos reality, lo que significaría que se crea una imagen discursiva en base a las características del guerrero, en el que se le ve preocupado solo por sí mismo, o que solo le importa su estabilidad, además que, se engrandecen algunas de sus cualidades físicas o su elevada adquisición de dinero y poder, dando así, también, un distorsionado mensaje de la realidad en la que se encuentra el televidente.

El chico reality es llamado a un programa de competencia por poseer determinadas características, una de ellas es del estar o haber estado en el foco de atención de los medios de comunicación por motivo de algún tipo

escándalo generalmente amoroso. Por lo que no es inusual que en el desarrollo de un juego de guerreros, se evidencien la presencia exagerada de uno ellos, estar en el centro de atención es una manera de hacer notar que está en el set, y que él o ella son los únicos capaces de resaltar en el programa. Los adolescentes en este caso, son un tipo de público capaz de distinguir estos mensajes cargados de estereotipos y evita caer en malinterpretaciones que deformen sus concepciones de la realidad que lo rodea.

El perfil de un guerreero tiene una serie de características que, dependiendo del televidente, pueden ser tomadas como buenas, malas o sencillamente obviarlas, dentro de esta afirmación, uno de los rasgos de comportamiento es *él ser intolerante e impaciente*.

Entonces ocurre que el adolescente televidente ha podido observar cómo, durante la realización de un juego dentro del programa uno de los guerreros pierde, y este sale en ofuscada actitud a reclamar una falta en el juego. Otra forma en la que se manifiesta es cuando se le proporciona una broma, y este no lo soporta e insulta al compañero tratando de poner fin a la situación de burla.

Este tipo de situaciones son las que evidencian para los estudiantes que si hay una falta de tolerancia del entorno donde se relaciona el guerreero y además la falta de paciencia lo puede llevar a cometer actos imprudentes y hasta agresivos. Que el estudiante descifre esta acción y la denomine como tal, y quiere decir que descifra bien estos estereotipos y consigue atribuirles el significado correcto.

10) ¿Usas las palabras “chato”, “huacho” o “negrita” en tu día diario?

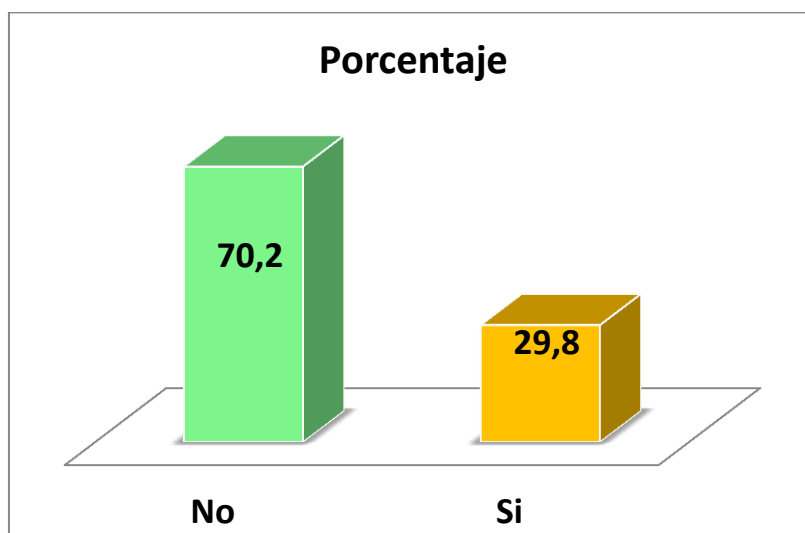
- A) Si
- B) No

Tabla N°10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	125	70,2
Si	53	29,8
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°10



Fuente: Elaboración propia

La tabla 10 muestra que, existe un número de 125 estudiantes del total de 178, que *No usan las palabras “chato”, “huacho” o “negrita” en su día diario*, además que manifiestan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 53 estudiantes del total de la muestra, que *Si usan las palabras “chato”, “huacho” o “negrita” en su día diario*.

El gráfico 10 muestra que, en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente.

Entonces, esta evidencia presenta que, existe un 70,2% del total de los adolescentes consultados que, *No usan las palabras “chato”, “huacho” o*

“negrita” en su día diario y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 29,8% que, *Si usan las palabras “chato”, “huacho” o “negrita” en su día diario.*

De la descripción podemos asumir que los estudiantes no usan este tipo de vocabulario o expresión en referencia a sus pares o semejantes, en suma a expresarse como un guerrero, puesto que, como lo demuestra la pregunta N° 8 no es de su agrado tener este tipo de interacción con quienes los rodean, por esta razón no genera ningún tipo influencia en su desenvolvimiento diario.

Finalmente, se desprende que no existe una influencia de estos estereotipos comunicacionales presentes en el programa Esto Es Guerra puesto que, los valores que se les refuerza y fomenta no permitiría una afectación.

11) ¿Te parecen ofensivas las expresiones “chato”, “huacho” o “negrita”?

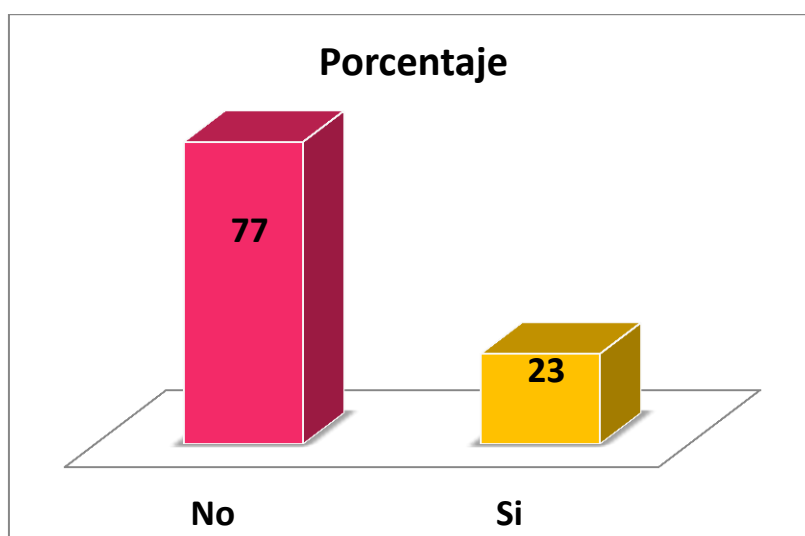
- A) Si
- B) No

Tabla N°11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	137	77,0
Si	41	23,0
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°11



Fuente: Elaboración propia

La tabla 11 muestra que existe un número de 137 estudiantes del total de 178, que *No le parecen ofensivas las expresiones “chato”, “huacho” o “negrita*, además que manifiestan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 41 estudiantes del total de la muestra, que *Si le parecen ofensivas las expresiones “chato”, “huacho” o “negrita”*.

El gráfico 11 muestra que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces esta evidencia presenta que, existe un 77,0% del total de los adolescentes consultados que, *No le parecen ofensivas las expresiones “chato”, “huacho” o*

“negrita en su día diario y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 23,0% que, Si le parecen ofensivas las expresiones “chato”, “huacho” o “negrita”.

De la descripción podemos asumir que a los estudiantes no les parece ofensivas las expresiones “chato”, “huacho” o “negrita en su día o que empleen estas expresiones en referencia a sus pares o semejantes, en suma expresarse como un guerrero.

Finalmente, se desprende que como lo demuestra la pregunta N° 8, estos estereotipos comunicacionales presentados en el programa Esto Es Guerra, No generan cambios a nivel interpersonal con quienes los rodean, por esta razón la influencia es nula en su desenvolvimiento diario.

12) Coloque sí o no. ¿Está de acuerdo con las siguientes situaciones?

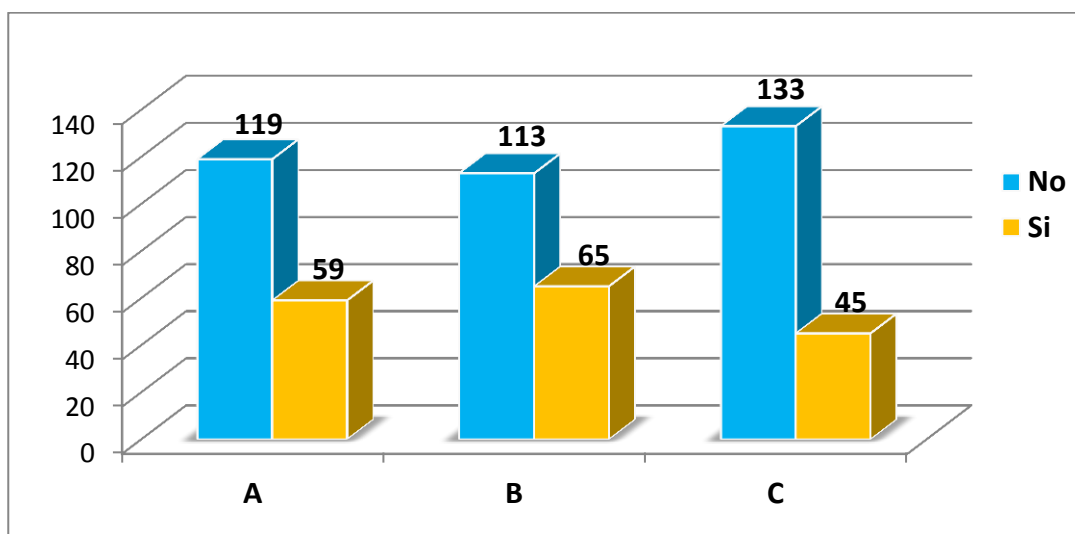
- A) Cuando un guerrero cae en sentencia, éste se enoja, se altera y grita. ()
- B) Cuando en plena competencia un guerrero va perdiendo, éste tira lo que tiene en las manos y sale del set de forma agresiva. ()
- C) Cuando un guerrero tiene un desacuerdo con otro guerrero, éste se altera tanto que puede llegar a agredirlo físicamente. ()

Tabla N°12

Alternativas	No	Si
A	119	59
B	113	65
C	133	45

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°12



Fuente: Elaboración propia

La tabla 12 muestra que existe un número de 133 estudiantes que se muestran en *desacuerdo a las situaciones de agresividad tanto físicas y psicológicas, así como de descontrol de emociones*, frente a un número de 45 estudiantes que *sí estarían de acuerdo con este tipo de reacciones en televisión*.

El gráfico 11, nota que, en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta sostenida. Entonces esta evidencia presenta que, existe un 65,0% del total de los adolescentes consultados que, *están desacuerdo a las situaciones de agresividad tanto físicas y psicológicas, así como el descontrol de emociones. Ante esto se muestra que, hay un 45,0% de los estudiantes que, sí estarían de acuerdo con este tipo de expresiones.*

De la descripción podemos asumir que a los estudiantes no están conformes con las reacciones actitudes y conductas que llevan los guerreros durante este reality, lo que nos ayuda a inferir que, no una injerencia en su modo de comunicarse, o de dirigirse en ciertas situaciones de tensión.

Finalmente, se desprende que no impactaría este tipo de estereotipo porque el adolescente habría sido orientado a responder de diferente manera, una más asertiva que proporcione cierta serenidad para tomar una actitud coherente con las situaciones que se le presente, teniendo en cuenta a las personas de su alrededor.

13) Los guerreros arman peleas y escándalos para hacerse famosos.

¿Armarías alguna pelea o escándalo para hacerte conocido(a)?

A) Si

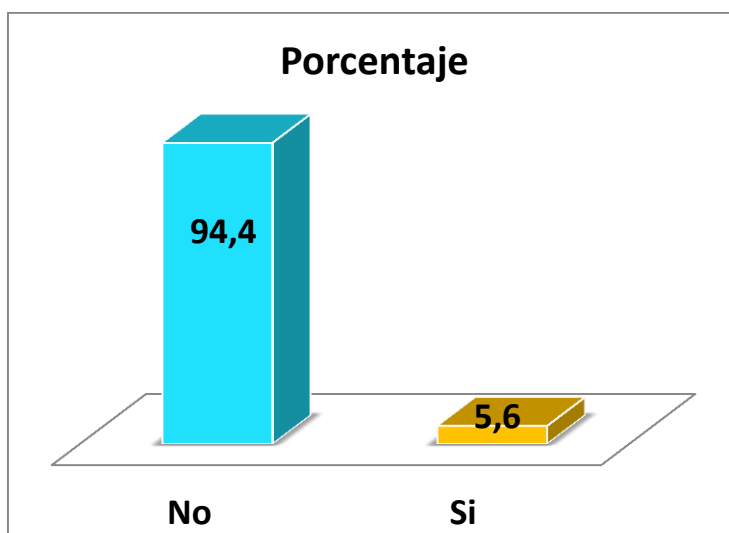
B) No

Tabla N°13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	168	94,4
Si	10	5,6
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°13



Fuente: Elaboración propia

La tabla 13 muestra que, existe un número de 168 estudiantes del total de 178, que *No armaría alguna pelea o escándalo para hacerse conocido(a) como los guerreros*, además que manifiestan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 10 estudiantes del total de la muestra, que *Si armaría alguna pelea o escándalo para hacerse conocido(a) como los guerreros*.

El gráfico 13 muestra que, en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces esta evidencia presenta que, existe un 94,4% del total de los adolescentes

consultados que, *No armaría alguna pelea o escandalo para hacerse conocido(a) como los guerreros* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 5,6% que, *Si armaría alguna pelea o escandalo para hacerse conocido(a) como los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que los estudiantes no armarían ningún tipo de encuentro agresivo de ninguna índole que les genere reconocimiento, por consiguiente podemos decir que, no les ocasiona ningún tipo de influencia a nivel de valoración social.

Del mismo modo, se desprende que no impactarían estos elementos comunicacionales que presenta el reality, puesto que no serían parte de su actuar cotidiano, pese a que la televisión le brinda estos modelos podemos inferir también que usarían otro aspecto de su vida para resaltar o buscar reconcomiendo social.

14) Los guerreros hacen comentarios en doble sentido en alusión a las chicas y chicos para llamar su atención. ¿Tú harías esas expresiones y comentarios?

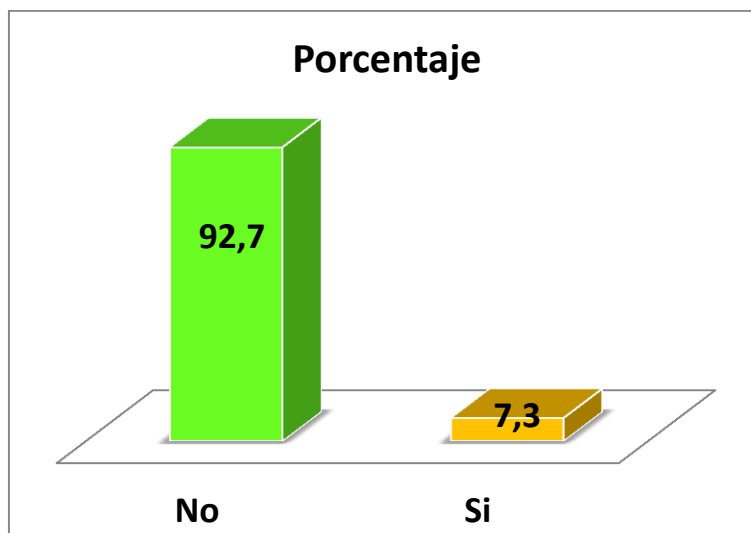
- A) Si
- B) No

Tabla N°14

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	165	92,7
Si	13	7,3
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°14



Fuente: Elaboración propia

La tabla 14 muestra que existe un número de 165 estudiantes del total de 178, que *No haría expresiones y comentarios como un haría un guerrero*, además que manifiestan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 13 estudiantes del total de la muestra, que *Si haría expresiones y comentarios como un haría un guerrero*.

El gráfico 14 muestra que, en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces, esta evidencia presenta que existe un 92,7% del total de los adolescentes

consultados que, *No haría expresiones y comentarios como un haría un guerrero* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 7,3% que, *Si haría expresiones y comentarios como un haría un guerrero*.

De la descripción podemos asumir que, los alumnos no realizan este tipo de comentarios que se prestan para una interpretación en doble sentido, dejando entrever un interés mutuo, por tanto no les genera algún tipo impacto de en su apariencia física.

Finalmente, se desprende que no existiría algún impacto de estos estereotipos comunicacionales, en los estudiantes, porque no tendrían otras herramientas de comunicación para lograr exteriorizar algún comentario en relación a un compañero o compañera.

15) A los guerreros les gusta llamar la atención y exponerse en público.

¿Estás de acuerdo con esta actitud?

A) Si

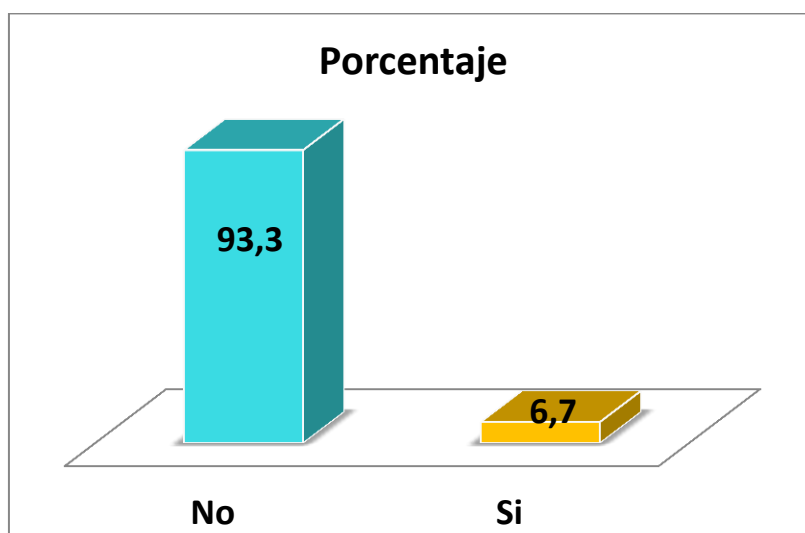
B) No

Tabla N°15

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	166	93,3
Si	12	6,7
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°15



Fuente: Elaboración propia

La tabla 15 muestra que existe un número de 166 estudiantes del total de 178, que *No está de acuerdo con las actitudes de los guerreros*, además que manifiestan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 12 estudiantes del total de la muestra, que *Si está de acuerdo con las actitudes de los guerreros*.

El gráfico 15 muestra que, en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces esta evidencia presenta que, existe un 93,3% del total de los adolescentes

consultados que, *No está de acuerdo con las actitudes de los guerreros* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa *Si* con un 6,7% que, *Si está de acuerdo con las actitudes de los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que, a los estudiantes no les gusta llamar la atención y exponerse en público, por tanto no les provoca algún tipo de influencia en su comportamiento o forma de resaltar socialmente.

Finalmente, se concluye que estos estereotipos comunicacionales, no impactarían, debido a que los adolescentes emplearían otro tipo de acciones comunicativas al relacionarse con sus pares o sociedad en general.

16) ¿Con cuál de los siguientes guerreros te identificas?

De los hombres:

A) Nicola Porcella ()	A) Mario Hart ()
B) Hugo García ()	B) Patricio Parodi ()
C) Facundo Gonzales ()	C) Ignacio Baladan ()
D) Mario Irivarren ()	D) Gino Pezaressi ()
E) Ninguno ()	E) Ninguno ()

De las mujeres:

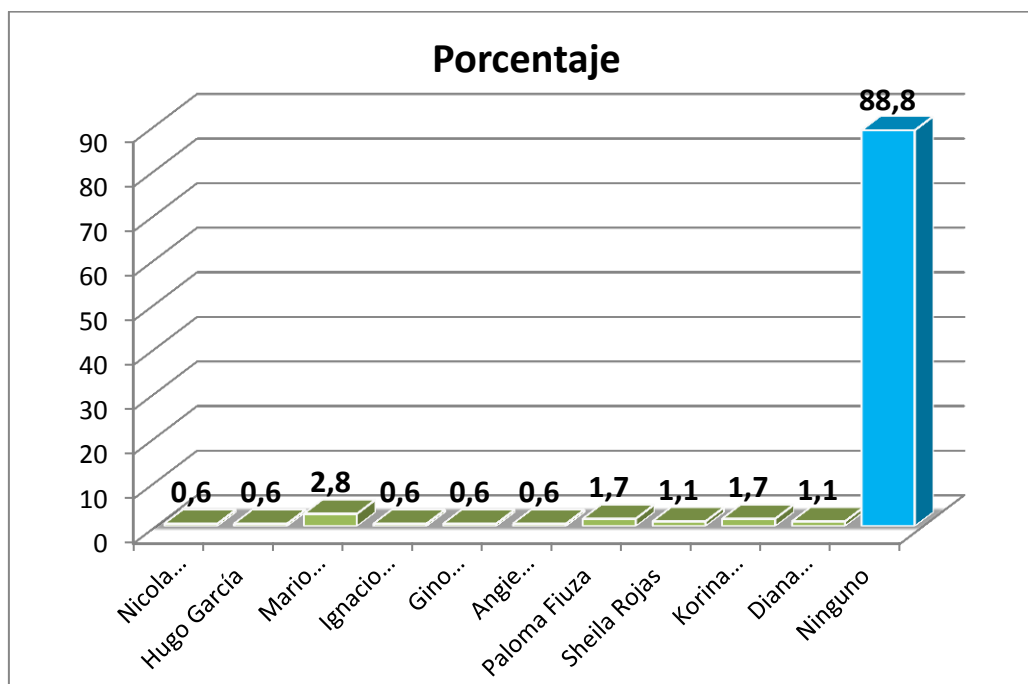
A) Michelle Soifer ()	A) Sheila Rojas ()
B) Angie Arizaga ()	B) Korina Rivadeneira ()
C) Paloma Fiuza ()	C) Diana Sánchez ()
D) Melisa Loza ()	D) Kina Malpartida ()
E) Ninguno ()	E) Ninguno ()

Tabla N°16

Guerrero	Frecuencia	Porcentaje
Nicola Porcella	1	0,6
Hugo García	1	0,6
Mario Irivarren	5	2,8
Ignacio Baladan	1	0,6
Gino Pezaressi	1	0,6
Angie Arizaga	1	0,6
Paloma Fiuza	3	1,7
Sheila Rojas	2	1,1
Korina Rivadeneira	3	1,7
Diana Sánchez	2	1,1
Ninguno	158	88,8
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°16



Fuente: Elaboración propia

La tabla 16 muestra que existe un número de 158 de estudiantes del total de 178, que *No se identificaría con los mencionados guerreros* además que, expresan no sólo desinterés, sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con el número de 1 estudiante del total de la muestra, que *posiblemente se identificaría con los mencionados guerreros*.

El gráfico 16 muestra que, en esta interrogante, las alternativas múltiples, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces esta evidencia presenta que, existe un 88,8% del total de los adolescentes consultados que, *No se identificaría con los mencionados guerreros* y que notablemente es mucho menor, con un 0,6% que, *posiblemente se identificarían con los mencionados guerreros*.

De la descripción podemos asumir que los estudiantes no se identifican con ninguno de los guerreros en mención, debido a que no serían un modelo en imagen, conducta y actitudes, por tanto no les genera algún tipo de influencia alguno en su desarrollo como tal.

Finalmente, se desprende que no impactarían estos estereotipos, presentados en el reality, lo que permite afirmar que, los estudiantes están conformes con su propia identidad, e imagen.

17) ¿Te gustaría trabajar en el programa Esto es Guerra La Revancha?

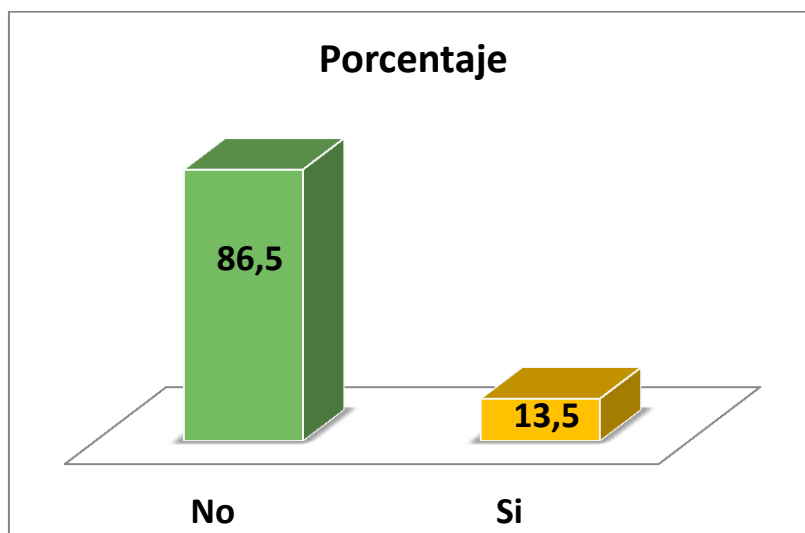
- A) Si
- B) No

Tabla N°17

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	154	86,5
Si	24	13,5
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°17



Fuente: Elaboración propia

La tabla 17 muestra que existe un número de 154 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría trabajar en el programa Esto es Guerra*, además que expresan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 24 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría trabajar en el programa Esto es Guerra*.

Así mismo, en el gráfico 17, podemos notar que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces, esta evidencia presenta que, existe un 86,5% del total de los adolescentes consultados que, *No le gustaría trabajar en el programa Esto es*

Guerra y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 13,5% que, *Si le gustaría trabajar en el programa Esto es Guerra*

De la descripción podemos asumir que, no le gustaría trabajar en el programa *Esto es Guerra* puesto que no quieren ser parte de lo que en muchas veces comentan de forma crítica, por tanto no les genera ningún tipo de influencia frente a un posible empleo en este tipo de programas.

Finalmente, se desprende que no impactarían este tipo de elementos transmitidos por este reality, puesto que a los adolescentes no prestarían importancia a todo lo que se trasmite en vivo en y por ende sitio donde no hay nada que son por lo general acciones y actitudes adoptando los modos y de fenotipos blancos, lo que permite afirmar que, los estudiantes están conformes con su apariencia física y al contrario al ver este tipo de modelos de belleza en la televisión no les genera mayor inquietud que el estar cómodo con su propio cuerpo.

18) ¿Te gustaría ser un guerrero en la vida diaria?

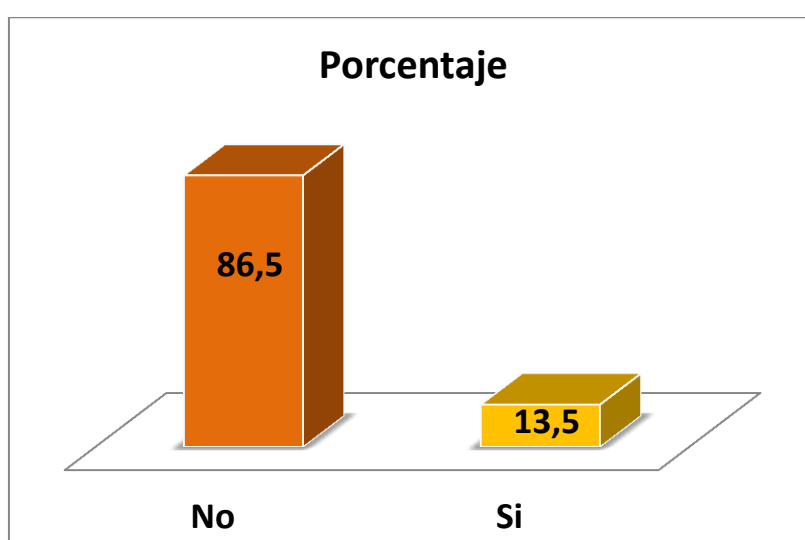
- A) Si
- B) No

Tabla N°18

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	154	86,5
Si	24	13,5
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°18



Fuente: Elaboración propia

La tabla 18 muestra que existe un número de 154 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría ser un guerrero en la vida diaria*, además que expresan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 24 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría ser un guerrero en la vida diaria*.

El gráfico 18 muestra que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces, esta evidencia presenta que, existe un 86,5% del total de los adolescentes consultados que, *No le gustaría ser un guerrero en la vida diaria* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 13,5% que, *Si le gustaría ser un guerrero en la vida diaria*.

De la descripción podemos asumir que, a los estudiantes no les agrada llevar una vida como la de un guerrero, debido a que no les llama la atención o no les parece importante, por tanto no les genera algún tipo de influencia en sus aspiraciones como estudiante o como persona.

Finalmente, se desprende que no impactarían estos estereotipos aspiracionales, que pueden ser sociales, laborales, o espirituales, etc., lo que permite afirmar que, los estudiantes están a gusto con el desarrollo de sus deseos en los diferentes aspectos su vida y por el contrario al ver este tipo de modelos con estas aspiraciones en televisión no les genera mayor inquietud.

19) Se sabe que el sueldo de los guerreros tienen cifras muy altas. ¿Te gustaría ganar como un guerrero?

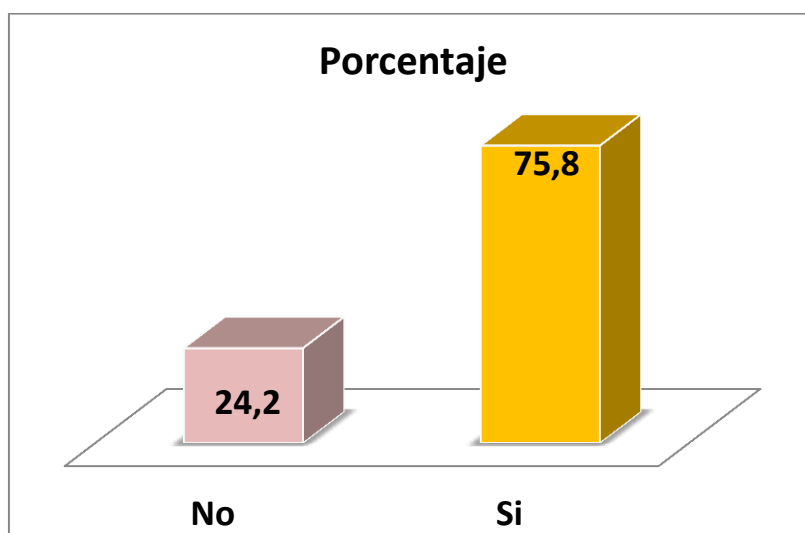
- A) Si
- B) No

Tabla N°19

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	43	24,2
Si	135	75,8
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°19



Fuente: Elaboración propia

La tabla 19 muestra que existe un número de 135 estudiantes del total de 178, que *Si le gustaría ganar como un guerrero*, además que expresan no sólo interés por adquirir un buen sueldo, sino haciendo lo que les gusta, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 43 estudiantes del total de la muestra, que *No le gustaría ganar como un guerrero*.

El gráfico 19 muestra que, en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, dota la necesidad de una respuesta concluyente. Entonces esta evidencia presenta que, existe un 75,8% del total de los adolescentes consultados que, *Si*

le gustaría ganar como un guerrero y que notablemente es mucho mayor a la alternativa No con un 24,2% que, *No le gustaría ganar como un guerrero*.

De la descripción podemos asumir que si les gustaría ganar el sueldo con las cifras elevadas que reciben mensualmente los chicos reality, por tanto si genera impacto en los adolescentes.

Partiendo de esta afirmación, podemos inferir que los adolescentes aspiran a ganar grandes cifras en el desarrollo de su actividad económica. Que los estudiantes deseen ganar un buen sueldo, dicta de las expectativas que pretenden alcanzar en un futuro en su desarrollo con la sociedad y además del valor que le otorgaran a su desempeño.

Por tanto, no se haya descabellado que el estudiante desee adquirir un pago cuantioso por su desarrollo en una actividad, esto es un acto que a modo general la sociedad se permite y exige por cualquier tipo de labor, un docente por enseñar a sus alumnos, un abogado por defender a su cliente o un publicista por diseñar una campaña, lo que a su vez le permite mantener su estilo de vida.

20) Los guerreros son muy populares y famosos ¿te gustaría ser popular y famoso como ellos?

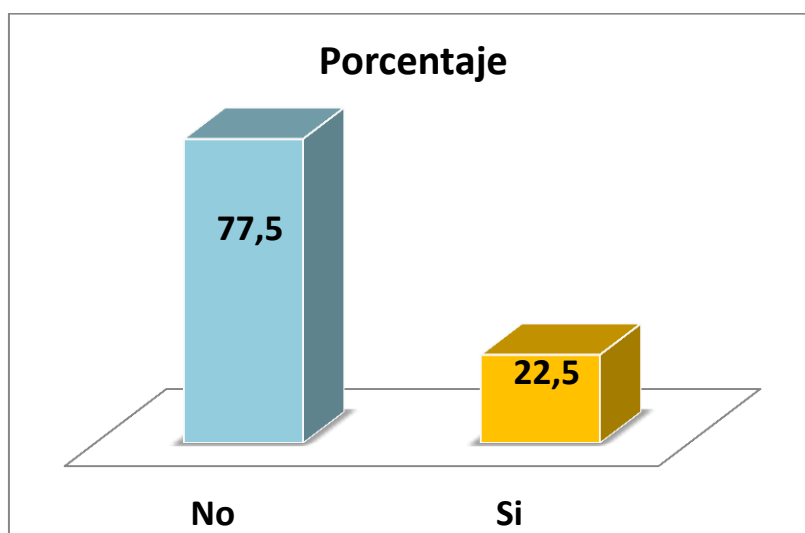
- A) Si
- B) No

Tabla N°20

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	138	77,5
Si	40	22,5
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°20



Fuente: Elaboración propia

La tabla 20 muestra que existe un número de 138 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría ser popular y famoso como los guerreros*, además que expresan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 40 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría ser popular y famoso como los guerreros*.

El gráfico 20, demuestra que en esta pregunta, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces, esta evidencia presenta que, existe un 77,5% del total de los adolescentes consultados que, *No le gustaría ser popular y famoso como los guerrero* y que

notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 22,5% que, *Si le gustaría ser popular y famoso como los guerreros.*

De la descripción podemos asumir que, no les gustaría ser populares o famosos como ellos. Por lo tanto, no exista influencia en sus aspiraciones por ser un personaje famoso.

Finalmente, se desprende que no impactarían estas variables, lo que permite afirmar que conservan un sentido de la orientación e identidad desarrollado que les permite mantenerse lejanos a este tipo de agentes televisivos.

21) Sheila Rojas y Patricio Parodi tienen un romance, suelen ir a discotecas exclusivas y viajan a lugares paradisíacos. ¿Te gustaría vivir un romance como el de los guerreros?

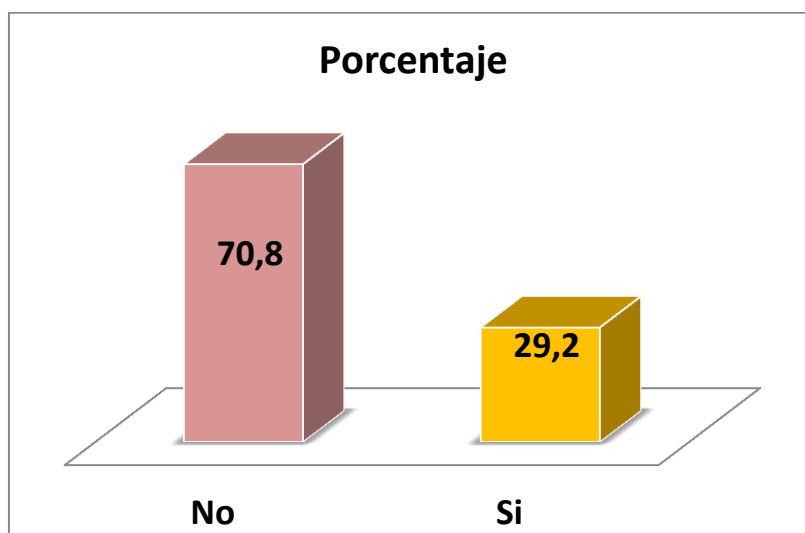
- A) Si
- B) No

Tabla N°21

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	126	70,8
Si	52	29,2
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°21



Fuente: Elaboración propia

La tabla 21 muestra que, existe un número de 126 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría vivir un romance como el de los guerreros*, además que expresan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 52 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría vivir un romance como el de los guerreros*.

En el gráfico 21, podemos notar que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente. Entonces, esta evidencia presenta que, existe un 70,8% del total de los adolescentes consultados que, *No le gustaría vivir un romance como el de los guerreros* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 29,2% que, *Si le gustaría vivir un romance como el de los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que, a los estudiantes no les gusta parecerse vivir un romance como los que viven las parejas de guerreros en la televisión, esto permite determinar que surta ningún efectos estereotipos de tipo aspiracional en los adolescentes

En este caso, se desprende que no impactarían estos estereotipos aspiracionales, lo que permite inducir que no creen reales estas historias amorosas que proyectan este tipo d programas realitys.

TE GUSTARIA VIVIR UN ROMANCE COMO EL DE LOS GUERREROS*

SEXO DEL ESTUDIANTE

		SEXO DEL ESTUDIANTE		Total
		FEMENINO	MASCULINO	
TE GUSTARIA VIVIR UN ROMANCE COMO EL DE LOS GUERREROS	No	69 70,4%	57 71,3%	126 70,8%
	Si	29 29,6%	23 28,8%	52 29,2%
Total		98 100,0%	80 100,0%	178 100,0%

Vale decir que las estudiantes mujeres (69) manifiestan en un 70.4% que no les gustaría tener un romance como el que viven los guerreros, lo que significaría que las jóvenes señoritas no proyectan un romance concebido de esa forma en sus propias vidas. Entonces los mensajes que transmiten los guerreros como parejas, vale decir romances en los que se dan demostraciones de amor como: besos, canciones dedicadas, abrazos efusivos, regalos y viajes o en muchas ocasiones transmiten llantos, gritos, gestos de

desgano constantes que no son verdaderos para considerarlos como una experiencia que desearan vivir con una pareja.

Por otro lado, los adolescentes varones (57) manifiestan que 71.3% que no les gustaría vivir un romance como el de los guerreros, lo que infiere que, los varones no están de acuerdo en cómo se relacionan hombres y mujeres dentro del programa, además que, no les parece veraz las muestras de cariño entre los ellos.

Así mismo, es válido mencionar que los romances que viven los guerreros son muchas veces fugaces y solo serían por la participación en un reality, además que, son criticados por otros programas de reality show donde, se descubrirían sus engaños e infidelidades. Todas estas informaciones son percibidas por el adolescente quienes descifran que realmente no trataría de un romance real, con gestos y actitudes verídicas sino, una especie de puesta escena de manera artificial o en otros términos un romance armado.

22) Mario Hart y Hugo García, son cantantes de música urbana, tienen muchos fans y buenos contratos. ¿Te gustaría tener una carrera en la música como ellos?

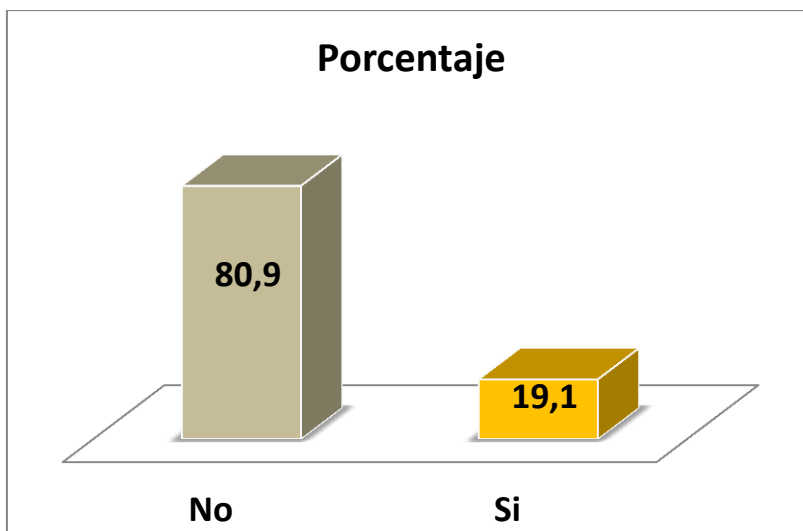
- A) Si
- B) No

Tabla N°22

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	144	80,9
Si	34	19,1
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°22



Fuente: Elaboración propia

La tabla 22 muestra que, existe un número de 144 estudiantes del total de 178, que *No le gustaría tener una carrera en la música como los guerreros*, además que expresan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 34 estudiantes del total de la muestra, que *Si le gustaría tener una carrera en la música como los guerreros*.

Así mismo, en el gráfico 22, podemos notar que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente.

Entonces esta evidencia presenta que, existe un 80,9% del total de los adolescentes consultados que, *No le gustaría tener una carrera en la música como los guerreros* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 19,1% que, *Si le gustaría tener una carrera en la música como los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que no les gustaría tener una carrera en la música como ellos, por tanto o les genera ninguna tipo de influencia en sus deseos musicales.

Finalmente, se desprende que no impactarían estos estereotipos de aspiración, porque no optarían por este tipo de carrera en la televisión, sino se inclinarían por un tipo más artísticos basados en el arte, como la poesía, muisca, el arte plástico, entre otros tantos, sin incurrir en aparatosas apariciones televisas.

23) Angie Arizaga, Sheila Rojas y Mario Iriverren tienen negocios de marcas de ropas muy exitosas y populares, debido a que son guerreros muy famosos. ¿Quisieras tener un negocio de ropa como el de ellos?

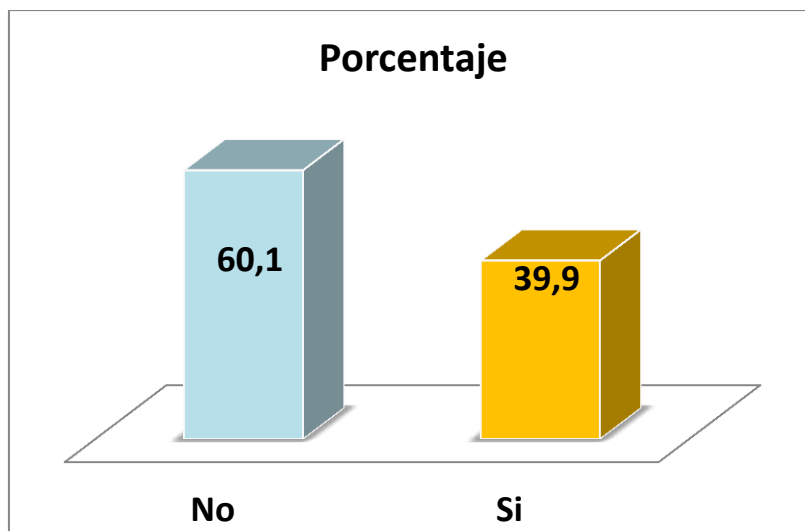
- A) Si
- B) No

Tabla N°23

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	107	60,1
Si	71	39,9
Total	178	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°23



Fuente: Elaboración propia

La tabla 23 muestra que, existe un número de 107 estudiantes del total de 178, que *No quisiera tener un negocio de ropa como los guerreros*, además que expresan no sólo desinterés sino rechazo, el que se identifica a través de la observación. Esto ocurre en contraste con un número de 71 estudiantes del total de la muestra, que *Si quisiera tener un negocio de ropa como los guerreros*.

Así mismo, en el gráfico 22, podemos notar que en esta interrogante, las alternativas “No” o “Si”, surten la necesidad de una respuesta contundente.

Entonces esta evidencia presenta que, existe un 60,1% del total de los adolescentes consultados que, *No quisiera tener un negocio de ropa como los guerreros* y que notablemente es mucho mayor a la alternativa Si con un 39,9% que, *Si quisiera tener un negocio de ropa como los guerreros*.

De la descripción podemos asumir que, a los alumnos no desean a tener un negocio de ropa como los guerreros, esto debido a que no les provoca mayor atención y por ende influencia algunas en posibles aspiraciones en el ámbito empresarial.

Finalmente, se desprende que no impactarían estos estereotipos de tipo aspiración, porque considerarían que estos tienen un manejo televisivo muy pegado al sensacionalismo que perjudicaría a algún negocio que desearían tener, igualmente si los estudiantes optarían por tener un negocio de ropa sería administrado de forma más ordenada, manteniendo una mejor imagen de su marca frente a su público.

ENTREVISTA

Entrevista de profundidad (1)

Dirigido a la Directora del I.E.P. San Columbano

Hna. Elvira Cisneros de la Torre



Figura 1 (Hna. Elvira Cisneros y estudiantes Columbanos, 2017)

- 1. En su opinión, ¿Considera usted, que los programas de reality afectan a los estudiantes?**

Afectan en la medida que se hacen adictivos a estos programas, sobre todo en los prototipos físicos que los personajes de los realitys reflejan.

- 2. ¿Estima que los anuncios publicitarios en los programas de reality impulsan a los adolescentes a consumir algún tipo de producto o servicio?**

Si el adolescente tiene como prototipo a los personajes de los realitys se va haber impulsado a consumir productos que permitan parecerse en demasía a su personaje ídolo.

- 3. ¿Considera que el rendimiento escolar de los estudiantes ha disminuido a raíz del tipo de programa de reality?**

Se tendría que comparar con el tiempo que le dedica a ver este tipo de programas en contraste al tiempo que le dedica a sus estudios. Es difícil tener una opinión ligera en relación a estas dos variables.

- 4. ¿Estima usted que los cambios cosméticos y de vestimenta tienen relación con la aparición excesiva de patrones de belleza en los medios de comunicación?**

Los modelos televisivos tienen justamente esa función y son tan impactantes que se vuelve una necesidad de consumo para aquellos que tienen como prototipo a personajes televisivos.

- 5. Según su valoración, ¿Considera usted que los estudiantes son influidos en su estado físico deportivo por los estereotipos televisivo?**

En la medida que los vuelven sus ídolos y modelos a seguir definitivamente que sí influyen.

- 6. En su consideración, ¿Cuáles son los valores que la institución imparte, que los estudiantes no serían influenciados por este tipo de reality televisivo?**

El desarrollo de la autonomía y la autoestima. Revalorar el ser único, eso es lo que hace especial a cada una de las personas. Desde nuestro carisma congregacional propiciamos el amor y respeto a la persona, empezando por uno mismo para luego compartirlo con los demás.

- 7. Comente usted, ¿Qué área o curso es primordial en la formación de los estudiantes, debido a su influencia en las actitudes o conductas en relación con los medios de comunicación?**

El currículo solicita aprendizajes significativos y contextualizados, así que consideramos que todas las actividades de aprendizaje de todas las áreas deberían considerar el desarrollo de la autonomía, identidad y autoestima para no ser presa fácil de elementos que atenten contra estas habilidades.

- 8. Explique usted, ¿Cuál considera que es el valor agregado que diferencia el sistema educativo católico de la institución, de otro tipo de sistema educativo?**

Validamos el dogma de que fuimos creados a imagen y semejanza de Dios, eso lo concretizamos en el desarrollo de la autoestima, identidad y autonomía, a través de las diferentes áreas curriculares incluida la tutoría. Para la institución educativa, cuyo lema es “Líder siempre”, ser diferente, único y líder es una prioridad.

- 9. Según su criterio, ¿Considera usted que la intervención de agentes educativos como profesores referentes son una fuerte influencia en el pensamiento de los estudiantes en relación a este tipo de programa?**

Por su puesto, los maestros son los ejecutores de las intenciones de nuestro currículo educativo, son los primeros convencidos de los ideales que espera alcanzar la institución en sus estudiantes. A través del desarrollo de sus áreas tienen el propósito de desarrollar la identidad en cada uno de los estudiantes.

Entrevista de profundidad (2)

Dirigido a madre de familia del I.E.P. San Columbano

Sra. Renee Rodas Cancino



Fuente: Figura 2 (Madre Columbana, 2017)

- 1) **En su opinión ¿Considera usted que los programas de reality afectan a los estudiantes?**

Sí, porque no tienen un contenido educativo.

- 2) **¿Estima que los anuncios publicitarios en los programas de reality impulsan a los adolescentes a consumir algún tipo de producto o servicio?**

Sí, porque lo ven bastantes jóvenes.

- 3) **¿Considera que el rendimiento escolar de los estudiantes ha disminuido a raíz del tipo de programa de reality?**

Sí, ha disminuido bastante no solo con los realitys sino también por el uso excesivo de las redes sociales.

- 4) **¿Estima usted que los cambios cosméticos y de vestimenta tienen relación con la aparición excesiva de patrones de belleza en los medios de comunicación?**

Sí, influye bastante la publicidad sobre todo en la televisión.

- 5) **Según su valoración, ¿Considera usted que los estudiantes son influidos en su estado físico deportivo por los estereotipos televisivo?**

Sí, los jóvenes quieren verse como modelos.

- 6) **En su consideración, ¿Cuáles son los valores que la institución imparte, que los estudiantes no serían influenciados por este tipo de reality televisivo?**

En los centros educativos te enseñan lo básico sí, pero refuerzan constantemente los valores que provienen de los hogares.

- 7) **Comente usted, ¿Qué área o curso es primordial en la formación de los estudiantes, debido a su influencia en las actitudes o conductas en relación con los medios de comunicación?**

Lo primordial son los buenos valores y ejemplos de los hogares y luego los demás curso formativos en los colegios.

- 8) **Explique usted, ¿Cuál considera que es el valor agregado que diferencia el sistema educativo católico de la institución, de otro tipo de sistema educativo?**

En los centros educativos religiosos nos inculcan más los valores formativos y humanos en cambio en los colegios pre universitarios más se encargan de llenar de conocimiento y descuidan lo realmente importante porque no solo formas conocimiento logros,

etc., por el contrario forma personas humanas con sentido social, crítico y sensible a su entorno.

- 9) Según su criterio, ¿Considera usted que la intervención de agentes educativos como profesores referentes son una fuerte influencia en el pensamiento de los estudiantes en relación a este tipo de programa?**

Sí, porque los docentes en la institución no están de acuerdo con estos programas.

Entrevista de profundidad (3)

Dirigido a docente del I.E.P. San Columbano

Educador Vladimir Carrión



Figura 3 (San Columbano, 2017)

- 1. En su opinión ¿Considera usted que los programas de reality afectan a los estudiantes?**

De acuerdo al status social y a la cantidad de horas que puedan ver la televisión puede afectar, pero no hay un número claro para saber si es un parámetro de referencia de un comportamiento de conducta.

Ahora la mayoría de los estudiantes de esta institución educativa en las tardes estudia idiomas o se prepara para alguna universidad, entonces el horario les impide ver el programa.

- 2. ¿Estima que los anuncios publicitarios en los programas de reality impulsan a los adolescentes a consumir algún tipo de producto o servicio?**

No veo realitys, pero hay un éxito televisivo y es de hecho que hay personas si ven este tipo de programas y consumen sus productos

Ahora, siempre que hablo con los chicos, y ellos no ven este programa, pero si por ejemplo eso he visto que pasa con algunas madres de familia.

3. ¿Considera que el rendimiento escolar de los estudiantes ha disminuido a raíz del tipo de programa de reality?

No para nada, considero que el rendimiento escolar se maneja con otro tipo de variables, como la falta de interés, falta de motivación, o que no gusta el colegio, también con factores como tener a los padres separados y entre otros. No estimo que podría verse afectado el rendimiento por un programa de televisión.

Es más te doy un ejemplo en el colegio tengo alumnos que ven animes que son parte de la cultura del manga, que novelas coreanas, entonces ven más televisión, pero son los que tienen y conservan un mayor rendimiento académico. Entonces ahí te das cuenta que pasa por otro tipo de variables te comenté, como la falta de interés en el adolescente.

4. ¿Estima usted que los cambios cosméticos y de vestimenta tienen relación con la aparición excesiva de patrones de belleza en los medios de comunicación?

Sí claro que sí, es de hecho porque la gente más que preocuparse por su salud interna, se preocupa más por el culto al cuerpo y sí, hay muchos parámetros de belleza que nos meten los medios de comunicación y hay muchos adolescentes que están predispuestos a este tipo de parámetros, sea cual sea el colegio, el sistema te vende este tipo de estereotipos.

Por ejemplo veo que algunos adolescentes van al gimnasio se toman fotos, lo cuelgan en sus redes y mandan un mensaje que dice: miren este es mi cuerpo. Entonces te encuentran con el culto al cuerpo ya no es más al conocimiento ni a los valores o a las virtudes o sea si hay una influencia muy grande por el gusto estético.

Este tipo de medio, como la televisión y los realitys son en verdad uno más que expone este tipo de estereotipos porque estos parámetros o arquetipos están en diarios, en la publicidad y en otros más.

El ver chicas con ropa muy diminutas ocasiona que los púberes, niños y adolescentes tengan un despertar sexual muy temprano, es más en el caso de los adolescentes es aún más preocupante, porque los lleva a un estado de excitación, tienes a las chicas que ven estos chicos con torso desnudos que les despierta el deseo sexual.

5. Según su valoración, ¿Considera usted que los estudiantes son influidos en su estado físico deportivo por los estereotipos televisivo?

Si, en parte porque en la influencia en la estética depende mucho de la autoestima y del entorno en el que te desarrolles. Pero de acuerdo al colegio los realitys pueden afectar a instituciones estatales o los particulares pequeños, difícil que afecte a los parroquiales, o de clase A1.

Los realitys pueden afectar a los chicos de colegio estatales o a chicos de colegios estatales o muy pobres. El factor económico y los padres pueden inducir a sus hijos sobre qué tipo de programa debe ver

6. En su consideración, ¿Cuáles son los valores que la institución imparte, que los estudiantes no serían influenciados por este tipo de reality televisivo?

El sistema educativo católico imparte a sus alumnos valores como la solidaridad con el prójimo, la fe cristiana, seguir el ejemplo de cristo. Aquí se aplica una filosofía de no juzgar a nadie, pero educarlo. Por ejemplo, en la Identidad de género no critiquemos, no juzguemos pero encaminemos, demos la mano al prójimo.

La formación católica es especialmente crítica y muchos padres de familia, alumnos y docentes no se dan cuenta. Cristo era un maestro crítico, el no juzgaba, el pronunciaba un dicho muy claro en la biblia: el que esté libre de pecado que tire la primera piedra.

- 7. Comente usted, ¿Qué área o curso es primordial en la formación de los estudiantes, debido a su influencia en las actitudes o conductas en relación con los medios de comunicación?**

CTA, Ciencia, Tecnología y Ambiente, es un curso muy importante porque te va enseñar que más relevante que el culto al cuerpo es el culto a mi salud, y además porque fomenta la investigación y argumentación científica, es un curso que lleva consigo un alto grado de influencia.

El área de Sociales también es importantísima, porque los alumnos van a poder ver como el fenómeno económico y social del sistema capitalista influye al venderte cualquier tipo de estereotipo, sin escrúpulo y a favor de los intereses de los grandes poderes del mundo.

El curso de Comunicación es de gran la importancia también porque te muestra como estos programas de realitys venden un lenguaje vulgar soez y este curso entra a tallar en cómo hacer que el alumno desde su posición pueda dar se punto de vista para cambiar esta situación o brindar sus recomendaciones.

- 8. Explique usted, ¿Cuál considera que es el valor agregado que diferencia el sistema educativo católico de la institución, de otro tipo de sistema educativo?**

En el San Columbano, de forma oculta se trabaja algo muy importante, que es el pensamiento crítico, esto hace que el colegio y su sistema sean diferentes al resto de instituciones educativas.

El desarrollo del pensamiento crítico en base a el discernimiento y valores se aplican en diferentes áreas y los alumnos aprenden a investigar y argumentar.

Esto en mi experiencia diría que vendrían a ser algunos de los factores más importantes que explicarían por que el alumno de San Columbano no llegue a caer en la trama de estos programas televisivos o esos seudos programas.

- 9. Según su criterio, ¿Considera usted que la intervención de agentes educativos como profesores referentes son una fuerte influencia en el pensamiento de los estudiantes en relación a este tipo de programa?**

Primero, hay que tener en cuenta, qué para que un docente tenga influencia en los alumnos, debe alcanzar un gran alto grado de confianza, para llegar a convencer a un estudiante, de lo contrario no hay influencia.

En el colegio hay muchos agentes de gran influencia, donde el punto de partida está en cómo el maestro trasciende sobre sus alumnos, y precisamente, uno de ellos es el docente y educador, Manuel Gutiérrez, que tiene influencia en muchos de nuestros estudiantes, sin embargo pese a este trabajo constante, percibimos que los medios de comunicación influyen cada vez más en los estudiantes, por lo que los docentes nos esforzamos aún más por ser y seguir siendo un referente, un ejemplo para poder hablar con mayor libertad con los estudiantes.

Entrevista de profundidad (4)

Dirigido a la Representante del área de Comunicaciones e Imagen del Consejo Consultivo de Radio y Televisión - CONCOR TV



Srta. Sarita Florián Felipa

Figura 4 (Representante de CONCOR TV, 2017)

1. ¿Cuál es la fórmula que utilizan estos realitys de competencia para ganar la simpatía de su público, dentro y fuera de las pantallas?

Principalmente el tema del boom de los realitys en el Perú es algo que se está dando en casi todos los países de Latinoamérica, son formatos concebidos en otros países en donde han tenido mucho éxito y estamos hablando de formatos estadounidenses, españoles, entre otros. En el Perú desde hace unos 5 o 7 años se trajeron a la televisión siendo una fórmula ganadora en otros sitios más, entonces traen esta experiencia adecuándola a lo que se considera aquí como lo que “vende” o “pega”.

Vemos que, en los adolescentes tiene influencia porque consumen estos programas, es más en un estudio anual que nosotros hicimos el año pasado, obtuvimos que, efectivamente sus principales programas o programas favoritos eran de este tipo de formato reality de competencia y también sus personajes favoritos.

Buscan chicos que sean o blancos rubios que tengan una condición física específica, muy atléticos con cuerpos muy bien formados, eso es por un lado y por el otro está, el guión que realizan, que crean una fantasía de lo que serían las relaciones amorosas, amicales y que venden un estilo de vida que no corresponde tampoco al de promedio peruano.

Entonces te capturan a través de lo que llaman en publicidad *lo aspiracional* lo que tu deberías aspirar a ser u obtener y no necesariamente apuntan a cosas intelectuales, difíciles, que merezcan un esfuerzo, sino optar por la vía más fácil, que sería usar tu imagen, conseguir dinero y tener fama.

Además, te muestran que estos personajes no la pasan mal, por lo que podemos decir que venden un estilo de vida totalmente ilusorio que no corresponde a su realidad. Considero que van por ese aspecto para capturar la atención de los chicos.

Seguido está el hecho que se ingenian en hacer juegos, algunos con ninguna necesidad cognitiva de por medio, la gente que está en televisión y está haciendo este tipo de programas hace mucho tiempo sabe cómo hacer, sabe qué música poner, y en general todo lo que está de moda, el juego de cámaras, de luces, que tenga alta definición. Etc. En concreto una súper producción que también gran parte del éxito de estos programas.

- 2. ¿En qué medida el estilo de vida excéntrico que comparten, mediáticamente, los participantes de los realitys de competencia, puede ser anhelado por sus seguidores?**

Lo que hemos visto en noticieros, el año pasado, por ejemplo que niños imitan estos personajes adolescentes imitan quieren ser como ellos y hemos visto noticias de estos chicos que se inyectan petróleo en los brazos para tener los músculos parecidos a los de Nicola Porcella,

Patricio Parodi o que imitan los juegos, también una niña tuvo un accidente por jugar con el juego de la tuerca que habíamos hecho artesanalmente.

Entonces hasta qué punto, hasta el punto que vemos titulares o situaciones como estas cuando no hay control parental no hay una guía paternal o no se habla en la escuela de lo q los niños ven, de lo que los adolescentes consumen pues puede traer causas perjudiciales y dramáticas como la que hemos visto también, o sea la idea no es decirle al adolescente no veas esto prohibir sino enseñarles a analizar a comprender que esto puede ser beneficioso o no forjar en ellos el sentido crítico en ellos.

- 3. ¿De qué manera los adolescentes promedio podrían imitar patrones comunicacionales de los participantes de los realitys de competencia?**

En el caso de los adolescentes lo hemos recogido en algunas entrevistas porque nosotros también vamos, digamos a las universidades, hacemos algunos trabajos con docentes de colegios, tratamos de mantener una cercanía con ellos ara justamente analizar qué es lo que está pasando como que los chicos usan el lenguaje la forma de hablar jergas que utilizan

Por supuesto que sí, estos tipos de programa que tienen tanta pegada en adolescentes y niños de todas maneras eso influencia en todas sus formas de expresarse en el tipo de relacionarse con otras personas con sus pares, el tipo de expresarse, de comunicarse y si estos comportamientos violentos, también se pueden adoptar si es que la sociedad y la televisión lo sigue premiando o sea si esto no se corrige en su debido momento.

Digamos estas cosas pueden darse porque están en el formato de reality, en el que supuestamente no hay nada pauteado y las cosas se pueden dar espontáneamente, pero también tenemos a un conductor o conductora, a un productor, a un director de programación que están ahí, que pueden corregir eso, que pueden en el momento cortar la imagen violenta, pasar a publicidad, entonces también vemos que si esto se sigue difundiendo pues hay cierta intención por difundir la violencia.

En quien más impacta esto, es en niños y adolescentes, en púberes, se puede decir que entre los 12 y 17 años de edad y sí les afecta en todos los aspectos de su vida, colegio casa, te desconcentras pues también la televisión es el medio más consumido por niños, adolescentes y además por adultos, pero le estas restando bastante tiempo a otras actividades como los juegos o la recreación salida con amigos o salir fuera, esto se ve en los estudios pues, la televisión está en un 99% y otras actividades están bajo el 50%.

Entonces esto es dramático en niños y adolescentes que están en desarrollo, que deberían hacer deporte o salir pero se están quedando en su casa a consumir televisión, no solamente por el medio tradicional sino también por el celular, la computadora, porque si te pierdes el capítulo también puedes volver a ver el capítulo en YouTube en internet o en páginas.

Además tenemos un televidente cada vez más tecnológico y un televidente que quiere participar en el contenido, usa redes sociales y quiere interactuar con los personajes de su programa favorito, incluso forman clubes de fans defienden cuando su personaje se pelea con el otro y tiene un mayor involucramiento.

4. ¿Por qué la televisión continúa promoviendo este tipo de programas?

Porque le genera rating básicamente porque digamos vemos que no hay una ganas de innovar de hacer nuevo productos desde aquí, sino de repetir formulas ya exitosas y básicamente porque la televisión funciona por el poder de los anunciantes, entonces si tu programa tiene un alto rating entonces tiene más ingresos.

Si porque también esa especie de contenido forma como un semillero de personajes que luego los convierten en actores entonces están q los llevan a otros tipos de formatos los llevan a una miniserie a una novela y también gracias al éxito que tienen en este reality pueden generar éxitos en los otros programas.

5. ¿Qué estereotipos de belleza son promovidos en este programa, considerando la variedad de estilos, procedencias y nacionalidades, entre sus participantes?

Justamente el año pasado hicimos un estudio sobre el género en los medios de comunicación, se evidencio la presencia de patrones físicos patrones de belleza en estos tipos de programas, tanto para hombres como ara mujeres ambos tienen que cumplir con tener un cuero cuidado atlético musculoso en el caso de los chicos en el caso de las chicas con una silueta esbelta se prioriza el fenotipo blanco caucásico cabello rubio cabello castaño pero también se está considerando la introducción de personas de raza afrodescendiente, pero siempre manteniendo el cumplimiento del cuidado físico, morena ero esbelta cuero cuidado lindos bellos, formas de belleza que imponen ellos.

En realidad si cumplen todos los estereotipos de belleza, los patrones físicos que te he mencionado que sean extranjeros les un poco de variedad digamos como un mix que le puede parecer atractivo al público

no creo que prioriza al extranjero que al peruano sino que básicamente que cumplan todos esos estereotipos básicos.

6. ¿Qué hace CONCOR TV frente a este tipo de espacios donde se identifican personas con déficit de conocimientos pero mediáticamente exitosas?

El usuario puede quejarse ante el medio si el medio no le hace caso puede venir al Ministerio de Transportes y Comunicaciones y presentar su queja, cuando esto sucede el ministerio nos pide a CONCOR TV una opinión sobre cuál debería ser la acción q se debe tomar frente a este canal que ya se han dado por ejemplo en el caso del reality *El Último Pasajero* digamos en el que la niña tuvo que consumir un plato de cucarachas, entonces pidieron nuestra opinión y se les sancionó.

Desde el 2004 que se ha creado la Ley de Radio y Televisión que se emitió esta medida o normativa hasta este año habrán llegado pues hasta 8 una de ellas también fue la del negro mama por un tema de racismo.

CONCOR TV lo que hace es más un trabajo de prevención de acercarnos a los medios de darles charlas recomendaciones, pero si tratamos de canalizar las quejas q nos llegan porque tu escuchas consejo consultivo de radio y televisión tiene q ver con las buenas practicas entonces tipo de muchas personas asocian a que nosotros somos los q recibimos las quejas y podemos sancionar entonces lo que hacemos en canalizarlas.

Por ejemplo llegan para América para Latina la Sociedad Nacional de Radio y Televisión que agrupa los principales medios televisivos y radiales aquí en Lima y de alcance nacional, entonces los canalizamos y llevamos la queja mandamos por correo y le indicamos a la persona que deberían mandar y tratamos de darle un seguimiento.

Cuando vemos escenas o a veces también o twitter nos alertan de ciertas situaciones como peleas en vivo por televisión también tratamos de comunicarnos automáticamente con el secretario ejecutivo de ahí que es Sr. Jorge Baca le mandamos el print de la imagen o lo que tengamos y ellos pueden actuar de oficio

7. En su opinión ¿Cree usted que la formación académica que puede impartirse en un centro educativo privado, puede impedir un alto grado de influencia de los realty de competencia en los adolescentes?

La influencia que se puedan dar por parte de estos programas pasa no solo, por responsabilidad de los medios sino hay una responsabilidad por parte de los padres que hablen con sus hijos sobre lo que están viendo y por el lado de la escuela que en el currículo nacional se exige que hayan módulos en cada nivel sobre el consumo de medios, esto llevas ya hace varios años, pero en instituciones públicas estatales se han repartido televisores y los profesores y los profesores lo usan para ver videos documentales, videos en inglés, pero no para analizar el contenido

Hemos hecho algunos trabajo de campo en el que hemos preguntado a los docentes si están preparados sobre cómo darle herramientas a los chicos para que ellos puedan construir un pensamiento crítico y no se ha dado, ahora, en la instituciones privadas si se da, pero en todas por ejemplo esto si se está dando.

He tenido la oportunidad de conversar con algunos docentes que instituciones privadas y esto se da pero igual veo que no es generalizado o sea no hay una Educomunicación en y a través de los medios de comunicación que tiene que ver con la alfabetización mediática en cómo enseñarle al adolescente o al niño a ver a consumir medios llámese todo lo audiovisual que no solo se

trasmite a través de la televisión sino también a través de internet de diferentes pantallas.

Te instruye en como consumir los medios y sus contenidos, porque no se puede evitar que los chicos estén frente a esta clase de contenido, porque si está en su casa sus padres lo pueden controlar, pero que pasa si está en la casa del amigo o se va a su cuarto con la computadora también ahí los padres no se dan cuenta o estoy en la calle en algún restaurante y están dando este tipo de programa y no puedes evitar que lo vean.

Entonces es enseñarles como analizar el contenido que te dan diferentes tipos de programas desde noticieros, desde el discurso audiovisual que se da y es algo que se está dando en otros países, pero acá como te digo no se ve gran avance más que nada por el lado público y por el lado privado aún si existen pero son muy localizados, tampoco es que hayan investigaciones sé que hay muy pocas al respecto, entonces hace falta mucho pero eso, sería una tarea que debe o debería priorizar en el sentido en el que se dé o cumpla el módulo de educación en medios de comunicación.

Esto podría ayudar pero habría que saber si es que esta se está dando adecuadamente, sé que ahora los profesores que se educan que están tomando clases de maestría en educación tienen en sus contenidos, estas metodologías habría que hacer un estudio al respecto.

Entrevista de profundidad (6)

Dirigida a la especialista en Teleducación

Sra. Gloria Elena Mardini Elliot



Figura 6.(Especialista en Teleducación, 2011)

1. ¿Considera que en la actualidad el rol de la televisión como medio de comunicación es fundamentalmente educador?

No lo es, ni nunca lo ha sido, su principal rol es el entretenimiento que ayuda a evitar la patología social, su otro rol es la información veraz y oportuna y **el tercer rol es el de contribuir a la promoción de la cultura y de colaborar con la educación de la sociedad especialmente en lo que se refiere a la formación y preservación de valores humanos, la identidad nacional, el desarrollo comunal, mejorar la acción educativa del Estado y la promoción de la cultura.**

Lo menciona la Constitución Política del Perú en el último párrafo del Artículo 14: "Los medios de comunicación social deben colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural".

2. ¿Qué grado de importancia tiene la televisión en la educación y formación de un niño, adolescente y joven?

Recordemos que: La familia, la escuela y la Iglesia son las instituciones responsables de transmitir formación en valores, cultura, educación.

Dadas las características de la televisión: imagen en movimiento, color y sensación de realidad tiene un alto poder de penetración e influencia porque el niño y el adolescente que se dispone a ver televisión está en una situación de relajamiento total y ello permite que haya una mayor aceptación de todo lo que ve y oye sin ninguna barrera ni análisis.

- 3. ¿Considera que hay algún tipo de programa televisivo nacional que contribuya a un aprendizaje lúdico en los adolescentes?**

En canal 7 los programas IPE cuentan con espacios que con el juego, el drama contribuyen al aprendizaje de cultura general, lo que si hay que indicar que en su mayoría son programas de otros países.

- 4. ¿Cuáles son los ejes de la televisión, que deberían ser mejor explotados para una influencia positiva en la formación de un adolescente?**

Se puede considerar dos aspectos fundamentales elevar el nivel creativo de la producción y mejorar la calidad de contenidos. En este nivel de contenidos sería la actualización de cultura general, salud, identidad nacional, valores humanos de carácter social, Avances tecnológicos, seguridad ciudadana de prevención de desastres, cuidado del medio ambiente.

- 5. En particular, ¿considera que los realitys juveniles se han convertido en agentes distorsionadores de formación de niños y adolescentes?**

El formato de reality no es malo, al contrario es una opción que descansa en la participación de gente de la realidad en una situación real por ejemplo “El último pasajero”. **Por lo que observamos los programas como “Combate”, “Esto es Guerra” dan valor a la competencia, al esfuerzo personal y al trabajo en equipo, pero afectan seriamente los valores con el chisme y la exposición de la vida íntima de los participantes. Por lograr rating los productores de programas de espectáculos distorsionaron el sentido en vez dar a conocer el desarrollo del teatro, la música, las diferentes formas de expresión artística y cultural, usan a los actores y personas de la farándula o del espectáculo en TV para descubrir su vida íntima, sus relaciones amorosas que la verdad a nadie le debieran interesar. Han hecho del chisme una forma de trabajo denominando a personas del espectáculo como “persona pública”, lo que es falso.**

- 6. Según su consideración, ¿qué tipo de formato televisivo recomendaría para la educación de los adolescentes?**

Los formatos más aceptados son los de ficción como el drama, El reportaje, el documental, el docudrama pero también el spot para cosas puntuales. La verdad que los formatos no son el problema sino los contenidos y objetivos.

- 7. ¿Considera que el avance tecnológico representa una frontera frente al avance educativo?**

No, al contrario la teleeducación, puede utilizar los medios más modernos y estar actualizada en el uso de las bondades de los medios tecnológicos para elevar el nivel educativo y cultural dela población nacional.

Marshall McLuhan en 1964 dijo: “Situando nuestros cuerpos físicos en el centro de nuestros sistemas nerviosos ampliados con la ayuda de los

medios electrónicos, iniciamos una dinámica por la cual todas las categorías anteriores, que son meras extensiones de nuestro cuerpo, incluidas las ciudades, podrán traducirse en sistemas de información”.

8. ¿Cómo lidia la teleeducación con el uso excesivo de celulares, tabletas y otros, siendo estos algunos de sus soportes para realizar actividades de acción formativa?

Todo dependerá del estudio de quiénes son los usuarios, dónde se encuentran y qué contenidos se les hará llegar. **Se elige un medio maestro, un medio auxiliar y un medio de refuerzo o desarrollo de temas difíciles.**

9. ¿Cuál sería la propuesta de un modelo educativo enfocado en medios, que pudiera abrir la posibilidad de construir un mejoramiento en la actualidad?

Uno que sea de múltiples programas, con sus propios objetivos y contenidos que sean dirigidos a mejorar el nivel cultural y la práctica de valores humanos y sociales. En segundo lugar colaborar con elevar la calidad educativa que se da en los centros educativos y en tercer lugar ayudar a ampliar el alcance del sistema educativo a las zonas más alejadas del país donde no hay escuelas.

Reseña profesional



Es Licenciada en Educación y especialista en Teleducación. Siguió cursos de Tecnología educativa y producción de televisión en el Centro Multinacional de la OEA en INRAVISION, Bogotá, Colombia. En el Centro de Entrenamiento de Radio Nederland en Hilversum - Holanda. En el Perú diversos cursos con expertos de la UNESCO, de la NHK y otros.

Trabajó en TEPA- Telescuela Popular Americana de Arequipa en 1962 y luego en el INTE- Instituto Nacional de Teleducación del Ministerio de Educación en Lima.

Fue telemaestra, guionista, productora y directora de cámaras de programas de televisión, Radio e impresos. Directora de Diseño y Creación, Directora de Proyectos, Directora Adjunta del INTE -Instituto Nacional de Teleducación.

En 1989 como directora de Proyectos del INTE tuvo la idea inicial y elaboró con la especialista de planificación y un ingeniero de comunicaciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el Proyecto de Teleducación por satélite del Ministerio de Educación cuyo costo fue de más de 7 millones de dólares americanos financiados por el BID.

Desde 1994 fue docente en la Universidad Jaime Bausate y Meza, institución que en la memoria de sus 50 años (pág. 61) la considera como uno de los profesores de gravitación en la calidad de la enseñanza de esta casa de estudios, como docente del curso Periodismo Televisivo y Taller de Audiovisuales, Taller de Especialización en cámara y Talleres de Expresión Oral y Locución. Elaboró los primeros Manuales de Periodismo Televisivo I y II del Programa de Educación a Distancia – PROED- en 1994 - 1995

3.3 Prueba de hipótesis.

Con la finalidad de comprobar las hipótesis de la presente investigación se utilizó la prueba de estadística de Chi cuadrado (siendo el estadístico de prueba utilizado $\chi^2 = \sum_{i=1}^h \sum_{j=1}^k (X_{ij} - E_{ij})^2 / E_{ij}$ el cual se puede probar que se distribuye según una variable Chi-Cuadrado con $(r-1) \times (c-1)$ grados de libertad, donde rechaza la hipótesis nula a favor de la hipótesis alterna con $(1 - \alpha) \times 100\%$ de confianza si $\chi^2 > \chi_{\alpha(r-1)(c-1)}^2$).

El sistema educativo estuvo comprendido en los grados de estudios 3°, 4° y 5° de educación secundaria constituida por estudiantes de 14, 15 y 16 años de edad, mientras que los estereotipos difundidos por el programa Esto es Guerra fueron diferenciados en estereotipos de belleza, comunicacionales y aspiracionales.

HIPÓTESIS SECUNDARIA 1

“El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos de belleza difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016”.

HIPÓTESIS NULA

H_0 = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano no evitaría la influencia de estereotipos de belleza difundidos en el programa “EEG La Revancha”

HIPÓTESIS ALTERNATIVA

H_a = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos de belleza difundidos en el programa “EEG La Revancha”

De la tabla general 3, se tiene que el 73,0% de los encuestados no asumen ningún tipo de estereotipo de belleza transmitidos por el programa Esto es guerra.

Este porcentaje es mayor en los adolescentes de 4° grado de estudios (el 85,4% de los adolescentes de 4° no asumen ningún estereotipo de belleza, frente al 63,6% de los adolescentes de 3°). El 27% de los encuestados mostrarían alguna disposición hacia algún estereotipo de belleza, y este porcentaje es mayor en los adolescentes del 3° grado de estudios. Por tanto, el sistema educativo expresado en el grado de estudios si explica la influencia de los estereotipos de belleza difundidos en el Programa Esto es Guerra.

Estos resultados nos ayudan a entender que la presencia de los estereotipos de belleza depende del sistema educativo, en este caso los grados 3°, 4° y 5° considerados.

TABLA GENÉRICA 1
Estereotipo_belleza*grado de estudios

		GRADO DE ESTUDIOS			Total
		3°	4°	5°	
ESTEREOTIPO_BELLEZA	No	56 63,6%	35 85,4%	39 79,6%	130 73,0%
	Si	32 36,4%	6 14,6%	10 20,4%	48 27,0%
Total		88 100,0%	41 100,0%	49 100,0%	178 100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	8,182 ^a	2	,017
Razón de verosimilitud	8,430	2	,015
Prueba exacta de Fisher	7,991		
Asociación lineal por lineal	5,183 ^b	1	,023
N de casos válidos	178		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5.

Hay una nota al pie de la última tabla de chi cuadrado que nos indica que todas las casillas de la tabla de contingencia cumplen la condición de validez.

El valor del estadístico del contraste es 8,182. El p-valor asociado a este valor es 0,017. Por lo tanto a un nivel de significación del 0,05 deberemos rechazar la hipótesis nula de independencia, y aceptar la hipótesis de trabajo. Por lo tanto concluimos que El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos de belleza difundidos en el programa “EEG La Revancha”.

Por tanto, la hipótesis secundaria 1 queda comprobada por medio de los ítems 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7, de la encuesta aplicada (prueba Chi cuadrado, con $p < 0,05$), así como las preguntas 6, 7, 8 y 9 de las entrevistas aplicadas a la Directora, Docente, Madre de familia pertenecientes a la institución educativa, aquí se revela que los estereotipos de belleza no llegan a influenciar a estudiantes pertenecientes al sistema educativo del colegio San Columbano. Se destaca las coincidencias entre la directora, docente y madre de familia en que el adolescente tanto en su rol de estudiante e hijo no son afectados por los contenidos que brinda a diario este programa y que este tipo de estereotipos no surte ninguna repercusión en ellos, por el contrario suelen ser muy críticos ante este tipo de contenidos debido a que: en primer lugar la orientación paternal en casa, segundo por la institución que conserva como base esencial preservar valores como: la solidaridad, el respeto y amor al prójimo, destacando siempre un liderazgo personal, en tercer lugar resguardar el libre, pero encaminado desenvolvimiento de la identidad del adolescente y desarrollar en toda su malla curricular el sentido crítico, sin juzgamientos pero enfocados en el aprendizaje continuo en todas las áreas del conocimiento, inclusive, nuevos inconvenientes que pueden resultar en mayores conflictos. En suma, no existe afectación relevante que haya sido de carácter negativo.

HIPÓTESIS SECUNDARIA 2

“El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos comunicacionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016”.

HIPÓTESIS NULA

H_0 = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano no evitaría la influencia de estereotipos comunicacionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”

HIPÓTESIS ALTERNATIVA

H_a = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos comunicacionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”

De la Tabla general 4, se tiene que el 57,9% de los encuestados no asumen ningún tipo de estereotipo comunicacional transmitidos por el programa Esto es guerra. Este porcentaje es mayor en los adolescentes de 4° grado de estudios (el 70,7% de los adolescentes de 4° no asumen ningún estereotipo comunicacional, frente al 47,7% de los adolescentes de 3°) El 42,1% de los encuestados mostrarían alguna disposición hacia algún estereotipo comunicacional, y este porcentaje es mayor en los adolescentes del 3° grado de estudios. Por tanto, el sistema educativo expresado en el grado de estudios si explica la influencia de los estereotipos comunicacionales difundidos en el Programa Esto es Guerra. Estos resultados nos ayudan a entender que la presencia de los estereotipos comunicacionales depende del sistema educativo, en este caso los grados 3°, 4° y 5° considerados.

TABLA GENÉRICA 2
Estereotipo_comunicacional*grado de estudios

		GRADO DE ESTUDIOS			Total
		3°	4°	5°	
ESTEREOTIPO_COMUNICACIONAL	No	42 47,7%	29 70,7%	32 65,3%	103 57,9%
	Si	46 52,3%	12 29,3%	17 34,7%	75 42,1%
Total		88 100,0%	41 100,0%	49 100,0%	178 100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	7,606 ^a	2	,022
Razón de verosimilitud	7,692	2	,021
Prueba exacta de Fisher	7,508		
Asociación lineal por lineal	5,015 ^b	1	,025
N de casos válidos	178		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5.

Hay una nota al pie de la última tabla de chi cuadrado que nos indica que todas las casillas de la tabla de contingencia cumplen la condición de validez.

El valor del estadístico del contraste es 7,602. El p-valor asociado a este valor es 0,022. Por lo tanto, a un nivel de significación del 0,05 deberemos rechazar la hipótesis nula de independencia, y aceptar la hipótesis de trabajo. Por lo tanto, concluimos que El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos comunicacionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”.

Por Tanto, la hipótesis secundaria 2 queda comprobada por medio de los ítems 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16, de la encuesta aplicada (prueba Chi cuadrado, con $p < 0,05$), así como las preguntas 6, 7, 8 y 9 de las entrevistas aplicadas a la Directora, Docente, Madre de familia pertenecientes a la institución educativa, aquí se revela que los estudiantes

mayoritariamente no tienen reacciones, no usan jergas, ni tienen actitudes parecidas a los participantes del reality Esto es Guerra, no genera en ellos mayor trascendencia que el estar en desacuerdo con ciertos comportamientos de violencia física y arrebatos descontrolados, además del desagrado por cómo se trata a la mujer en ciertas circunstancias durante dicho programa.

Además, los entrevistados coinciden que los chicos de esta formación educativa católica en el IE. San Columbano no solo disuade a sus estudiantes de este tipo de comportamientos y actitudes sino que además forja en ellos el desarrollo de su autonomía y autoestima revalorándose siempre como un ser único e invaluable.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 3

“El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano bloquea el deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático como los del programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016”.

HIPÓTESIS NULA

H_0 = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano no evitaría la influencia de estereotipos aspiracionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”

HIPÓTESIS ALTERNATIVA

H_a = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos aspiracionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”

De la tabla general 5, se tiene que el 71,9% de los encuestados no asumen ningún tipo de estereotipo aspiracional transmitidos por el programa Esto es guerra. Este porcentaje es mayor en los adolescentes de 5° grado de estudios (el 83,7% de los adolescentes de 5° no asumen ningún estereotipo aspiracional, frente al 62,57% de los adolescentes de 3°). El 28,1% de los

encuestados mostrarían alguna disposición hacia algún estereotipo aspiracional, y este porcentaje es mayor en los adolescentes del 3° grado de estudios. Por tanto, el sistema educativo expresado en el grado de estudios si explica la influencia de los estereotipos aspiracionales difundidos en el Programa Esto es Guerra. Estos resultados nos ayudan a entender que la presencia de los estereotipos aspiracionales depende del sistema educativo, en este caso los grados 3°, 4° y 5° considerados.

TABLA GENÉRICA 3
Estereotipo_aspiracional*grado de estudios

	GRADO DE ESTUDIOS			Total
	3°	4°	5°	
ESTEREOTIPO_ASPIRACIONAL No	55	32	41	128
	62,5%	78,0%	83,7%	71,9%
Si	33	9	8	50
	37,5%	22,0%	16,3%	28,1%
Total	88	41	49	178
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	7,979 ^a	2	,019
Razón de verosimilitud	8,188	2	,017
Prueba exacta de Fisher	7,824		
Asociación lineal por lineal	7,560 ^b	1	,006
N de casos válidos	178		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5.

Hay una nota al pie de la última tabla de chi cuadrado que nos indica que todas las casillas de la tabla de contingencia cumplen la condición de validez.

El valor del estadístico del contraste es 7,979. El p-valor asociado a este valor es 0,019. Por lo tanto a un nivel de significación del 0,05 deberemos rechazar la hipótesis nula de independencia, y aceptar la hipótesis de trabajo. Por lo tanto concluimos que El sistema educativo impartido a los estudiantes de

entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos aspiracionales difundidos en el programa “EEG La Revancha”.

Por tanto, la hipótesis secundaria 3 queda comprobada por medio de los ítems 17, 18, 19, 20, 21, 22 y 23, de la encuesta aplicada (prueba Chi cuadrado, con $p < 0,05$), así como las preguntas 1, 3, 4, 5, 6 y 9 de las entrevistas aplicadas a la Directora, Docente, Madre de familia, pertenecientes a la institución educativa. Aquí coinciden en que no hay un deseo por ser como un guerrero, en el sentido de verse como ellos que implicaría realizarse algún cambio en su físico, dejando claro que no está mal pretender verse bien o mantener un buen estado físico, además se evidencia que no se contempla aspirar ser como ellos en su forma vida extravagante y egocéntrica.

HIPÓTESIS GENERAL

“El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016”.

HIPÓTESIS NULA

H_0 = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano no evitaría la influencia de estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”

HIPÓTESIS ALTERNATIVA

H_a = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”

De la tabla genérica 4, se tiene que el 69,1% de los encuestados no asumen ningún tipo de estereotipo transmitidos por el programa Esto es guerra. Este porcentaje es mayor en los adolescentes de 5° grado de estudios (el 83,7% de los adolescentes de 5° no asumen ningún estereotipo, frente al 58% de los adolescentes de 3°). El 30,9% de los encuestados mostrarían alguna

disposición hacia algún estereotipo, y este porcentaje es mayor en los adolescentes del 3° grado de estudios. Por tanto, el sistema educativo expresado en el grado de estudios si explica la influencia de los estereotipos difundidos en el Programa Esto es Guerra. Estos resultados nos ayudan a entender que la presencia de los estereotipos depende del sistema educativo, en este caso los grados 3°, 4° y 5° considerados.

TABLA GENÉRICA 4
Estereotipo*grado de estudios

		GRADO DE ESTUDIOS			Total
		3°	4°	5°	
ESTEREOTIPO	No	51 58,0%	31 75,6%	41 83,7%	123 69,1%
	Si	37 42,0%	10 24,4%	8 16,3%	55 30,9%
Total		88 100,0%	41 100,0%	49 100,0%	178 100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	10,808 ^a	2	,004
Razón de verosimilitud	11,185	2	,004
Asociación lineal por lineal	10,416	1	,001
N de casos válidos	178		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 12,67.

Hay una nota al pie de la última tabla de chi cuadrado que nos indica que todas las casillas de la tabla de contingencia cumplen la condición de validez. Al pedir el chi cuadrado SPSS nos da su valor, que se calcula al poner en relación los valores observados con los esperados.

El valor del estadístico del contraste es 10,808. El p-valor asociado a este valor es 0,004. Por lo tanto, a un nivel de significación del 0,05 deberemos rechazar la hipótesis nula de independencia, y aceptar la hipótesis de trabajo. Por lo tanto, concluimos que El sistema educativo impartido a los estudiantes

de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”.

Por tanto, la hipótesis principal queda automáticamente probada al comprobarse las hipótesis específicas que la componen, según los resultados obtenidos en la encuesta y la entrevista. Es decir, la afectación de los estereotipos tanto de belleza, comunicacionales y de aspiración en el desarrollo de los adolescentes habría sido nula, pues no existe mayor influencia a su favor de este de estereotipos difundidos en el programa, por el contrario, produjo una evidencia muy notoria de la eficacia en la ejecución del sistema educativo de la institución educativa católica San Columbano dejando claro que cumple con su deber y tareas diarias formando año con año a estudiantes con un alto sentido crítico no solo de este tipo de programas sino con todo el medio que lo rodea.

Asimismo, se considera que contribuye a la demostración de esta hipótesis los ítems 5, 6, y 7 de la entrevista aplicada a la representante del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCOR TV), además de la entrevista a la docente y Teleducadora Gloria Mardini Elliot quienes coinciden en el hecho que si se están haciendo cosas para cambiar esta posible afectación de estereotipos en adolescentes, pero que resulta fundamental la acciones que desarrollen los padres a través de la orientación constante, seguido de una formación basada en valores pero principalmente en el desarrollo del sentido crítico, haciendo énfasis en el análisis frente a los medios de comunicación, así pueden no solo ver la televisión sino distinguir entre lo bueno y malo que puede haber en los contenidos.

En esta línea, se ha evidenciado que instituciones como el San Columbano, motivan el desarrollo de un pensamiento analítico y crítico dando lugar a estudiante que no se sientan afectados por estereotipos transmitidos en programas de televisión en este caso los realitys de competencia.

3.4 Discusión de resultados.

Visto los resultados de los instrumentos de investigación, se observó que el televisor como objeto y la televisión como concepto son elementos que están íntimamente involucrados en el desenvolvimiento de los actores de la sociedad. Mardini en la entrevista 6 y del ítem 1 menciona

“...el tercer rol de la televisión es el de contribuir a la promoción de la cultura y de colaborar con la educación de la sociedad especialmente en lo que se refiere a la formación y preservación de valores humanos, la identidad nacional, el desarrollo comunal, mejorar la acción educativa del Estado y la promoción de la cultura.”

Ahora bien, se debe tener en claro que existe una diversidad de formatos híbridos, distorsionados en su forma y fondo, como además, lo sostiene Mardini en la entrevista 6, del ítem 5, menciona:

“...programas de espectáculos distorsionaron el sentido del formato reality, en vez de dar a conocer el desarrollo del teatro, la música, las diferentes formas de expresión artística y cultural...”

Este es el caso del programa Esto es Guerra, que siendo un formato de *reality*, vino a ser un *reality show* de competencia. Pues bien en esencia el formato no es el punto clave, que quiebra lo que se le brinda al público en general, sino es productor en sus funciones, y punto de vista, quien decide finalmente cómo será el tratamiento de contenido del programa, así es como nace Esto es Guerra, como una adaptación y transformación final de un formato extranjero.

El programa Esto es Guerra tiene una dinámica televisiva, definida en dos equipos, leones y cobras, un jefe, artistas invitados y dos conductores que guían las diferentes secuencias, divididas en competencias (juegos) físicas.

Los guerreros poseen una serie de características físicas, sociales y de comunicación que los coloca como aptos para este tipo formato. Aquí intervienen los estereotipos que mediante su imagen cada uno de ellos

proyecta en el público televidente, que, según un estudio de CONCORTV, el 52,8% de los niños y adolescentes quisiera ser como el personaje que admira en la televisión, entonces, son el público al que más afecta este tipo de formato televisivo, esto lo confirma, Florián, representante de CONCOR TV en la entrevista 5 del ítem 1, menciona:

“...obtuvimos que, efectivamente sus programas favoritos eran de este tipo de formato reality de competencia y también sus personajes favoritos.”

Los adolescentes son un público muy propenso en su esencia a consumir medios de comunicación y según un estudio a nivel nacional que realizó Calandria para CONCOR TV, hay un 99,8% de adolescentes de 12 a 16 años que consume televisión.

En este escenario, se planteó diversos cuestionamientos a los estudiantes de entre 14 y 16 años de edad de 3°, 4° y 5° de secundaria de la institución educativa San Columbano. Al adolescente se le cuestionó “Si le gustaría parecerse a físicamente a un guerrero” porque se consideró que los estereotipos son importantes para el desarrollo de los individuos en una sociedad, sobre esto Gonzales, menciona es su trabajo lo siguiente:

.... función muy importante para la socialización del individuo que facilitan la identidad social, la conciencia de pertenecer a un grupo social, ya que el aceptar e identificarse con los estereotipos dominantes en dicho grupo es una manera de permanecer integrado en él. Estas actitudes de integración son realizadas en la infancia y la juventud de forma espontánea ya que forman parte del crecimiento en grupo y ciudadanía. (Gonzales Gabaldón, 1999)

Teniendo en cuenta esto, y considerando la influencia importante de la televisión como agente socializador en los adolescentes, fue necesario consultar en particular por el programa Esto es Guerra, ya que las imágenes proyectadas constantemente a través de sus participantes son de estereotipos negativos. Así mismo se visualizó que, tanto hombres como mujeres tienen rasgos caucásicos, que no son precisamente el fenotipo peruano, además que, son rubios o rubias, con cuerpos exuberantes, musculosos en el caso de los

varones, y senos y nalgas protuberantes en el caso de las mujeres. Todos estos cuerpos acompañados de un excesivo uso de maquillaje y poca vestimenta que lleva a pensar al público que se trata de un estereotipo “ideal” de belleza en un hombre y una mujer.

Ante este primer cuestionamiento a los adolescentes, se obtuvo la respuesta de 129 estudiantes de un total 178 que, no les gustaría parecerse a un participante de Esto es Guerra, respuesta que se puede evidenciar en la Tabla N°1, con un porcentaje de 72,5%, esto se debió a que, en el entorno socializador del adolescente se activaron otros agentes socializantes que dominaron, en este caso, la escuela, padres de familia y grupos de pares. Esto va acorde a lo que la Teleducadora Mardini, en la entrevista 6, del ítem 2 menciona:

Recordemos que: La familia, la escuela y la Iglesia son las instituciones responsables de transmitir formación en valores, cultura, educación.

Entonces, se puede considerar que, los adolescentes, pueden ver este contenido, sin embargo, deciden no seguir los parámetros de este tipo de estereotipo, que a gran escala el sistema mundial impone a través de la televisión, esto es parte además, de la teoría del hombre Unidimensional de Marcuse quien sustenta, que el fin de consumir estos contenidos es hacer seres con cerebros planos, vale decir personas sin crítica, ni razón a diferir de lo que suceda en su entorno.

Además, como se menciona el factor educación, es relevante, sobre todo en la comunicación docente – estudiante, porque este le trasmite no solo conocimiento, sino ideas, pensamientos, que influyen en sus propios criterios. Esto es plenamente avalado en la teoría de los Aparatos ideológicos del Estado de Althusser, quien sustenta que la escuela es un elemento que trasmite ideas y conocimiento para un fin mayor, ahora, bien el docente Carrión en la entrevista 3, ítem 8 menciona:

En el San Columbano, se trabaja algo muy importante, que es el pensamiento crítico, esto hace que el colegio y su sistema sean diferentes al resto de instituciones

educativas. El desarrollo del pensamiento crítico en base a el discernimiento y valores se aplican en diferentes áreas y los alumnos aprenden a investigar y argumentar. Esto en mi experiencia diría que vendrían a ser algunos de los factores más importantes que explicarían por qué el alumno de San Columbano no llegue a caer en la trampa de estos programas televisivos o esos seudos programas.

Entonces, se coincide con Althusser en que la escuela es un elemento importante e influenciador en los alumnos, en este caso, como un factor de influencia en la crítica de los estudiantes con respecto a todo lo que lo rodea, haciéndolo participe desde su propio rol como escolar.

En la pregunta 2 del cuestionario se le planteó al estudiante el estilo que lleva un guerrero, en lo que se le describió lo siguiente: Los guerreros se visten a la moda, con ropa de marca y perfumes caros. ¿Te gustaría vestir y tener las mismas cosas que ellos? Se consideró esta pregunta porque el estereotipo de belleza es amplio e incluye en la forma que como se ven los guerreros, en cuanto a su vestimenta de moda, o de marca exclusiva, u objetos que decoren su cuerpo, como accesorios, relojes, lentes, etc., que surten de modelo para los adolescentes.

Al aplicar el cuestionario, encontramos que 99 estudiantes representados en un 55,6 % manifestó que, no les gustaría vestir, ni tener los mismos objetos que los guerreros, lo que demuestra que los estudiantes no visten con ropa a la moda o lucida por los guerreros. Además que, las marcas no son un factor decisivo al portar una prenda.

Por otra parte, se observa un 44% de estudiantes que podrían seguir estas tendencias, lo que hace notar que el adolescente es bastante proclive en su esencia a guiarse por modelos. Esto demuestra que, el adolescente no escapa de la influencia de la televisión y sus modelos de mujeres, pero aun así, este es un acto común y característico en la etapa de la adolescencia, pues se encuentra en la búsqueda de su propia identidad.

Los estereotipos invitarían a que el estudiante siga las formas en que se visten los guerreros, sin embargo se observó que logran descifrar que, finalmente estos modelos de ropa siguen siendo partes superficiales de un personaje de y que la tendencia a la moda y la forma en que lucen su cuerpos, son parte de la dinámica que se siguen durante el programa, por tanto no siguen estos parámetros de belleza.

En la pregunta 3 del cuestionario, se le planteó al estudiante el estilo que lleva un guerrero, en lo que se le describió lo siguiente: Los guerreros usan un look muy moderno y atrevido. ¿Te gustaría tener un look como el de ellos? Se decidió emplear este tipo de pregunta porque es una ampliación del estereotipo de belleza presente en los participantes de Esto es Guerra. Se consideró que la forma en que se arreglan cada uno los guerreros es muy especial y particular, puesto que su imagen sería acordes al de un adolescente. Además, se considera que dicha imagen se desarrolla desde cómo llevan el cabello, pasando por el maquillaje, hasta la forma en que lucen los zapatos que portan en cada presentación del programa.

Al visualizar el resultado de la encuesta, encontramos que 144 estudiantes representados en un 79,2% manifestaron que, no les gustaría tener un look como el de los guerreros, dejando solo a 37 estudiantes representados un 20,8% que podría usar un look como el de los guerreros.

Lo que demuestra que, los estudiantes tienen el criterio para diferenciar estas características de modelos estereotipados. Así mismo que los adolescentes no están pendientes de imitar el mismo corte de cabello que lleva un guerrero, o copiar el tipo de maquillaje que usa por ejemplo Sheila Rojas(guerrera), ni el calzado que usa un guerrero como Patricio Parodi.

De la misma manera, los estudiantes miran televisión desde una perspectiva distinta, que les permite no solo distinguir las imágenes de los guerreros como prototipo de belleza negativo, sino también diferenciarlos en otro tipo de formatos de entretenimiento como magacines, o espectáculos, pues comparten los mismos estereotipos de belleza en sus personajes.

Además, es importante mencionar que el discurso audiovisual que se maneja en este tipo de programa promueve e impulsa estereotipos de mujer ideal. Se maneja un lenguaje con planos medios, cuerpo entero y detalle en los que se resalta la figura y todo lo mencionado respecto al *look* del popular guerrero.

Se continuó con la pregunta 4 en la que se le cuestiona al adolescente, lo siguiente: Si te dieran la oportunidad de ejercitarte en un gimnasio para tener un cuerpo como el de los guerreros ¿lo harías?. Se le planteó al estudiante una pregunta de esta índole, porque observamos que los cuerpos muy bien trabajados y torneados de los guerreros, engloban un estereotipo común y presente en este tipo de reality juvenil. Además, consideramos que brinda una perspectiva general sobre la presencia de este estereotipo en otro tipo de programas de entretenimiento.

La respuesta del adolescente se manejó con un resultado de 114 representados en un 64% estudiantes que les gustaría acudir a un gimnasio para ejercitar su cuerpo.

Hay que considerar que el estudiante se encuentra en la etapa de la adolescencia, por tanto es sensible a los estereotipos que le otorga la sociedad, la familia y todo su entorno social próximo, Esto, bien lo detalla (Cooper, 1996), citado por (Donas Burak, 2001) pág. 152, donde menciona *“Por otro lado la influencia que ejercen los grupos sociales pares, son relevantes porque funcionan como modelos de conducta donde hay ciertas normas sociales que deben ser aceptadas y adoptadas para alcanzar el sentido de pertenencia ha determinado grupo”*, del mismo modo que, es parte de su desarrollo y búsqueda de identidad e integración ciudadana.

Entonces, este porcentaje se debe a que, el adolescente desea poseer, como cualquier otro, un cuerpo con una figura que considere agradable, en el que las vestimentas que pretenda usar le queden bien y su aspecto físico sea agradable. De esta manera el estudiante manifiesta solo deseo o aspiración de una mejor apariencia como parte de su desarrollo como adolescente.

También, se encontró una contundente respuesta frente al siguiente cuestionamiento 5: Como guerreros tienen la posibilidad de realizarse cirugías plásticas, como aumentarse de busto, derrier, o perfilarse la nariz entre otros. ¿Te gustaría poder realizarte alguna cirugía como los guerreros?

Se planteó esta pregunta porque se evidencia que en su gran mayoría las participantes de Esto es Guerra, y de todos los programas de entretenimiento se han realizado una cirugía en los glúteos y senos, o al menos un perfilamiento de nariz. Además se recurre a estos recursos para mejorar su apariencia puesto que este es un requisito para poder participar de este tipo de reality.

Los adolescentes, manifiestan en un número de 162 estudiantes y con un porcentaje de 92% que no le gustaría realizarse alguna cirugía como lo hacen los guerreros, y solo se manifestó que 16 estudiantes representados en un 9 % podrían realizarse algún tipo de cirugía.

Ante estos resultados, se infiere que los adolescentes no desean cambiar su apariencia física a través de cirugías plásticas. Además, mediante la observación los estudiantes manifestaron estar en desacuerdo en la forma exagerada en cómo se veían principalmente los cuerpos de las participantes de dicho reality de competencia.

Así, los estudiantes se muestran conformes con la forma en la que se ve su cuerpo, y por el contrario critica los modelos planteados por este tipo de programa televisivo.

De esta manera, se realizó la pregunta 6, donde se plantea lo siguiente: Las guerreras usan vestidos, blusas y faldas muy cortas. Si eres mujer ¿Te gustaría vestirse de la misma manera? y si eres hombre ¿Te gustaría que las mujeres se vistieran como una guerrera?

Se plantea esta interrogante porque consideramos que el estereotipo de belleza que se encuentra presente en el reality Esto es Guerra, a través del

vestuario que luce cada participante. Llama a atención porque los trajes son diminutos y motivan a la exhibición, dejando ver piernas, nalgas y hasta cierto punto el busto de las participantes del reality. Esto ocasionaría que, el adolescente sea incentivado una a la erotización innecesaria.

Se obtuvieron respuesta de 153 estudiantes, representados en un 86% que no les gustaría lucir este tipo de prendas, y solo 25 estudiantes, representados un 14% que podría usar este tipo de prendas. Lo que demuestra que los parámetros de este esteritos no son aceptados por los adolescentes. Permitiendo inferir que los estudiantes prefieren otro tipo de vestimenta acorde a su gusto personal.

Además, el adolescente difiere en que se tenga que exhibir el cuerpo de la mujer y del hombre de manera innecesaria. Así mismo, que el adolescente no formaría parte del efecto de erotización que posee en su fórmula televisiva el reality juvenil. Debido a eso, se consigue disuadir en cierta medida importante caer en una especie de culto al cuerpo.

De la misma manera, se afirma que el objetivo de estos estereotipos en forma de guerreros y guerreras vestidos en ropas diminutas, es justamente influenciar en su público. Salvo que, esta influencia se lleva a cabo en función de la publicidad que producen y por ende por la cantidad de números de rating que consigue. Por el contrario, los productores deberían considerar criterios en los contenidos a producir, además de tomar en cuenta el rol informativo y educador que posee la televisión para la sociedad.

A modo más general de los resultados de los instrumentos de investigación, se demostró según gráfico general 3 que de 130 estudiantes en representados en un 73.03% no están siendo influenciados por los estereotipos de belleza.

Esto se debe a que la televisión, el formato de reality y su tratamiento temático no causa un efecto contrario, salvo el de entretener o distraer la mente

por un determinado tiempo, pero no influencia de manera determinante en el modelo físico y de apariencia de los estudiantes.

La forma en la que el adolescente se relaciona con la sociedad, y la televisión es en este de una apreciación y análisis, previo que lo ayuda a discernir ciertos lineamientos impuestos por los programas reality. Haciendo frente a lo que busca en reiteradas ocasiones la televisión a través de las dinámicas televisivas y de sus hibridados formatos que es adormilar a la población hasta volverla una masa sin opinión ni opción a reclamo.

Por otro lado, se le cuestionó al adolescente sobre los estereotipos de tipos comunicacionales en lo que tomamos en cuenta el uso de palabras ofensivas, de actitudes típicas en los guerreros, formas de expresión, situaciones en la que el personaje tiene reacciones violentas y ofuscadas así como, también, el empleo de frases en doble sentido en relación amical entre guerreros, y por último las cualidades que tienen bajo su propia consideración un personaje de esto es guerra.

Ante esto se obtuvo, según la tabla general 4 que en promedio 103 estudiantes representados en un 57,9% no están siendo influidos por los estereotipos comunicacionales y en contra parte un 44% de estudiantes se mostraron asequibles que este tipo estereotipo.

Continuando con la pregunta 8 sobre los estereotipos comunicacionales, se le cuestionó al adolescente, lo siguiente: ¿Te gustaría hablar como se expresan los guerreros?

Esta pregunta nace, de la presencia de ciertas características en la formas en la que comunicación e interacción entre si los guerreros en lo que se ha detectado actitudes agresivas, uso de apodos y personalidades con rasgos negativos.

Se desprende que 169 estudiantes representados en un 94.9%, manifiesta que no le gusta expresarse como un guerrero, esto infiere que el

adolescente ha podido ver imágenes en las que los guerreros usan estas formas expresión y el estudiante determino que no las usaría. Esto también infiere que, los estereotipos de este tipo no influyen de manera determinante en los adolescentes.

Así mismo, se obtuvo que 124 adolescentes asigno un rasgo negativo en la personalidad de los denominados guerreros, En este caso fue en el de *ser presumido*. Esto hace pensar que el adolescente identifica al guerrero como un personaje con actitudes de soberbia y poco humildes, carente de valores.

Del mismo modo, se evidenció que 110 estudiantes asigno el rasgo de egocéntrico a los guerreros, otra características particularmente señalada de forma acertada por los adolescentes, esto es cierto porque en el desenvolvimiento de las actividades durante el programa, los guerreros demuestran interesarse por ellos mismos cuando se trata de defender sin importarles que ofendan o hieran los sentimientos de alguien más.

De igual manera, se obtuvo que 105 estudiantes denoto una cualidad negativa en el guerrero, catalogándola de una persona que busca siempre ser el protagonista, esto permite una vez más inferir que el adolescente identifica asertivamente que el perfil que tiene un chico guerrero. Esto que en el desarrollo de los diferentes juegos se evidencias el protagonismos y ganas se sobresalir en cada uno de ellos.

A su vez, se obtuvo que, 104 estudiantes asigno la cualidad negativa de impaciente e intolerante a los guerreros, la cual se evidencia, cuando el competidor discute y pierde los papeles al perder un juego y se le castiga., esto infiere que el adolescente reconoce de manera correcta cuales son las características de un participante de esto es guerra.

Finalmente, se dilucida que el estudiante reconoce claramente cuáles son las cualidades negativas de un guerrero, por tanto tiene conocimiento y el poder de diferenciar entre un contenido televisivo y otro, por tanto no es afectado de manera categórica por los mensajes que transmiten los realitys.

Además, permite asumir que el adolescente está en la facultad de reconocer otros actores distorsionadores de la televisión que atenta con la realidad que lo rodea.

Para finalizar se consideró que en este caso los guerreros poseen características, aspiraciones que son transmitidas por el programa. Cada guerrero conserva una imagen o marca como tal y que llega a ser un referente solo por ser un guerrero. Además se consideró los salarios que reciben mensualmente, las empresas de ropa o gorras que administran, los romances y viajes que viven con sus parejas que también son del mismo medio, la popularidad que poseen, son algunos de los ítems que se le planteó al adolescente.

Sobre los estereotipos antes mencionados se encontró que en promedio 128 y en un porcentaje de 71,9% de estudiantes no acepta los estereotipos de tipos aspiracional encontrados en los guerreros.

Al consultar a los adolescentes sobre quién sería el guerrero o guerrera con quien se identificarían, 158 estudiantes representados en un 88,8%, manifestó que ninguno, lo que claramente indica que, los adolescente no tienen una preferencia por alguno de los guerreros. Esto además, muestra que, la personalidad del adolescente no se ve distorsionada por la imagen imponente de un guerrero, vale decir con todas la características que posee un guerrero.

Así mismo, se le consultó sobre si le gustaría trabajar en el programa esto es guerra, 154 estudiantes presentados en un 86,4% manifestó que no les gustaría formar parte del programa, lo que dicta de una disposición del alumno a no ser parte de un reality con pleno conocimiento de todo lo que implica pertenecer a este tipo de programa de entretenimiento.

Por otro lado, se le planteó al adolescente el siguiente cuestionamiento: Te gustaría ser un guerrero en la vida diaria, donde 154 estudiantes representados en 86,5% respondió que no, puesto que tienen conocimiento de

lo que trata la vida de un guerreros, lo que nos da a entender que no es un estilo de vida que le gustaría poseer en su vida diaria, Por tanto se manifiesta que estos parámetros no afectan al estudiante.

Además, a los estudiantes se les planteó sobre el elevado sueldo que poseen los guerreros y si les gustaría ganar como ellos, a lo que respondieron 135 estudiantes representados en 75,8% que si les gustaría ganar como ellos. Esto tendría explicación en un sentido y conceptos del deseo o de aspiración, ya que tanto el adolescente como cualquier otra persona le gustaría ganar un salario prominente que le garantice sustentar las actividades que desee realizar. Esto lo comenta Abadie en su artículo:

”...es una meta de primer orden alcanzar mayor estabilidad y prosperidad laboral. En este sentido, los jóvenes anhelan un empleo acorde con sus gustos y motivaciones, que satisfaga sus necesidades materiales y donde puedan establecer relaciones interpersonales positivas. (Abadie Fiandor, 2013)

Así mismo, se le consultó al estudiante si le gustaría vivir un romance como el que viven los guerreros y guerreras, a lo que respondieron 126 estudiantes representado en un 70,8% que no les gustaría vivir un romance como el de los guerreros.

Esto permite corroborar que los adolescentes no consideran como verdaderas las historias de amor entre guerreros sino armadas con un libreto. Esta percepción es correcta ya que, por estructura el programa Esto es Guerra se establece los guiones y se forman parejas de acuerdo a la popularidad y coyuntura en la que el guerrero se encuentre. Entonces, el adolescente discierne correctamente que los romances no son auténticos.

CONCLUSIONES

PRIMERA

El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitó la influencia de determinados estereotipos difundidos en el programa “EEG La Revancha”, diciembre 2016. El 90% de los encuestados reveló que no se muestran afectados por los estereotipos tanto de belleza, como comunicacionales y aspiracionales debido a que su formación es basada en valores y en el constante desarrollo de la conciencia y posición crítica principalmente frente a los medios de comunicación, a la sociedad, y al sistema capitalista imperante en el mundo.

SEGUNDA

El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitó la influencia de determinados estereotipos de belleza difundidos en el programa EEG La Revancha, diciembre 2016, ha quedado demostrada con los ítems 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 de la encuesta, así como 4, 5, 6, y 7, de la entrevista aplicadas a la directora, al docente y madre de familia pertenecientes a la institución; destacando que el 73% de los implicados en el estudio sostienen que no comparten estos estereotipos de belleza, como la imitación de vestimenta, estilos de peinado y apariencia física, por el contrario manifiestan que poseen su propia estimación para con su vestimenta y apariencia personal.

TERCERA

El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitó la influencia de determinados estereotipos

comunicacionales difundidos en el programa EEG La Revancha, diciembre 2016, ha quedado demostrada con los ítems 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 de la encuesta, así como 6, 7, 8 y 9 de la entrevista aplicadas a la directora, al docente y madre de familia pertenecientes a la institución; destacando que el 86% de los implicados en el estudio sostienen que no usan estereotipos comunicacionales como empleo de jergas, actitudes o comportamientos y por el contrario demuestra que no usan términos soeces o están de acuerdo con las actitudes o comportamientos agresivos

CUARTA

El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitó el deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático como los del programa EEG La Revancha, diciembre 2016, ha sido comprobada con los ítems 17, 18, 19, 20, 21, 22 y 23 de la encuesta, así como 1, 3, 4, 5, 6 y 9 de la entrevista aplicadas a la directora, al docente y madre de familia de la institución; destacando que el 72% de los alumnos en el estudio sostienen que no desean ser como como los chicos del reality de competencia, ni tener una vida semejante, ni aspiran tener las mismas cosas o viajes, se muestran en desacuerdo, aunque si desearían obtener un reconocimiento económico semejante al de los guerreros.

QUINTA

Se ha observado en el curso de la presente investigación, la tolerancia y acuerdo común a la crítica a este tipo de programas televisivos, la frase “televisión basura”; la misma que no representó una traba en la recolección de información. Empero, podemos mencionar que la mayoría de estudiantes posicionados en contra de este reality, conocen y fundamentan algunos motivos de por qué no son un referente. Los alumnos que sí conocen a fondo este tipo de programa, son estudiantes que no lanzan juicios apresurados, pero sí demandan por buenos contenidos a través de sus investigaciones.

RECOMENDACIONES

PRIMERA

Se recomienda continuar con la difusión del pensamiento crítico, en los estudiantes y en sus diversas materias. Además, se recomienda solicitar la presencia de CONCOR TV, quien, precisamente tiene como labor, un trabajo de prevención de contenidos que atenten contra el televidente. CONCOR TV, puede dar mayor detalle sobre la importancia de la televisión y el impacto real de los estereotipos de belleza, comunicacionales y de aspiración que manejan todos los programas de televisión.

Del mismo modo, se recomienda, se continúe con la formación crítica frente a los contenidos comunicacionales de la televisión y en específico de los realities juveniles, además que, se complemente con la difusión de contenidos del canal 7 y de IPE pues, este último cuenta con espacios que, con el juego y el drama contribuyen al aprendizaje de cultura general, que además la Teleducadora Mardini sugiere sea más provechoso para el alumno,

SEGUNDA

Se recomienda el implemento de material audiovisual que explique con mayor detenimiento que son los estereotipos de belleza que existen en el Perú y el mundo, explicando las connotaciones sociales en hombres y mujeres, haciendo así se torna más interactiva la comunicación que emplea el docente al conversar con sus estudiantes. Además, sugerir se redacte una composición sobre estereotipos que los estudiantes perciben en la televisión, en su casa y con sus amigos. Esto ocasionará a modo general, el entendimiento de las imágenes y contenido televisivo sea mayor y beneficioso para el adolescente.

TERCERA

Se recomienda se mantenga la comunicación a nivel profesor y alumno, en una conversación abierta, libre a debate y con respeto de las opiniones ajenas ya que este evidencia ser un lazo fuerte en el aspecto aspiracional de los estudiantes. En consecuencia, los canales de comunicación deberán estar siempre sujetos a subsanar cualquier duda del estudiante, sobre todo si es respecto alguna información o tema relativo a los medios de comunicación y la televisión.

CUARTA

Realizar nuevos estudios, a mayor profundidad, respecto a la esencia y características del sistema educativo del San Columbano, que de ratificarse los resultados de la presente investigación, podría postular a convertirse en un modelo que puede ser aplicado en otros centros educativos, donde se puede sugerir y plantear nuevas formas de comunicación con estudiantes que ayude a forjar un sentido analítico y crítico en ellos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcántara, M. (7 de febrero de 2001). <http://campus.usal.es>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/1130-2887/article/view/2728/2766
- Aldaz, E. (Abril de 2016). <http://repositorio.ug.edu.ec/>. Recuperado el 18 de Setiembre de 2016, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/11198>
- Araya, L. (17 de enero de 2014). <http://revistas.pedagogica.edu.co>. Recuperado el 8 de julio de 2017, de <http://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/RF/article/view/2826/2555>
- Ardito Vega, W. (2014). *Discriminación y Programas de televisión*. Lima: Andrea Quiroz.
- Ardito Vega, W. (2014). *Discriminacion y Programas de televisión* .
- Avalos, K. P. (13 de Febrero de 2014). <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/>. Recuperado el 11 de Setiembre de 2016, de <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/handle/132.248.52.100/3038>
- Aznar, H. (marzo de 2002). www.ull.es. Recuperado el jueves de diciembre de 2016, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina48marzo/4807aznar2.htm>
- Baudrillard, J. (2009). *La Sociedad de Consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid.
- Baudrillard, J. (2009). *Sus mitos, sus estructuras*. (A. Bixio, Trad.) Madrid, Madrid, España.
- Boullier, D. (1991). «*Les styles de relation à la télévision*». Paris.
- Bueno Abad, J., & Belda Ibanez, J. (2005). Familias inmigrantes en la escuela. En J. Bueno Abad, & J. Belda Ibanez, *Familias inmigrantes en la escuela* (pág. 233). Valencia: Universitat de Valencia.
- Cabrejos Calienes, C. I. (2007). La construcción discursiva del espectador en los reality shows : el caso de Gran Hermano del Pacífico. 209. Lima, Lima, Perú.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

- Columbano, C. S. (jueves de julio de 2013). *youtube.com*. Recuperado el martes de enero de 2017, de *youtube.com*:
<https://www.youtube.com/watch?v=H7GvhUuWmGo>
- Cooper, J. (1996). *Bridging Students Multiple Worlds: African American and Latino Youth in Academic Outreach programs*. (R. Marcia, & R. Ramos, Edits.) California, California, Estado Unidos: University of California Linguistic.
- Cortés Cortés, M., & Iglesias León, M. (2004). *Generalidades de la Metodología de la Investigación* (Vol. I). (A. Polkey Gómez, Ed.) Ciudad del Carmen, Campeche, México: Universidad Autónoma del Carmen.
- Díaz Suárez, L. (2015). Influencia del programa televisivo "Esto es Guerra" en la formación de la imagen personal de los adolescentes. Lima.
- Díaz, L. (diciembre de 2015). La influencia del programa televisivo Esto es Guerra en la formación de la imagen persona de los adolescentes. Lima, Lima, Perú.
- Dominicas. (12 de diciembre de 2016). *Congregacion de Dominicas*. Recuperado el martes de enero de 2017, de Congregacion de Dominicas: <http://dominicas.pe/mision.html>
- Dominicas. (lunes de diciembre de 2016). *Congregación de Dominicas*. Recuperado el martes de enero de 2017, de Congregación de Dominicas: <http://dominicas.pe/congregacion>
- Donas Burak, S. (2001). *Adolescencia y Juventud en America Latina*. (M. Castillo, R. Carazo Odio, J. Marques Neto, L. Caraballo Vivas, P. Visconti Clava, M. Elkin Patarroyo, y otros, Edits.) Cartago, Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Donas Burak, S. (2001). *Adolescencia y juventud en América Latina*. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- El Comercio. (viernes de diciembre de 2016). *elcomercio.pe*. Recuperado el viernes de diciembre de 2016, de *elcomercio.pe*:
<http://elcomercio.pe/tvmas/television/esto-guerra-y-combate-simultaneo-hicieron-este-rating-noticia-1945144>
- Espindola de Castro, C. (Febrero de 2003). Marcas multiculturales en Gran Hermano, Casos español y portugues. Barcelona, España.

- Fernando Vivas. (domingo de agosto de 2015). *Valores Humanos*. Recuperado el lunes de enero de 2017, de Valores Humanos:
<http://valoreshumanos.info/2015/08/los-realities-odiados-por-la-propia-tv/>
- Fuetterer, S. (2010). *Mi comunidad... ¿Me quiere o no me quiere?* Madrid, España: Best Relations S.A.
- Habermas, J. (1999). *La Teoría de la Acción Comunicativa I, Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid, Madrid, España: Grupo de ediciones Santillana.
- Hernandez Diaz, G. (2008). *Las tres "T" de la Comunicación en venezuela televisión, teoría y televidentes*. Caracas: Publicaciones UCAB.
- Iglesias, F. (1990). *La Televisión Dominada* (Segunda ed.). Madrid, España : Ediciones Rialp, S.A.
- Lipovetsky, G. (2000). *La Era del Vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. (Decimo tercero ed.). (J. Vinyoli, & M. Pendanx, Trads.) Barcelona, Barcelona, España: Anagrama.
- Lovón Cueva, M. A. (miercoles de mayo de 2016). *Chico Reality*. Lima: El diccionario de los castellanos del Perú.
- Maciél, F. (10 de Octubre de 2011). *Teoría Funcionalista*. Córdoba, Argentina.
- Marcuse, H. (1987). *El Hombre Unidimensional* (novena ed.). Barcelona, Barcelona , España: Editorial Ariel, S.A.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mc Luhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano* (Primera ed.). (P. Ducher, Trad.) Barcelona, Barcelona, España: Paidós.
- Mejía, J. J. (15 de marzo de 2015). <http://cybertesis.unmsm.edu.pe>.
 Recuperado el 8 de julio de 2016, de
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/4514/Mej%C3%ADa_pj.pdf?sequence=1
<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/4514>
- Méndez Rubio, A. (2004). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad* . Valencia, Valencia, España: Universitat de Valencia.

- MINEDU; Consejo Nacional de Educación. (setiembre de 2010). *Propuesta de metas educativas e indicadores 2021*. Recuperado el 9 de enero de 2017, de MINEDU: www.minedu.gob.pe
- Ministerio de Educación. (2010). *Propuestas de metas educativas e indicadores al 2021*. Lima: OEI- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Ministerio de educación, c. y.-G. (1 de febrero de 2017). <http://www.mecd.gob.es>. Recuperado el 1 de febrero de 2017, de <http://www.mecd.gob.es>: <http://www.mecd.gob.es/portada-mecd/>
- Navarrete Canales, A. (2007). La television de la banalidad. *Cultura*(21), 401 - 404.
- Navarrete, A. (2007). La Televisión de la banalidad. *Cultura* 21, 410-411.
- Orozco, G. (1992). *La influencia de la televisión en la educación de niños y jóvenes: opiniones, mitos y hechos*. Universidad Iberoamericana. Mexico: Ediciones de la Torre.
- Plenaria, C. E. (2007). La escuela católica; Oferta de la Iglesia en España para la Educacion en España. *Oferta de la Iglesia en España* (pág. 54). Madrid: Editorial EDICE.
- Poñoño, S. (18 de octubre de 2014). Ciudades globales.
- Portocarrero, G., Ubilluz, J. C., & Vich, V. (2008). *Cultura política en el Perú*. Lima: Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú.
- Puelles, J. (18 de Diciembre de 2014). <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/>. Recuperado el 18 de Setiembre de 2016, de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5784>
- Puigjaner, J.-M. (1995). *Nosotros no nos damos por vencidos de los años sesenta al fin de siglo*. (J. Ricart, Trad.) Barcelona, Barcelona, España: Claret S.A.
- R&C Consulting. (2003). <http://rc-consulting.org/>. Recuperado el 18 de Setiembre de 2016, de <http://rc-consulting.org/>
- Renker, T. (2013). *influencia de los programas de los concurso televisivos en la contrucción de la identidad cultural en jóvenes cusqueños*.
- Rico, G. (4 de marzo de 2008). www.tdx.cat. Recuperado el 8 de julio de 2016, de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5093/grc1de1.pdf?sequence=1>

- Rivas, B. A. (10 de octubre de 2014). <http://tesis.pucp.edu.pe>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5661>
- Rodriguez, J. (6 de junio de 2011). <http://dadun.unav.edu>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/27277/1/RODR%C3%8DGUEZ%20VIRGILI%2c.pdf>
- Rojas, C. M. (4 de mayo de 2016). <http://tesis.pucp.edu.pe>. Recuperado el 8 de julio de 2016, de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6823/ROJAS_SUAREZ_CRISTHIAN_USO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Saavedra, L., Linero, O., & Rafael, G. (16 de Noviembre de 2010). <https://dialnet.unirioja.es/>. Recuperado el 17 de Setiembre de 2016, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3675650>
- Salazar Montesdeoca, E. E. (2016). *Los conflictos comunicacionales y su influencia en los rasgos de personalidad disocial de los adolescentes de la ciudadela Simón Bolívar del Cantón Ambato en el período agosto del 2012 – enero 2013*. Universidad Tecnica de Ambato, Ambato.
- San Columbano. (martes de julio de 2013). www.youtube.com. Recuperado el martes de diciembre de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=H7GvhUuWmGo&feature=youtu.be>
- San Columbano. (2016). <http://www.sancolumbano.edu.pe>. Recuperado el martes de diciembre de 2016, de <http://www.sancolumbano.edu.pe/inicio/>
- Sanchez Parga, J. (2005). *Poder y política en Maquiavelo*. Argentina: HomoSapiens.
- Silva Diverio, I. (2006). *La adolescencia y su interrelación con el entorno*. España: Intituto de la Juventud.
- Silva Diverio, I. (2006). *La adolescencia y su interrelación con el entorno*. Madrid, España: Instituto de la Juventud.
- Silva Diverio, I. (2007). *Los Adolescentes y su entorno*. Madrid, España: Intituto de la Juventud.
- Sologuren, M. A. (Octubre de 2013). <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/>. Recuperado el 10 de

setiembre de 2016, de
[http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/303411/1/so
loguren_vm-pub-delfos.pdf](http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/303411/1/so
loguren_vm-pub-delfos.pdf)

Soto, L. (Junio de 2014). <http://dspace.uniandes.edu.ec/>. Recuperado el 18 de
Setiembre de 2016, de
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/439>

Sueca, Clínica Psicológica V. Mars . (s.f.). www.psicologia-online.com.
Recuperado el lunes de diciembre de 2016, de www.psicologia-online.com: <http://www.psicologia-online.com/pir/definicion-de-rasgo.html>

Tejada, J. A. (2015). Causa y efecto de la television basura. Lima.

Tello, M. (29 de Junio de 2011). Teoría Funcionalista. Mendoza , Mendoza,
Argentina.

Universidad de Granada. (lunes de enero de 16). <http://www.ugr.es>.
Recuperado el 16 de enero de 2017, de <http://www.ugr.es>:
http://www.ugr.es/~mpasadas/ftp/MASTER/metodo_apuntes.pdf

Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo* (Primera ed.). Lima,
Lima, Perú: Santillana.

Vasquez Freire, M. (2000). *Escuela y Medio, en conflicto de valores*. España:
Monográfico escuela y medios de Comunicación.

www.psicologia-online.com. (s.f.). www.psicologia-online.com. (C. P. Sueca,
Productor) Recuperado el lunes de diciembre de 2016, de Clínica
Psicológica V. Mars - Sueca: <http://www.psicologia-online.com/pir/definicion-de-rasgo.html>

www.psiquneuned.net. (s.f.). www.psiquneuned.net. Recuperado el lunnes de
diciembre de 2016, de
[http://www.psiquneuned.net/apuntes/3tercero/Nuevo_05/PPersonalidad%
20C_4%C2%BA.pdf](http://www.psiquneuned.net/apuntes/3tercero/Nuevo_05/PPersonalidad%
20C_4%C2%BA.pdf)

Xunta de Galicia Conselleria de Cutura Educacion e Ordenacion universitaria.
(1 de febrero de 2016). *Xunta de Galicia*. Recuperado el 1 de febrero de
2017, de Sitio web a Xunta de Galicia: <http://www.edu.xunta.gal/portal/>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	IPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
¿De qué manera se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016?	Analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016.	El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016. H0 = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano no evitaría la influencia de estereotipos difundidos en el programa "EEG La Revancha" Ha = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos difundidos en el programa "EEG La Revancha"	El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano.	Grado de estudio	Estudiantes de 14, 15 y 16 cursando el 3º, 4º y 5º de secundaria.		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE DEPENDIENTE				
¿De qué manera se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos de belleza difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016?	Analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos de belleza difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016.	El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos de belleza difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016. H0 = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano no evitaría la influencia de estereotipos de belleza difundidos en el programa "EEG La Revancha" Ha = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos de belleza difundidos en el programa "EEG La Revancha"	Influencia de determinados estereotipos difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016	Estereotipos de belleza	Imitación (vestimenta, estilos de peinado, apariencia física)	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guía de entrevista

<p>¿De qué manera se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos comunicacionales difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016?</p>	<p>Analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y los estereotipos comunicacionales difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016.</p>	<p>El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de determinados estereotipos comunicacionales difundidos en el programa "EEG La Revancha", diciembre 2016.</p> <p>H0 = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano no evitaría la influencia de estereotipos comunicacionales difundidos en el programa "EEG La Revancha"</p> <p>Ha = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos comunicacionales difundidos en el programa "EEG La Revancha"</p>		<p>Estereotipos comunicacionales</p>	<p>Imitación (actitudes, jergas, estilos de interacción)</p>		
<p>¿De qué manera se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y el deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático como los del programa "EEG La Revancha", diciembre 2016?</p>	<p>Analizar y describir cómo se relaciona el sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano y el deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático como los del programa "EEG La Revancha", diciembre 2016?</p>	<p>El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano bloquea el deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático como los del programa "EEG La Revancha", diciembre 2016.</p> <p>H0 = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano no evitaría la influencia de estereotipos aspiracionales difundidos en el programa "EEG La Revancha"</p> <p>Ha = El sistema educativo impartido a los estudiantes de entre 14 y 16 años del I.E.P. San Columbano evitaría la influencia de estereotipos aspiracionales difundidos en el programa "EEG La Revancha"</p>		<p>Deseo de aspirar a convertirse en un personaje mediático</p>	<p>Comportamiento</p>		

GUÍA DE ENTREVISTA

(RECOLECCIÓN DE DATOS)

Dirigido a la Directora del I.E.P. San Columbano

Nombre de entrevistados: Hna. Elvira Cisneros, Rene Rodas, Vladimir Carrión

1. En su opinión ¿Considera usted que los programas de reality afectan a los estudiantes?
2. ¿Estima que los anuncios publicitarios en los programas de reality impulsan a los adolescentes a consumir algún tipo de producto o servicio?
3. ¿Considera que el rendimiento escolar de los estudiantes ha disminuido a raíz del tipo de programa de reality?
4. ¿Estima usted que los cambios cosméticos y de vestimenta tienen relación con la aparición excesiva de patrones de belleza en los medios de comunicación?
5. Según su valoración, ¿Considera usted que los estudiantes son influidos en su estado físico deportivo por los estereotipos televisivo?
6. En su consideración, ¿Cuáles son los valores que la institución imparte, que los estudiantes no serían influenciados por este tipo de reality televisivo?
7. Comente usted, ¿Qué área o curso es primordial en la formación de los estudiantes, debido a su influencia en las actitudes o conductas en relación con los medios de comunicación

8. Explique usted, ¿Cuál considera que es el valor agregado que diferencia el sistema educativo católico de la institución, de otro tipo de sistema educativo?

9. Según su criterio, ¿Considera usted que la intervención de agentes educativos como profesores referentes son una fuerte influencia en el pensamiento de los estudiantes en relación a este tipo de programa?

GUÍA DE ENTREVISTA

(RECOLECCIÓN DE DATOS)

Dirigido a especialista de CONCORT TV

1. ¿Cuál es la fórmula que utilizan estos realitys de competencia para ganar la simpatía de su público, dentro y fuera de las pantallas?
2. ¿En qué medida el estilo de vida excéntrico que comparten, mediáticamente, los participantes de los realitys de competencia, puede ser anhelado por sus seguidores?
3. ¿De qué manera los adolescentes promedio podrían imitar patrones comunicacionales de los participantes de los realitys de competencia?
4. ¿Por qué la televisión continúa promoviendo este tipo de programas?
5. ¿Qué estereotipos de belleza son promovidos en este programa, considerando la variedad de estilos, procedencias y nacionalidades, entre sus participantes?
6. ¿Qué hace Concort TV frente a este tipo de espacios donde se identifican personas con déficit de conocimientos pero mediáticamente exitosas?
7. En su opinión ¿Cree usted que la formación académica que puede impartirse en un centro educativo privado, puede impedir un alto grado de influencia de los realitys de competencia en los adolescentes?

GUÍA DE ENTREVISTA

(RECOLECCIÓN DE DATOS)

Dirigido a especialista a la docente y especialista en Teleducación

Sra. Gloria Mardini Elliot

1. ¿Considera que en la actualidad el rol de la televisión como medio de comunicación es fundamentalmente educador?
2. ¿Qué grado de importancia tiene la televisión en la educación y formación de un niño, adolescente y joven?
3. ¿Considera que hay algún tipo de programa televisivo nacional que contribuya a un aprendizaje lúdico en los adolescentes?
4. ¿Cuáles son los ejes de la televisión, que deberían ser mejor explotados para una influencia positiva en la formación de un adolescente?
5. En particular, ¿considera que los realitys juveniles se han convertido en agentes distorsionadores de formación de niños y adolescentes?
6. Según su consideración, ¿qué tipo de formato televisivo recomendaría para la educación de los adolescentes?
7. ¿Considera que el avance tecnológico representa una frontera frente al avance educativo?
8. ¿Cómo lidia la teleeducación con el uso excesivo de celulares, tabletas y otros, siendo estos algunos de sus soportes para realizar actividades de acción formativa?
9. ¿Cuál sería la propuesta de un modelo educativo enfocado en medios, que pudiera abrir la posibilidad de construir un mejoramiento en la actualidad?

ENCUESTA

Dirigida a estudiantes de entre 14 y 16 años del Colegio San Columbano, diciembre 2016.

CUESTIONARIO

Nombres y apellidos:

Grado: _____

Sección: _____

Edad: _____ Sexo: _____

- 1) ¿Te gustaría parecerte físicamente a los guerreros?
A) Si
B) No

- 2) Los guerreros se visten a la moda, con ropa de marca y perfumes caros.
¿te gustaría vestirme y tener las mismas cosas que ellos?
A) Si
B) No

- 3) Los guerreros usan looks muy modernos y atrevidos. ¿te gustaría tener un look como el de ellos?
A) Si
B) No

- 4) Si te dieran la oportunidad de ejercitarte en un gimnasio para tener un cuerpo como el de los guerreros ¿lo harías?
A) Si
B) No

- 5) Como guerreros tienen la posibilidad de realizarse cirugías plásticas, como: aumentarse de busto, el derrier, perfilarse la nariz entre otros. ¿Te gustaría poder realizarte alguna cirugía como los guerreros?
- A) Si
B) No
- 6) Las guerreras usan vestidos, blusas y faldas muy cortas. Si eres mujer ¿Te gustaría vestirse de la misma manera? y si eres hombre ¿Te gustaría que las mujeres se vistieran como una guerrera?
- A) Si
B) No
- 7) Los guerreros usan polos pegados, pantalones ceñidos, y camisas ajustadas. Si eres hombre ¿te gustaría vestirse así? Si eres mujer ¿Te gustaría que los varones se vistieran de la misma manera?
- A) Si
B) No
- 8) Marque con una X de las siguientes actitudes cuáles son las que poseen los guerreros.

Sincero (a), auténtico (a)		Estar a la defensiva	
Esforzado (a), sabe lo que quiere		Ofensivo e hiriente con sus palabras	
Humilde, sencillo, una persona común y corriente		Impaciente e intolerante	
Espontáneo (a)		No sabe trabajar en equipo	
Divertido (a), alegre, simpático (a)		Quiere ser siempre el protagonista de todo	
Sabe actuar		Prepotente y altivo (a)	
Atractivo (a)		Presumido (a)	
Inteligente, culto (a)		Egocéntrico (a)	
Carismático (a), con personalidad		Poco comunicativo (a)	
Ninguno			

- 9) ¿Te gustaría hablar como se expresan los guerreros?
- A) Si
 - B) No
- 10) ¿Usas las palabras "chato", "huacho" o "negrita" en tu día diario?
- A) Si
 - B) No
- 11) ¿Te parecen ofensivas las expresiones "chato", "huacho" o "negrita" ?
- A) Si
 - B) No
- 12) Coloque sí o no. ¿Está de acuerdo con las siguientes situaciones?
- A) Cuando un guerrero cae en sentencia, éste se enoja, se altera y grita. ()
 - B) Cuando en plena competencia un guerrero va perdiendo, éste tira lo que tiene en las manos y sale del set de forma agresiva. ()
 - C) Cuando un guerrero tiene un desacuerdo con otro guerrero, éste se altera tanto que puede llegar a agredirlo físicamente. ()
- 13) Los guerreros arman peleas y escándalos para hacerse famosos. ¿Armarías alguna pelea o escándalo para hacerte conocido(a)?
- A) Si
 - No) No
- 14) Los guerreros hacen comentarios en doble sentido en alusión a la chicas y chicos para llamar su atención. ¿Tu harías esas expresiones y comentarios?
- A) Si
 - B) No

15) A los guerreros les gusta llamar la atención y exponerse en público.

¿Estás de acuerdo con esta actitud?

- A) Si
- B) No

16) ¿Con cuál de los siguientes guerreros te identificas?

De los hombres:

F) Nicola Porcella ()	F) Mario Hart ()
G) Hugo García ()	G) Patricio Parodi ()
H) Facundo Gonzales ()	H) Ignacio Baladan ()
I) Mario Irivarren ()	I) Gino Pezaressi ()
J) Ninguno ()	J) Ninguno ()

De las mujeres:

F) Michelle Soifer ()	F) Sheila Rojas ()
G) Angie Arizaga ()	G) Korina Rivadeneira ()
H) Paloma Fiuza ()	H) Diana Sánchez ()
I) Melisa Loza ()	I) Kina Malpartida ()
J) Ninguno ()	J) Ninguno ()

17) ¿Te gustaría trabajar en el programa Esto es Guerra La Revancha?

- A) Si
- B) No

18) ¿Te gustaría ser un guerrero en la vida diaria?

- A) Si
- B) No

19) Se sabe que el sueldo de los guerreros tienen cifras muy altas. ¿Te gustaría ganar como un guerrero?

- A) Si
- B) No

- 20) Los guerreros son muy populares y famosos ¿te gustaría ser popular y famoso como ellos?
- A) Si
 - B) No
- 21) Sheila Rojas y Patricio Parodi tienen un romance, suelen ir a discotecas exclusivas y viajan a lugares paradisíacos. ¿Te gustaría vivir un romance como el de los guerreros?
- A) Si
 - B) No
- 22) Mario Hart y Hugo García, son cantantes de música urbana, tienen muchos fans y buenos contratos. ¿Te gustaría tener una carrera en la música como ellos?
- A) Si
 - B) No
- 23) Angie Arizaga, Sheila Rojas y Mario Iriverren tienen negocios de marcas de ropas muy exitosas y populares, debido a que son guerreros muy famosos. ¿Quisieras tener un negocio de ropa como el de ellos?
- A) Si
 - B) No

Evidencias fotografías

Encuesta a alumno Columbano



Imagen 1: Propia del investigador

Encuesta a alumno Columbano



Imagen 2: Propia del investigador

Encuesta a alumno Columbano



Imagen 3: Propia del investigador

Encuesta a alumno Columbano

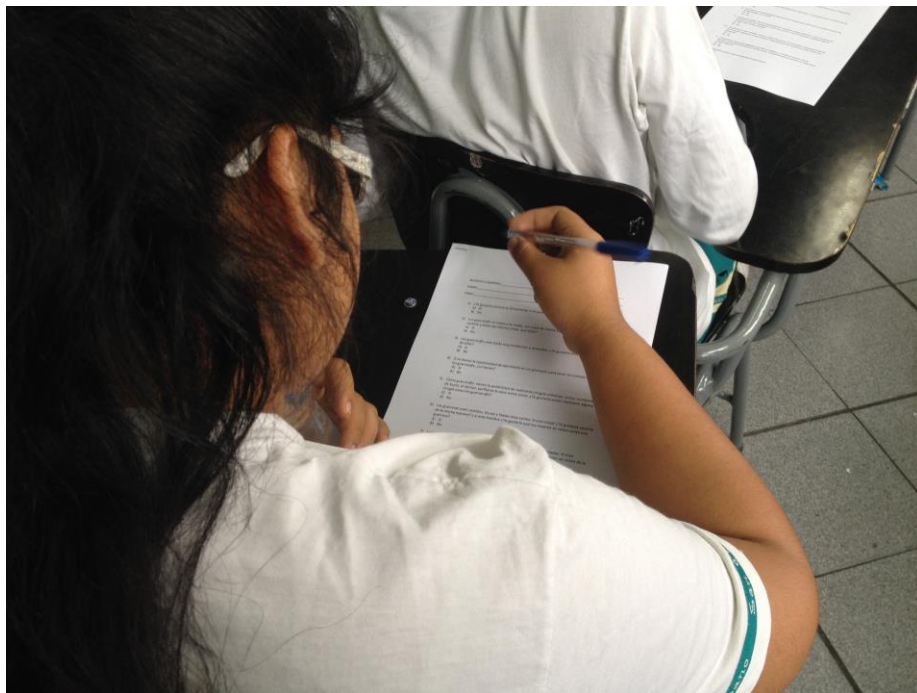


Imagen 4: Propia del investigador

Normas de convivencia Columbana

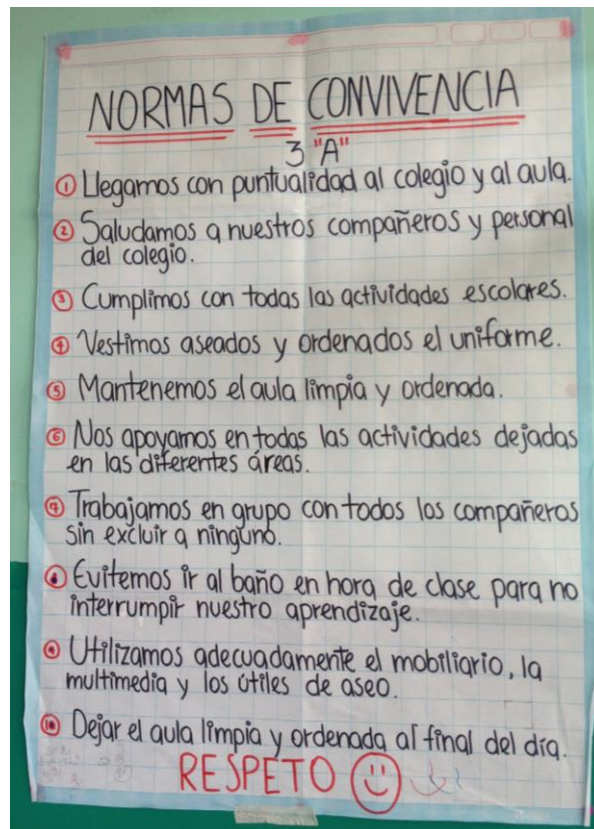


Imagen 5: Propia del investigador

Misión y visión Columbana

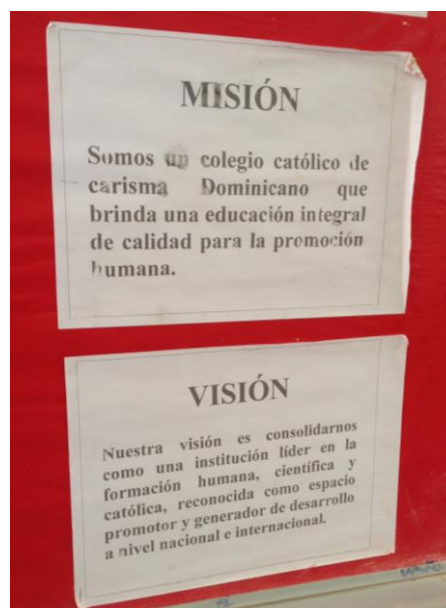


Imagen 6: Propia del investigador

Valores Columbanos en aula



Imagen 7: Propia del investigador

Entrevista

Pantallazo1

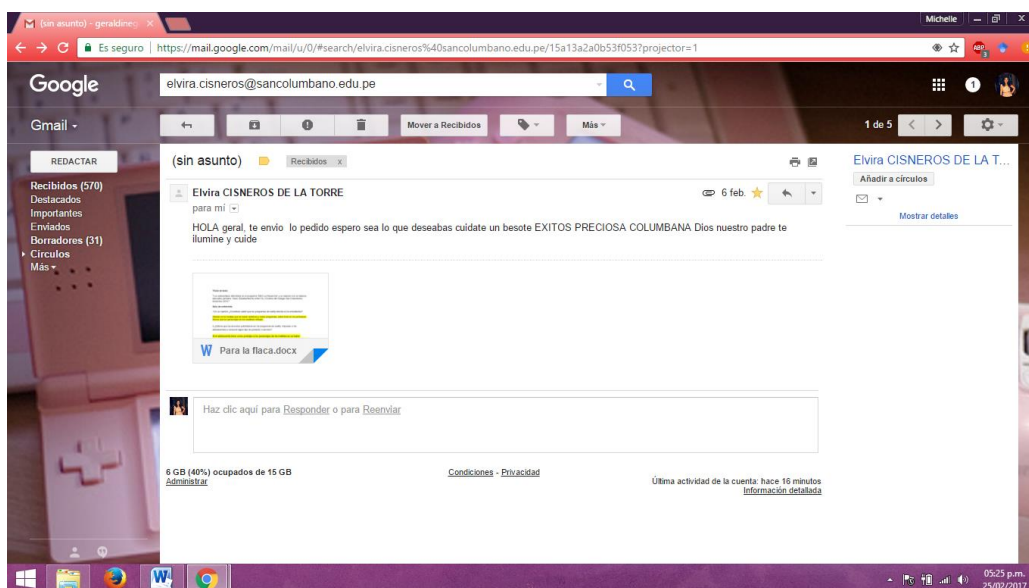


Imagen 8: Propia del investigador

Colegio San Columbano - Danzas



Imagen 9: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano – Formación escolar



Imagen 10: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 2 – Izamiento de bandera



Imagen 11: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 3 – Feria de ciencias



Imagen 12: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 4 – Taller de Arte



Imagen 13: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 5 – Taller de Ciencias



Imagen 14: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 6- Orquesta Columbana



Imagen 15: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 7 – Orquesta Columbana



Imagen 16: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 8 – Misa en Capilla Columbana



Imagen 17: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 8 – Padre Columbano



Imagen 18: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 9 - Madre Columbana



Imagen 19: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 10 – Día del logro Columbano



Imagen 20: (San Columbano, 2017)

Colegio San Columbano 10 – Misa Columbana



Imagen 21: (San Columbano, 2017)