



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**Influencia del Reality show “Esto es guerra” en la conducta  
social enadolescentes del quinto grado del colegio Palmer  
School**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTOR:**

Jiménez Quiñones, Ricardo Thimoty (ORCID: [0000-0003-2550-9594](https://orcid.org/0000-0003-2550-9594))

**ASESOR:**

Dr. Rojas Ríos, Víctor Michael (ORCID : [0000-0003-1125-4519](https://orcid.org/0000-0003-1125-4519))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2021

## **Dedicatoria**

Este trabajo es para el hombre que decide  
hacer algo con voluntad.

Ricardo

## **Agradecimiento**

Agradezco a mi familia, en especial mis padres. Saben que los tengo presente y sobre todo a mi persona, pues soy un gran convencido que sin fuerza de voluntad no se logra absolutamente nada.

Ricardo

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Resumen .....	v
Abstract .....	vi
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	11
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización .....	11
3.3 Escenario de estudio .....	11
3.4 Participantes.....	12
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	12
3.6 Procedimiento .....	12
3.7 Rigor Científico.....	12
3.8 Métodos de análisis de datos .....	13
3.9 Aspectos éticos .....	13
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	14
V. CONCLUSIONES .....	21
VI. RECOMENDACIONES .....	22
REFERENCIAS .....	23
ANEXOS .....	<u>28</u>

## **Resumen**

Este trabajo de tesis se desarrolló con el propósito de determinar cómo influye el reality show “esto es guerra” en la conducta social de los alumnos del quinto año de secundaria del colegio Palmer School.

En la cual se tiene que comprender y evaluar el pensamiento, el proceso comunicación desde un televisor a los hogares. La metodología empleada fue descriptiva, de tipo enfoque cualitativo, no experimental y basado en un diseño fenomenológico. Se concluyó que el programa televisivo influye en la conducta social de los adolescentes.

Palabras clave: reality show, conducta, social

## **Abstract**

This thesis work was developed with the purpose of the generical objective that is to determine how the reality show “this is war” influences the social behavior of the students of the fifth year of secondary school at Palmer School.

In which you have to understand and evaluate the thinking the communication process from a television to homes. The methodology used was descriptive , qualitative , non experimental and base don a phenomenological design . It was concluded that the television program influences the social behavior of adolescents .

Keywords: reality show, influence, social

## I. INTRODUCCIÓN

La televisión hoy en día, conocida también como la caja boba, mantiene una presencia hasta incluso se podría decir indispensable en cada hogar del Perú y del mundo. Ahora enfocados en los reality shows han causado furor a nivel internacional con la aparición de personas desconocidas o también famosos interactuando de manera al natural sin ningún guión de por medio. La primera vez que se vio este tipo de formato fue en Estados Unidos en 1948 conocido como “Candy Camera”, y desde entonces es una tendencia en los programas televisivos a nivel mundial. (Palomo, 2014)

Fue en los 90 donde llegó a la cúspide, en cualquier parte era sintonizado. Un programa conocido, Big Brother en Holanda, En España programas como, “Sorpresa sorpresa” y “Lo que necesitas es amor”. Actualmente se vive la fiebre de Masterchef en cualquier versión de países. Debido a que los programas de telerrealidad abordan temas que son sensacionales para las mentes jóvenes, disfrutan de un alto nivel de admiración entre los espectadores adolescentes.

De acuerdo a lo expuesto por (StudyCorgi., 2020), los programas han recibido una mayor atención entre los jóvenes “debido a características especiales como el diseño del programa, las opciones de recompensa para la audiencia y los participantes, el formato, la participación de los adolescentes y su naturaleza interactiva”. Además, dado que están vivos, son más creíbles y aseguran una mayor participación del espectador que los programas de televisión a la antigua. Sin embargo, no basta con reiterar que los adolescentes ven reality shows (RTV), sino conocer la intensidad de su vinculación con estos programas.

En Perú existe con vida un formato de reality show llamado “esto es guerra” donde es exclusivamente competencia física, fuera de mencionar algunos roces que tienen los participantes, romances incluso.

El 18 de junio del 2020 según Ibope lograron alcanzar en promedio general los 20.1 puntos de audiencia. (Mag.El Comercio, 2020) El horario en la cual trabaja este reality es de lunes a viernes de 7 a 9 de la noche, este horario modificado en agosto y septiembre del 2020. Incluso debido a la pandemia hubo muchas personas

que se opusieron al regreso de este programa y ello ocurrió bajo la conducción de Gian Piero Díaz y Jazmín Pinedo.

Otro punto importante es la declaración de Mario Irvirren y su contagio del covid 19 por la incluso no desistieron y siguieron con los juegos bajos los protocolos de seguridad (Líbero, 2020). Para comentar sobre el ámbito local que sería Lima, se tiene una alta sintonización de este programa en especial por los jóvenes que se sienten identificados con los competidores tomándolos como modelos a seguir. Desde los 18 puntos de rating, incluso bordeando los 30 puntos en los mejores casos, un éxito rotundo. A pesar de los elevados puntos de rating de este tipo de programación, estos no aportan contenido apropiado o de beneficio para la Juventud de hoy en día, los temas que ahí se exponen son superficiales, de farándula y de pocas proyecciones o ejemplos a seguir, todo lo contrario, origina en los adolescentes conductas de agresión, de chismes, de interés únicamente en el aspecto físico y muchas veces los inmersa en un entorno superficial-

De acuerdo a la problemática mencionada anteriormente se formula:

¿Cómo influye el reality show Esto es Guerra en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School? Asimismo, las preguntas específicas: ¿Cómo se desarrolla los programas de reality show en tiempo de covid 19? ¿Cómo se desarrolla la conducta social tras captar este programa en tiempos de covid 19? ¿Qué factores conducen a las personas a identificarse con este formato de programa?

La justificación es porque el ideal de belleza que se pretende alcanzar en los jóvenes que ven fuerza, vigor, cuerpos bien definidos. Una característica hasta cierto punto comprensible si es que no se convierte en obsesión. Para que sea necesario estar en un mundo irreal estos jóvenes se engancha en la transmisión diaria para tener un buen tipo de conversación sobre qué ha pasado con los personajes que incitan al morbo con romances, peleas, dramas, entre otros temas.

Se justifica de tal manera, que este trabajo de tesis tiene tres justificaciones: la teórica, la metodológica y la práctica. En la justificación Teórica: de acuerdo a (Baladrón & Lozada, 2012) indica que según la audiencia estos programas los programas llegan a ser considerados reales a base de las habilidades de sus



participantes. Tornero (1998) que el formato mencionado no es buen ejemplo para la conducta de los niños y jóvenes debido a las peleas que se dan y que no es recomendable que pasen horas viéndolo, mucho menos a una edad muy temprana. Swiatkowski (2018) manifiesta que retiene los efectos de la visión de sobre la caja boba entre creencias y percepciones

En la justificación Metodológica: Este trabajo de investigación tuvo como aplicación de recolección de datos de los alumnos del quinto año de secundaria, para evaluar su forma de pensar. Se aplicó la entrevista. En el caso de la justificación Práctica: Dejar este tema de investigación como inicio de nuevos estudios con temas similares para la nueva generación.

En el caso del Objetivo general es determinar cómo influye el reality show “esto es guerra” en la conducta social de los alumnos del quinto año de secundaria del colegio Palmer School. Y como objetivos específicos: Determinar la influencia en el escenario del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School”, describir la influencia de la publicidad del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School, conocer la influencia en la animación del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio palmer School.

## **II. MARCO TEÓRICO**

A continuación, se presentan investigaciones que guardan relación con mi trabajo de tesis:

Balcázar (2017), en su trabajo “Influencia de los programas Reality Show en el desempeño académico de los jóvenes estudiantes de 12 a 17 años de edad del colegio Dr. Juan Francisco Ontaneda de la parroquia Buenavista Cantón Chaguarpamba”. Periodo octubre 2016- julio 2017”, la autora utilizó una muestra de 130 estudiantes en rango de 12 a 17 años. La Metodología de estudio fue cualitativa de tipo piedra angular. Se aplicó la encuesta. Donde se concluye; Los jóvenes estudiantes de 12 a 17 años de edad del colegio Dr. Juan Francisco Ontaneda de la parroquia Buenavista ven muy a menudo programas de entretenimiento “reality show” sintonizando especialmente Calle 7 y Combate, La mayoría de estudiantes investigados califican a los programas de reality show como buenos, en menor proporción como malos y unos pocos como regulares, aspecto que refleja que los mismos tienen una gran aceptación.

Caice (2016) con su trabajo de investigación: “Influencias de los reality shows de tv: programas calle 7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 años del colegio Jaime Roldós Aguilera” . La muestra es de 200 estudiantes y se usó encuestas de 17 preguntas. Donde se concluye; Se determinó que los estudiantes tienen un comportamiento distinto al ver estos tipos de programas donde se produce un cambio en sus estilos de vida y conducta. A pesar de tanta mediocridad que el televidente observa no opta por sintonizar algo productivo aseguran que la polémica y las confrontaciones entre participantes entretienen.

Custodio & Rojas (2018), en su trabajo de investigación , “Influencia de los programas de televisivos de entretenimiento (Esto es guerra y Combate) en la reducción del número de horas de estudio fuera del horario de clase por los estudiantes del quinto año de educación secundaria de la I. E nuestra señora de Lourdes del distrito de Bambamarca – Cajamarca 2018. El trabajo es descriptivo, se tomó una muestra de 75 alumnos del quinto año de secundaria a través de la encuesta. Donde se concluye; los estudiantes dedican su tiempo libre fuera del horario de clase a ver tv, y siendo de (6 a 8 pm y de 8 a 10 pm) el horario más visto (horarios en donde se difunden dichos programas); estos reciben una influencia

directa tanto en la formación de sus valores como en la reducción del número de horas de estudio.

Gonzales & Bouroncles (2017) en su trabajo de investigación “repercusión de los reality shows televisivos de competencia en la identidad de los alumnos del 5to año de secundaria de los colegios nacionales emblemáticos de Arequipa, 2016”. El trabajo es descriptiva relacional, con una muestra de 256 alumnos, se utilizó la técnica de la encuesta. Donde se concluye; Estos resultados demuestran que los jóvenes, en gran porcentaje, se inclinan a los realitys televisión por una necesidad de entretenimiento es decir buscan de alguna manera pasar el tiempo libre que tienen sintonizando estos programas y es que, hablando específicamente de temas psicológicos, la mayoría de jóvenes encuentra en su interior una o más características semejantes con los protagonistas de los Reality, haciéndolos creer que pasan y viven situaciones parecidas en su realidad, incluso algunos jóvenes convirtiendo en un modelo o un ejemplo a seguir a estas figuras ficticias creadas por la televisión y el medio morboso en el que se encuentran.

Ruelas (2018) en su trabajo de investigación “Influencia de los programas televisivos reality shows en la conducta de los estudiantes de quinto grado de la IES G.U.E Las Mercedes Juliaca 2017”. El trabajo es descriptivo con una muestra de 158 estudiantes, se utilizó la encuesta. Donde se concluye; que los efectos que producen estos programas realitys shows son: la poca comunicación con los padres acerca de estos programas en un 48% de los estudiantes encuestados, otro efecto es la pasividad en aceptar las conductas agresivas de estos programas en un 73%, donde aceptan que las actitudes negativas o peleas está bien, como también otro efecto es la poca comunicación con sus compañeros y docentes.

Huicho (2019) en su trabajo de investigación “Estereotipos de belleza transmitidos en reality shows e imagen corporal en adolescentes de una institución educativa secundaria” El trabajo fue cualitativo, se realizó entrevistas a alumnas entre 13 y 18 años. La autora determina la conclusión basada en que las alumnas no ven como un deseo u obsesión en tener una imagen corporal muy similar al de las chicas reality. Donde se concluye; Los estereotipos de belleza presentados en los reality shows no afectan la imagen corporal de las adolescentes, por el contrario, afirman no sentirse identificadas ni sienten la necesidad de ser como ellas.

Sea (2019) en su trabajo de investigación “Responsabilidad Social y su influencia en los reality Show en estudiantes de I ciclo de la carrera profesional de Ciencias de la comunicación de la Universidad peruana de Las Américas” 2018 II. El trabajo con una muestra de 21 estudiantes y se usó el cuestionario. Se concluye en este trabajo que la responsabilidad social no influye en los reality show que fueron vistos por los estudiantes del I ciclo. Donde se concluye; La responsabilidad social no influyó en el reality show "Esto es Guerra" visto por estudiantes del I ciclo de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de las Américas en el semestre académico 2018 II.

Tenemos entonces en el ámbito local, Morales (2019) , en su tesis “Consumo de reality show y la actitud hacia los estereotipos en los estudiantes de 6 grado , Cercado de Lima 2019” con enfoque cuantitativo correlacional con una población de 120 estudiantes del sexto grado , además se habría aplicado coeficiente de Rho de Spearman . Donde se concluye; Se determina la relación que existe entre el consumo del reality show y la actitud hacia los estereotipos en los estudiantes, dado que los chicos que logran visualizar estos programas llegan a considerar que existen diversos tipos de estereotipos proyectados en los participantes, quienes se les califica como ídolos de la juventud.

Gonzales & Naiara (2019) en su tesis “Reality shows nacionales y conducta sociocultural de escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao -2019” con un enfoque cualitativo y también con diseño no experimental correlacional, cuya muestra fue de 340 estudiantes que resolvieron un cuestionario de 18 ítems con la escala Likert. Donde se concluye; Se determina la relación que existe entre el consumo del reality show y la actitud hacia los estereotipos en los estudiantes, dado que los chicos que logran visualizar estos programas llegan a considerar que existen diversos tipos de estereotipos proyectados en los participantes, quienes se les califica como ídolos de la juventud.

Sánchez & Chávez (2018) en su tesis “Diseño del reality show Esto es guerra y la relación con el comportamiento de los alumnos del segundo y tercer grado de educación secundaria de la I.E N° 0168 Amistad Perú -Japón en el distrito de San Juan de Lurigancho” con su diseño no experimental transversal y de tipo correlacional , cuantitativo en donde se empleó la entrevista y la encuesta. Donde

se concluye; los aspectos que estos contenidos transmiten como éxito social, es un estilo de vida basado en estereotipos y construcciones sociales.

Obregón (2017) en su tesis “Influencia de estereotipos del programa Esto es guerra en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres – Breña” es descriptivo- comparativo con diseño de investigación no experimental, además tuvo una población de 220 alumnos de los colegios Rosa de Santa María y Hermano Anselmo María. Donde se concluye; De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el género más influenciado por las transmisiones de este programa es el femenino con el 18,2%, mientras que los hombres solo son influenciados en un 15%. Se determinó que el género femenino es el más influenciado por el programa televisivo “Esto es Guerra”

Vicente (2019) en su tesis “Análisis del lenguaje audiovisual del reality de competencia Esto es Guerra , decimoquinta temporada Agosto 2018” , donde se usó la técnica de la observación , con el instrumento llamado , ficha de observación, el enfoque es cualitativo, Se concluyó; En base a lo analizado se afirma que las mujeres deben contar con ciertas características y de esta manera establecer el mensaje que se repite consecutivamente en el medio televisivo, en la que condiciona el contenido del medio audiovisual y se repite estas escenas consecutivamente.

Camborda (2019) en su tesis “percepción y comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes del cuarto de secundaria de la institución educativa Javier Prado – La Victoria 2017”, cuyo tipo de investigación es cuantitativa, correlacional, la población fue de 50 estudiantes, la muestra de 50 estudiantes pertenecientes al cuarto de secundaria. Donde se concluye; que no hay relación entre la Percepción y la Comunicación no verbal. En las tablas descriptivas se observó que el 44% presenta una percepción media frente al programa “Esto es Guerra”, Determinando que la percepción media es la que predominante en los estudiantes. En relación a la segunda variable se obtuvo que el 58% presenta una comunicación no verbal media. Determinando que la comunicación no verbal media es la que predomina en los estudiantes.

Fundamentando este trabajo de investigación se respalda a la teoría de Harold Laswell quien a través del proceso comunicativo dio a conocer que la comunicación masiva esta de manera unidireccional y que también las audiencias pueden tener un papel activo en el proceso. En donde los mensajes que se intercambian, Laswell se pregunta ¿Quién? ¿Dijo que? ¿Cómo? ¿en qué canal?

En las definiciones de las variables:

Altieri (2001) indica que etimológicamente cultura proviene de cultivo. Entonces cultura en definitiva es educación, formación, desarrollo y que no es solo proceso de la actividad humana.

Tal como lo señala (Goberna, 2003) citando a Edward Burnette Tylor; sostiene que la cultura es todas las capacidades y hábitos que ha adquirido el hombre en la sociedad, de acuerdo a Alcalá (2000); sostiene en su obra “estudio del hombre” que la cultura es la suma de todas las ideas y las reacciones emotivas y las pautas de conducta habitual.

En la definición de la categoría reality show podemos decir:

Teorías de la televisión

Según Ignacio Hilario de la Mota (1985), citado en Peregrina (2016) la televisión es la visión lejana, funciona telegráficamente por la transmisión instantánea de imágenes de objetos, vistas o escenas reales, para el funcionamiento de una serie de aparatos transmisores y receptores especiales. El autor clasifica los siguientes tipos de televisión según su forma de transmisión:

Televisión alámbrica: Es la televisión por cable, donde los canales tienen mejor nitidez, ahora puede ser direccional y también bidireccional. La bidireccional permite que el público interactúe mediante un programa.

Televisión por satélite: capta los programas que emite el satélite hacia nuestra televisión.

Entre la clasificación existen tres grandes géneros según la escuela de negocio de Euroinova que vendrían a ser; informativo, ficción y de entretenimiento. Los de información son aquellos donde la acompaña una tertulia, la opinión, sobre los

temas de actualidad e informativo. Por otro lado, están los reportajes, donde se basa en el informe semanal.

En el caso de entretenimiento, tenemos a los magazines, que engloba temas diversos, tenemos a las galas, los concursos, reality show.

Actualmente este formato de programas, llegan a tener la supremacía en audiencia incentivada por el morbo y intromisión de las vidas privadas de los famosos. Adelantando y seduciendo en cierta parte la mente de los más jóvenes en casa, no llevando nada productivo. Finalmente se da a conocer las categorías: Según Gerbne (2004) y Swiatkowski (2018)

Arboccó & O'brien (2012) argumenta que no es nada saludable que este formato sea visto por los niños ya que solo genera violencia, sobre todo a quienes el sentido crítico está empezando a discernir lo bueno y lo malo, la realidad, la ficción.

Categoría 1: (Narváez & Zavaleta, 2016 ) con su teoría de cultivo para reality show, se preocupa en enfatizar cual es la razón de la cultura en la sociedad, permite saber analizar la ficción de los programas estos para asociarlos con la realidad.

Categoría 2: Swiatkowski (2018) al igual que Espinoza (2017) se pronuncia que hay una relación entre las conductas de audiencia y los mensajes televisivos.

Definiendo las subcategorías de la categoría "reality show" tenemos:

Escenario: que representa el ámbito en donde los diferentes formatos televisivos se propagaran hasta los hogares.

Publicidad: que representa la divulgación de la información de este programa.

Animación: que representa las personas que realizan la presentación del programa, conformado por hombres y mujeres con buen estado físico.

Con mención de la segunda categoría, se cita lo expuesto por (Fernández, 2014) quien manifiesta que respecto a conducta social, los jóvenes saben que es un tema predilecto para poder saber más de sus personajes favoritos, tratan de imitar su

forma de hablar, su carisma, su armonía corporal, el estilo de vida muy ostentoso que llevan.

Vygotsky (1981) sostiene en la teoría para la variable sociocultural que los niños desarrollan sus actividades cognoscitivas a través de una interacción social, y de acuerdo a (Carrera & Mazzarella, 2001) en consecuencia, recomienda que los niños visualicen cosas que están calificados para su edad.

Chaves (2001) haciendo alusión a la teoría sociocultural, que los niños de lo que aprenden con la tecnología y la educación, pues luego aplican estas manifestaciones culturales en su día a día.

Definiendo las subcategorías (Hall, 2009) de la categoría “conducta social” tenemos:

Juegos: Está constituido por los retos que se hacen para obtener puntos.

Horario: Está constituido por la hora en que comienza hasta que termina el programa

Modelo de comportamiento: Permite que los adolescentes tomen como referencia por ejemplos los peinados, forma de hablar, vestir, de tener su cuerpo y creer si es que el comportamiento de ellos es aceptable o inaceptable.



### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo básico en donde la meta es poder informar los resultados de como los alumnos interactúan entre ellos. Alvitres (2000) describe este tipo de investigación cuando pretende una predicción, explicación y descripción. Se menciona que es de enfoque cualitativo, aparte de un estudio estadístico con el fin de llegar a conclusiones confiables.

##### Diseño de Investigación

Presenta un diseño Fenomenológico, Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) busca el significado de los individuos para dar respuesta a las experiencias sobre un fenómeno.

#### **3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización**

Las categorías: reality show y conducta social. Las subcategorías: Escenario, publicidad, animación, juegos, horario, modelo de comportamiento.

Esta investigación presenta las siguientes categorías: reality show según Graebner , enfatiza la importancia de la cultura en la sociedad , aparte de separar la ficción que se presenta en la televisión con la realidad, conducta social ,Vigotsky (1962) , que los niños desarrollan actividades cognoscitivas a través de una interacción social. Recomienda que los niños vean cosas acordes a sus edades.

#### **3.3 Escenario de estudio**

El estudio se realizó bajo el contexto de distanciamiento social, por ende el análisis se realizó a los estudiantes del nivel secundario de la institución materia de análisis, y cada encuesta fue realizada vía plataforma zoom, los estudiantes son del departamento de Lima, en el distrito de San Martín de Porres.

### **3.4 Participantes**

Los participantes de esta investigación la conforman 40 alumnos (19 hombre y 21 mujeres) del quinto de secundaria (15-16 años) del colegio palmer School. Están resididos en el distrito de San Martín de Porres, pertenecen al estrato social B.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de Recolección de datos**

Aquí se utiliza como técnica de investigación a la entrevista, tal como lo describe Flick, este instrumento permite organizar la información de una forma descriptiva, con preguntas específicas, para poder almacenar y discernir información de los entrevistados.

Por igual, Flick (2007) señala que cuando la investigación se extiende fuera de preguntas y observaciones, entonces es muy común que el muestreo varíe cuando mencionemos documentos, textos, imágenes en la investigación. El instrumento empleado fue el cuestionario, cuya finalidad de reproducir datos para que sean evaluados, y poder describir los hallazgos del estudio.

### **3.6 Procedimiento**

Para la realización de este trabajo de investigación, se llevó a cabo una entrevista para medir las variables reality show y conducta sociocultural en los alumnos del quinto año de secundaria del Colegio Palmer School.

La aplicación de los instrumentos se realizó por medio de una entrevista hecho en plataforma zoom.

### **3.7 Rigor Científico**

En la investigación cualitativa cuya función es, mostrar, entender y hasta poder interpretar las realidades de la sociedad en varios puntos de vista, son válidos también las vivencias de los individuos, donde hay libros bibliográficos, documentales, prácticas profesionales, como revistas, fotos, (Flick, 2007)

En este trabajo de investigación cualitativo según Fernández y Baptista (2003), utiliza la recolección de datos sin análisis numéricos.

### **3.8 Métodos de análisis de datos**

El instrumento utilizado fue la entrevista, por medio de la plataforma zoom y con el, también se hizo la interpretación de esta entrevista para llegar al punto de los resultados. Los resultados se procesaron tomando en cuenta la opinión que más coincidía en los alumnos sobre el programa reality .

### **3.9 Aspectos éticos**

Este trabajo de investigación es trabajado con los contenidos obtenidos de fuentes fidedignas según la norma APA. También cabe resaltar que se ha respetado los derechos de autor. Como respeto a las personas, en nombre del trabajo de investigación se mantiene en anonimato los nombres de los entrevistados y no solo eso, sino que también se respeta sus opiniones.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación tuvo como propósito analizar la influencia entre el reality show “esto es guerra” para determinar su relación con la conducta social de los alumnos del quinto año de secundaria del colegio Palmer School. Respecto al objetivo específico de la investigación, se reafirma que sí hay relación entre Determinar la influencia en el escenario del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School”.

Los resultados indican que la influencia en el escenario son los colores de las luces pues la modernidad del set televisivo y su espacio para llevar a cabo el programa, nos dicen los especialistas que tenemos que tener conceptos de potencia lumínica y temperatura del color. Aspecto que refuerza con el resultado de la investigación. Los alumnos entrevistados manifiestan que todos están de acuerdo con el escenario en donde realizan las competencias. Además, dos de los entrevistados manifiestan que la iluminación es algo que debe tener el escenario como algo fijo, mientras que los otros dos entrevistados manifiestan que el escenario debe ser grande y moderno.

Respecto al objetivo Describir la influencia de la publicidad del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School, la influencia según los especialistas serían 10 puntos bien resaltantes. El primer punto consiste en que la publicidad tiene un fin promocional, esto quiere decir que influye en la ideología , como manera de pensar de la población, como segundo punto resaltante es la persuasión , que simplemente es convencer que este producto es mucho mejor que la competencia y que mejorará su vida de alguna forma, el tercer punto resaltante sería de enmarcarse al plan de marketing general , el cuarto punto resaltante sería, un público objetivo determinado esto quiere decir que el reality show tiende a enganchar a un público joven como objetivo , el quinto punto resaltante es que tiene un coste para el anunciante , en el sexto punto resaltante es cuando se busca ser original ósea en hacer hincapié en lo novedoso del producto, en el séptimo punto resaltante es cuando hay una variedad de recursos creativos, esto se le atribuye a videos testimoniales, imágenes impactantes y también jingles, en el octavo punto resaltante se considera a la

repetición para poder hacer un recuerdo de la marca y de los valores asociados a ellos, en el noveno punto es que suele ofrecer contenidos personalizados con esto los usuarios o televidentes estarán más al tanto de sus artistas mediante correos, chats, links de videos , etc., como décimo y último punto resaltante esta que la publicidad debe ser ética, ósea que debe de ser controlada para no caer en campañas engañosas o desleales.

Además, se demuestra que los alumnos encuestados, dos de ellos manifiesta que ya no observan publicidad sobre el programa debido a que no hay necesidad ya que se encuentran en la cúspide del rating según Ibope. Los otros dos manifiestan que si ven a las justan publicidad, pero no con tanta intensidad por las mismas razones. Respecto a los resultados de que si la publicidad es clave para garantizar el éxito pues dos de los encuestados manifiestan que no es así. Mientras que los otros dos encuestados manifiestan que esto puede ayudar de mucho aumentando las probabilidades de llegar al objetivo.

Respecto al objetivo Conocer la influencia en la animación del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio palmer School, la influencia en la animación según los especialistas en esta rama indican que según ConcorTV y en la página del ministerio de Educación , indican que tipo de conductores prefieren los niños , para ello fueron evaluados a 2839 niños de los países de Brasil y Argentina para más o menos entender que es lo que buscan , 1 de cada 3 niños prefieren un adulto joven y uno de cada 4 prefiere a un adolescente para la conducción del programa. Los resultados demuestran que los entrevistados están muy de acuerdo con los animadores del programa puesva con su estilo, sin embargo, en los resultados de que, si la edad en esos animadores es importante, pues los entrevistados por unanimidad que si es un factor vital ya que es un programa de competencia y vigor.

En relación al objetivo determinar la influencia de los juegos del reality show esto es guerra en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School ,la influencia en los juegos según los especialistas , indican que este tipo de programa de juegos se remontan desde los años 1940,1950 conocidos como los game shows , que por lo general se basaban en preguntas y respuestas, donde hubo un programa llamado quien quiere ser millonario y abarcó cas toda Sudamérica , en nuestro país estuvo conducido por Guido Lombardi. Los

resultados demuestran que los entrevistados dos de ellos indica que los juegos son fáciles, uno se mantiene neutral en su opinión y otro lo considera algo difícil, por otro lado, en los resultados de que, si los juegos se deberían cambiar por la pandemia, pues aquí todos en totalidad están de acuerdo con que los juegos no afectan en nada, pues el riesgo es el mismo al momento de ir al estudio a grabar, toda profesión o trabajo tiene su riesgo en estos momentos.

Respecto al objetivo determinar la influencia de los horarios del reality show esto es guerra en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School, la influencia según los especialistas, esto está formado por la parrilla de programación, en donde encontramos, las series de televisión que están establecidos en capítulos que duran 50 min o temporadas que, por lo general, está compuesto en 23 capítulos. En el caso de las películas con un tiempo estimado de 120 minutos, y que se divide en dos o tres partes de capítulos.

En lo informativo, generalmente se divide en cuatro horarios, en la mañana desde las 6 am y mediodía, en la tarde, del mediodía hasta las 18 horas, el central 18 a 22 horas, y trasnoche de 22 a 2 horas. Los resultados de la entrevista manifiesta que los entrevistados están muy de acuerdo con el horario del programa, ya que la mayoría de ellos estudian en la mañana, caso contrario con los que estudian o trabajan en la tarde, incluso se menciona el YouTube para poder ver las repeticiones. Además, los entrevistado manifiestan (dos de ellos) que se debe ampliar el horario del programa, por otro lado, los dos restantes manifiestan que el horario está bien como está.

Respecto al objetivo determinar la influencia de los modelos de comportamiento del reality show esto es guerra en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School, la influencia según los especialistas , es que el comportamiento radica en los personajes que aparecen en la tv como conductores, chicos reality, futbolistas, deportistas, modelos , etc donde expresan mucho morbo al reaccionar con amor, provocación, ataques, chismes, incluso violencia verbal y física . Por otro lado, el comportamiento lo establecen algunas plataformas como lo es la big data donde estudian los gustos de los que consumen el producto, un ejemplo claro es Netflix, selecciona géneros de películas de tu preferencia.

Los resultados de la entrevista logran expresar que los entrevistados no coinciden conforme a los competidores acerca que sean ejemplo a seguir. Incluso uno de los entrevistados expresa que están dentro del horario familiar y ese hecho basta para que se limiten en sus comportamientos. Cabe precisar que sí hay gente que está informada sobre la ley de televisión peruana y sus horarios, y en la opinión publica las personas saben que los horarios familiares deben de respetarse con respecto al contenido. En el tema de las discusiones se determina qué; como es sabido, los medios de comunicación masiva influyen en un gran número de personas. Un medio es un "canal de comunicación", un medio a través del cual las personas envían y reciben información y esta información es atractiva para los gustos e intereses de la teleaudiencia.

Los medios de comunicación deben tener alguna influencia generalizada en nuestros pensamientos, creencias, valores e incluso en nuestro comportamiento. Siendo la televisión un medio popular y poderoso que imita e influye en la cultura. De acuerdo con el primer objetivo de la investigación se demostró que los alumnos entrevistados manifiestan estar de acuerdo y conformes con el escenario en donde se realizan las competencias, los competidores, impactándoles la iluminación y algunos sugieren incluso que debe ser grande y moderno.

Comparando con el estudio de Balcázar (2017) en ambas investigaciones los resultados se asemejan, coincidiendo en que captan el interés de los estudiantes debido a sus características de iluminación y escenario. Sin embargo, este gusto hace que los estudiantes no centren sus objetivos o intereses en cosas reales, la imaginación, ilusión y efectos de estos programas no representan la realidad en un contexto social.

Los reality shows, dicen, rompen la monotonía al crear conceptos interesantes e ideas innovadoras que los hicieron destacar de los programas regulares. Contrastando estos programas en el ámbito internacional, sector mundial de la pantalla pequeña se emplean para crear nuevos conceptos para los reality shows, los países están en carrera por proyectar conceptos buenos y originales. Todos los días en la televisión, se introducen algunos reality shows nuevos, lo que permite a los espectadores elegir entre un amplio menú de muchos espectáculos, que solo quedan en eso en espectáculos. La televisión de realidad es un género de

programación televisiva que presenta situaciones dramáticas o humorísticas supuestamente sin guión, documenta eventos reales y, por lo general, presenta a personas comunes en lugar de actores profesionales, a veces en un concurso u otra situación en la que se otorga un premio.

Con la llegada de programas de acuerdo a lo que Custodio y Rojas señalan (2018) impactan negativamente, debido al tiempo que dedican los estudiantes a mirar la tv, descuidando sus actividades académicas, y respecto al objetivo 2, 3 y 5 los alumnos encuestados, señalan incluso que no es necesario publicitar estos programas porque su teleaudiencia ya está asegurada. Si bien es cierto la publicidad es importante para garantizar el éxito, esta no repercute en el mantenimiento del rating. Se interesan por la animación por el contenido y por todas las escenas que giran en torno a cada personaje.

El estudio se asemeja de igual forma con el de Caice (2016) en donde señala que el televidente no sintoniza algo productivo y que es de su interés la polémica generalizada en estos programas de realidad. Cabe afirmar que los adolescentes cultivan relaciones con las personalidades y los lugares contextuales dentro de un reality show en el entorno de la televisión parasocial. Se trata de relaciones no recíprocas que un usuario de los medios establece con una superestrella de los medios, que generan un sentido fabricado de amistad y afecto con este icono mediático remoto. Se contradice de los resultados de Camborda (2019) que señala que cambia la comunicación no verbal media, siendo esta la que prevalece. Continuando con el aporte de Ochoa (2019) en su tesis "Análisis del lenguaje audiovisual del reality, se resalta que son las mujeres las mujeres o adolescentes que imitan estas conductas de las participantes de estos shows para lograr estar en la cúspide de los intereses de sus compañeros, considerando que los comportamientos de los guerreros son patrones de conducta apropiados.

La mayoría de las suposiciones sobre la psicología de la audiencia de la televisión de realidad se derivan de análisis textuales de programas basados en la realidad, más bien que la investigación que involucre al público. Por lo tanto, exige investigaciones de la programación basada en la realidad basada en el supuesto de que dichos programas pueden implicar una red de cambios sociales, económicos y políticos en la sociedad moderna. Existe evidencia sustancial de que



los adolescentes imitan el comportamiento de las estrellas de la realidad y que los programas de realidad influyen en sus hábitos de consumo. Además, la exposición a los medios se ha asociado positivamente con hábitos agresivos y violentos, delitos sexuales menores y estilos de vida adictivos. Los programas enseñan a los adolescentes a poner mucho énfasis en la belleza física, el jolgorio excesivo, y hacer que pierdan el foco en la importancia de la inteligencia y el verdadero éxito. La teoría del aprendizaje social y la teoría cognitiva social apoyan esta evidencia, ya que las teorías especulan que el proceso de aprendizaje implica el modelado de comportamientos experienciales de acuerdo a los eventos observados.

Después de compartir las investigaciones tomadas en cuenta, desde mi perspectiva manifiesto lo siguiente: En lo que va de los años los medios de comunicación siempre toman un papel muy importante en los adolescentes sobre todo cuando ellos, son los que buscan normar y están buscando un comportamiento que moldear para poder saber cómo afrontar sus problemas en la vida. Años ya pasados como comunicador social que soy y habiendo tenido el agrado de ejercer la docencia pues me percaté de la gran acogida que tienen los estudiantes con estos programas reality, donde se puede analizar que las imágenes venden mucho más.

Compartiendo sobre la sociedad con la teoría de Lev Vigotsky sobre la forma de aprender con la interacción de las personas, unas con otras. Los alumnos tienden a estar a la vanguardia de la digitalización, de manera que se dejan llevar por sus emociones al ver personajes ficticios con características que seducen en el receptor, pues muestran figuras contorneadas, vigor, una clase de búsqueda de la perfección, a lo que muchos aspiran inconscientemente. El mundo desde siempre se ha identificado con personajes, con modelos, con heroínas o héroes. Y eso no representa ninguna amenaza para nadie.

Sin embargo, la amenaza podría estar latente con la malinterpretación, la obsesión de los que pretenden llegar a la meta de ser perfectos a cualquier precio. En el caso de las mujeres se sabe que hay un porcentaje de mujeres que tienen trastornos alimentarios, como la bulimia que consiste en vomitar lo comido para no engordar. En el caso de los varones, ocurre algo parecido con un tipo de obsesión por estar más fornido y contento consigo mismo, esto es al aumento en tiempo

récord de la masa muscular, los más conocidos como esteroides, o anabólicos. Llevando a una mala dosis a problemas cardiovasculares quedando en un infarto.

Es por eso que se entiende que los medios de comunicación tienen toda la necesidad y compromiso de alertar a los chicos que los siguen, a que no imiten ciertas cosas, al igual como lo indican en los programas de lucha libre.

Es por eso que analizando la ley N° 28278 de Radio y Televisión, en el artículo 40 se señala: Que la televisión el horario familiar está comprendido entre las 06 a 22 horas y no debe contener violencia, obscenidades. Además de poner siempre un aviso de lo que se trata el contenido fuera del horario familiar. Como lo especifica el artículo 42; donde menciona que existirá un aviso previo, escrito y verbal. Entonces cumpliendo con las normativas se va a tener más tranquilidad acerca de los contenidos, pero, aunque parezca mentira nos faltaría un factor y es el del discernimiento y esto se logra con las enseñanzas que nos dan en casa, sociedad y tener criterios lógicos aceptables.

Y es que el criterio lógico se lo gana uno mismo. Ocurre que, en esta presente pandemia, covid 19, estamos interactuando mucho más con las redes e incluso al trabajar desde casa y manda los trabajos de escuela, centro de labores a correos, quiere decir que la era digital está llegando a ser una necesidad primordial en la vida de las personas de cualquier. Asimismo, ya que se ha hablado de la desaparición de la televisión ante este reto de la televisión cuando se anunció la llegada del internet, pues desde mi punto de vista no es que vaya a desaparecer.

Por el contrario, mantendrá un lugar ya no tan importante porque sabemos que la tv la podemos ver en vivo desde una computadora, el trabajo de entretener, informar, perdurará en los seres humanos, hablando francamente de una necesidad. El reality show es un formato que puede ser entretenido para miles de personas, irrelevante para otro sector, pero la realidad es que como ya mencionado en líneas anteriores tiene ventajas y desventajas para tenerlo en cuenta.

La sociedad demandará una perfección a la que la publicidad de empresas son las principales interesadas para que el mercado sea más agresivo en el consumo de esa perfección y esto pueda afectar a jóvenes que se sientan seducidos por querer lucir mejor sin tener un conocimiento amplio de los riesgos que puede conducir esto, desde el consumo de sustancias como anabólicos, como someterse a muchas cirugías.

## **V. CONCLUSIONES**

1. Se puede decir que el impacto del programa esto es guerra, en los adolescentes es moderado o negativo y esta inferencia depende del punto de vista de un individuo, es decir, publicidad, programación de redes, psicología de los juegos, imitación de comportamientos. Resaltando que hubo estudiantes que si realizan sus actividades escolares y reconocían que eran ficticias algunas historias, pero que de igual forma les llamaba la atención el escenario y la animación.
2. Generalmente, los adolescentes de ambos sexos están cautivados, sin embargo, existen algunas variaciones en la forma en que las variables sociales inspiran esta conexión y su impacto es consecuente en los comportamientos y la disposición de los adolescentes.
3. Se ha demostrado que el conocimiento de los gustos y preferencias de los adolescentes es una herramienta vital para los especialistas en marketing y los planificadores de comunicación si se dirigen a ellos. La tarea de los progenitores y compañeros como intermediarios en la participación de los adolescentes en estos programas, se ha establecido en base a los intereses de la edad.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Sugerir a las investigaciones venideras sobre este tema del reality show, comparar las ventajas y desventajas de la televisión.

Los jóvenes deben seguir estando protegidos por las leyes en este caso de Radio, televisión para tener cuidado en qué clase de contenido les damos en esta sociedad.

Sugerir que los padres jueguen un papel importante al momento de acompañar y si no es el caso, pues de hacerles ver a los jóvenes que lo banal no dura mucho. Los riesgos de la perfección creada por la mercadotecnia.

Que a las futuras investigaciones se hablen también de que como los estudios televisivos mantienen en su parrilla el contenido agresivo y de morbo en su contenido, y casi nada o nada de contenido cultural.

## REFERENCIAS:

Alcalá, R. (2000). Concepción de Cultura. *IZTWALAPA* 49, 47-55.

Altieri, A. (2001). Qué es cultura. *La lámpara de Diogenes Julio a Diciembre N° 004*, 15-20.

Alvitres, V. (2000). *Método Científico. Planificación en la Investigación*. Trujillo: Ciencia.

Arboccó, M., & O'Brien, J. (2012). Impacto de la "Televisión Basura" en la Mente y la Conducta de Niños y Adolescentes. . *Unifé*, 20(2), 43-57., [http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances\\_arbocco\\_](http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_).

Baladrón, A., & Lozada, J. (2012). Audiencia juvenil y los líderes de la telerealidad. *REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD* ≥ marzo 12 | n.º 96, [http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista96\\_3.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista96_3.pdf).

Balcázar, Y. (2017). "Influencia de los programas Reality Show en el desempeño académico de los jóvenes estudiantes de 12 a 17 años de edad del colegio Dr Juan Francisco Ontaneda de la parroquia Buenavista Cantón Chaguarpamba". . Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19221/1/YESTI%20MARIANA%20BALC%C3%81ZAR%20CUEVA.pdf>.

Bustos, O. (2004) "Políticas públicas, medios de comunicación y formación de audiencia crítica con enfoque de género", *Mujer y desarrollo en el siglo XXI: Voces para la igualdad* (M<sup>a</sup> Angeles Reboolo y e Inmaculada Mercado), Ed. Mc Graw Hill, Madrid

Caice, L., & Ordóñez, A. (2016). "Influencias de los reality shows de tv: programas calle 7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 años del colegio Jaime Roldós Aguilera". . *Universidad Laica Vicente Roca Fuerte*, <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1382>.

Camborda, F. (2017). *Percepción y comunicación no verbal del programa Esto es Guerra en los estudiantes del 4to de secundaria de la institución educativa*

- Javier Prado –*La Victoria*, 2017. Lima: Universidad César Vallejo  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/16437>.
- Carrera, B., & Mazzarella, C. (2001). Vygotsky: enfoque sociocultural. *Educere*, vol. 5, núm. 13, abril-junio, 2001, pp. 41-44, <https://www.redalyc.org/pdf/356/35601309.pdf>.
- Kellner, (2011). *Cultura mediática: estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Madrid: Ediciones Akal, S.A
- Custodio, D., & Rojas, A. (2018). Influencia de los Programas televisivos de entretenimiento (esto es guerra y combate ) en la reducción del número de horas de estudio fuera del horario de clase por los estudiantes de quinto año de educación secundaria de la I.E Nuestra Señora de Lourdes. *Universidad Nacional de Cajamarca*, <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/3044>.
- Espinoza, D. (2017). Valores y antivalores del reality Combate en estudiantes de primer grado de secundaria, I.E. Alfonso Ugarte N° 88021, Nuevo Chimbote-2017 (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú
- Fernández, R. (2014). *Actitudes y Comportamiento Social. (Tesis de Licenciatura)*. España.: Universidad Jaime I, Castellón de la Plana,.
- Flick, U. (2007). *Introducción de la investigación cualitativa*. España: Ediciones Morata, S. L. .
- Gerbner, G. (2004). *Teoría del Cultivo – George Gerbner*. La iniciativa de comunicación.
- Goberna, J. (2003). Que es cultura?, cien años de controversia en la antropología Anglosajona. *Gallaecia* N° 22 - 531-534, <file:///C:/Users/BENERICE/Downloads/Dialnet-WhatsCultureCienAnosDeControversiaEnLaAntropologia-633501.pdf>.
- Gonzales, H., & Bouroncles, J. (2017). “*Repercusión de los reality shows televisivos de competencia en la identidad de los alumnos del 5to año de secundaria de los colegios nacionales emblemáticos de Arequipa, 2016*”. Arequipa: UNSA <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/2458>.

- Gonzales, N. (2019). *“Reality shows nacionales y conducta sociocultural de escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao -2019”*. Callao, Perú: Universidad César Vallejo.
- Hall, A. (2009). Perceptions of the Authenticity of Reality Programs and Their Relationships to Audience Involvement, Enjoyment, and Perceived Learning. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(4), 515-531, DOI: 10.1080/08838150903310468.
- Hernández; Fernández; Baptista;. (2014). *Metodología de la investigación científica*. México: MC Grill.
- Huicho, D. (2019). *“Estereotipos de belleza transmitidos en reality shows e imagen corporal en adolescentes de una institución educativa secundaria”*. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9740/1/2019\\_Huicho-Bautista.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9740/1/2019_Huicho-Bautista.pdf).
- Latorre, A., Rincón, D., & Arnal, J. (2003). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona, España: Ediciones Experiencia.
- Líbero. (25 de 05 de 2020). Mario Iriverren confirma que es positivo a coronavirus y se quiebra en vivo. *Líbero*, págs. <https://libero.pe/ocio/1562089-guerra-mario-irivarren-confirma-dio-positivo-coronavirus-eeg-vivo-via-america-tv>.
- Mag.El Comercio. (20 de 06 de 2020). “Esto es guerra” venció al programa de Juliana Oxenford en rating. *Diario El Comercio*, págs. <https://mag.elcomercio.pe/fama/esto-es-guerra-vencio-al-programa-de-juliana-oxenford-en-rating-al-estilo-juliana-nndc-nnes-noticia/>.
- Morales. (2019). *“Consumo de reality show y la actitud hacia los estereotipos en los estudiantes de 6 grado, Cercado de Lima 2019”*. Lima: Universidad César Vallejo <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48820>.
- Narváez, L., & Zavaleta, S. (2016 ). *La influencia del reality show “esto es guerra” y el comportamiento de los estudiantes de 5° y 6° grado de educación primaria de la institución educativa particular santa maría del valle del distrito de*

- Uchumayo, Arequipa, 2015*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Ñaupas, H. (2013). Capítulo III. La investigación científica. En H. Ñaupas, M. Valdivia, J. Palacios, & H. Romero, *Metodología de la investigación - Cuantitativa, cualitativa y redacción de la tesis*. (pág. 123). Bogotá - Colombia: Ediciones de la U,.
- Obregón, R. (2017). *Obregón (2017) "Influencia de estereotipos del programa Esto es guerra en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres – Breña"*. . Lima: Univesidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/22625>.
- Palomo, M. (12 de 07 de 2014). Telerrealidad: las pantallas son suyas, Un género en expansión que crece al saber combinar diferentes formatos. *El País*, pág. [https://elpais.com/cultura/2014/07/11/television/1405095209\\_922407.html](https://elpais.com/cultura/2014/07/11/television/1405095209_922407.html).
- Peregrina, F. (2016). Conceptos sobre televisión. *Divulgación, deportes y medios*, [http://www.islabahia.com/arenaycal/2016/239\\_julio-agosto/divulgacion\\_peregrina\\_flor239.asp](http://www.islabahia.com/arenaycal/2016/239_julio-agosto/divulgacion_peregrina_flor239.asp).
- Rincón, Omar., & Estrella, Mauricio. (2001). *Televisión: Pantalla e Identidad*. Quito, Ecuador: El Conejo.
- Ruelas, J. (2018). *Influencia de los programas televisivos reality shows en la conducta de los estudiantes de quinto grado de la IES G.U.E. Las Mercedes Juliaca – 2017*. Puno, Perú: Universidad Nacional del Altiplano <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/10504>.
- Sánchez, M., & Chávez, D. (2018). *"Diseño del reality show Esto es guerra y la relación con el comportamiento de los alumnos del segundo y tercer grado de educación secundaria de la I.E N° 0168 Amistad Perú -Japón en el distrito de San Juan de Lurigancho"*. . Lima: Universidad Tecnológica del Perú.
- Sea, K. (2019). *"Responsabilidad Social y su influencia en los reality Show en estudiantes de I ciclo de la carrera profesional de Ciencias de la comunicación de la Universidad peruana de Las Américas 2018 II"*. Lima:



Universidad Peruana de las Américas  
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/552>.

StudyCorgi. (2020). El impacto de los programas de televisión de realidad en los adolescentes. *StudyCorgi.*, <https://studycorgi.com/reality-television-shows-impact-on-teenagers/>.

Swiatkowski, P. (2018). *Reality Tv, Relational Aggression, And Romance: The Effects Of Reality Show Viewing On Relational Aggression and Relational Quality In Romantic Relationships. (Tesis de Doctorado)*. Estados Unidos : The University of Arizona,.

Tornero, A. (1998). Reseña de "Homo Videns. La sociedad teledirigida" de Sartori, Giovanni. . *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 28(4), 215-218., <https://www.redalyc.org/pdf/270/27028411.pdf>.

Vicente, H. (2019). "Análisis del lenguaje audiovisual del reality de competencia *Esto es Guerra* , decimoquinta temporada Agosto 2018". Lima: Universidad César Vallejo.

Vygotsky. (1981). *Pensamiento y Lenguaje*. . Buenos Aires: La Pléyade.

## **Anexos**

## Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Categorías	Subcategorías	Ítems	Escala de medición
Medios de comunicación	argumenta que no es nada saludable que este formato sea visto por los niños ya que solo genera violencia, sobre todo a quienes el sentido crítico esta empezando a discernir lo bueno y lo malo, la realidad , la ficción. (Tornero 1998)	Los medios de comunicación Como herramienta de aprendizaje en función de sus sub variables a través de una entrevista.	Reality show	escenario	1	Nominal
				publicidad	2	
				Animación	3	
			Conducta social	juegos	4	
				Horario	5	
				Modelos de comportamiento	6	

### Instrumento de Recolección de datos

Preguntas	Entrevista do 1	Entrevista do 2	Entrevista do 3	Entrevista do 4	Conclusión
¿El escenario te parece apropiado?	Sí es muy chévere , tiene todo para poder competir bien.	Me parece bien pero creo que cada cierto tiempo deben implementar cosas.	Está muy bonito , felicitacion es a los chicos.	Se ve bastante grande , si es apropiado a mi punto de vista	Todos los alumnos creen que el espacio posee las facultades para hacer bien el trabajo de competencia
¿ Qué debe tener un Escenario para que sea más llamativo?	Debe de tener agua o quizás una piscina de pelotas	Lo primero debe estar bien iluminado y nuevo	Con colores vivos y con buena iluminación	Ser grande y moderno	Dos de los alumnos habla acerca de la buena iluminación , mientras que los dos restantes alegan sobre el tamaño y moderno.

Los resultados demuestran que los alumnos entrevistados manifiestan que todos están de acuerdo con el escenario en donde realizan las competencias los competidores. Además, dos de los entrevistados manifiestan que la iluminación es algo que debe tener el escenario como algo fijo, mientras que los otros dos entrevistados manifiestan que el escenario debe ser grande y moderno.

Objetivo Específico 2 :

Tabla

*Describir como la influencia de la publicidad del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School*

Preguntas	Entrevista do 1	Entrevista do 2	Entrevista do 3	Entrevista do 4	Conclusiones
¿La publicidad es suficiente para que el programa sea más sintonizado?	Es innecesario, saben que son los únicos	No he visto últimamente nada de publicidad, a lo mejor ya no quieren gastar	En internet me parece ver su publicidad	Ya no hay publicidad. Saben que miles los miran	Existen diversas interpretaciones, en la cual la mitad de los alumnos entrevistados mencionan que ya no ven publicidad, mientras que la otra mitad alega que si ven pero a las Justas.
¿Es necesaria la publicidad para que un programa	No siempre, ayuda de alguna forma pero todo depende	Nunca eso ha funcionado a dar garantías Sobre el éxito.	Sé que ayuda mucho, pero vale la pena invertir	Vale la pena invertir para que las personas al menos lo	Dos de los alumnos encuestados, manifiestan que el éxito no es garantía por invertir en

tenga éxito asegurado ?	de la calidad del programa			tengan en la mente.	la publicidad . Los otros dos alumnos encuestados manifiestan que de todas maneras en una buena inversión ya que ayuda a extra dentro de la cabeza de las personas.
-------------------------	----------------------------	--	--	---------------------	---

Los resultados demuestran que los alumnos encuestados, dos de ellos manifiesta que ya no observan publicidad sobre el programa debido a que no hay necesidad ya que se encuentran en la cúspide del rating según Ibope. Los otros dos manifiestan que si ven a las justan publicidad, pero no con tanta intensidad por las mismas razones. Con respecto a los resultados de que si la publicidad es clave para garantizar el éxito pues dos de los encuestados manifiestan que no es así. Mientras que los otros dos encuestados manifiestan que esto puede ayudar de mucho aumentando las probabilidades de llegar al objetivo.

Objetivo específico 3:

Tabla

*Conocer como la influencia en la animación del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio palmer School.*

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Conclusiones
¿La conducción de los animadores es de tu agrado?	Son muy divertidos y tienen química	Los dos son bellos, los amo	Son de lo mejor cuando hacen sus bromas	Jamás vi una dupla tan buena	A todos los alumnos encuestados les agrada los animadores que van con su estilo.
¿ Cree usted que la edad importa para este puesto?	Definitivamente sí, mientras estén entre los 20y 30 sería mucho mejor.	A lo mejor sí, pero no me quejo de este par	La edad va de la mano con el formato de programa	Por supuesto que la edad es símbolo de energía y vitalidad y eso es lo que vende el programa.	Todos opinan que la edad es el factor necesario para este tipo de programa .

Los resultados demuestran que los entrevistados están muy de acuerdo con los animadores del programa pues va con su estilo, sin embargo, en los resultados de que, si la edad en esos animadores es importante, pues los entrevistados por unanimidad que si es un factor vital ya que es un programa de competencia y vigor.

Objetivo Específico 4:

Tabla

*Determinar como la influencia en los juegos del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School*

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Conclusiones
¿Los juegos son difíciles a tu punto de vista?	Parece algo complicado, pero con la práctica se puede llegar al nivel de ellos.	Son juegos bravazos, debemos entender que nada es sencillo como creen.	No puedo decir nada hasta jugarlo	No veo nada de sorprendente, cualquiera tiene opción a poder hacerlo	De los alumnos entrevistados, dos de ellos manifiestan que los juegos no son fáciles, sin embargo uno manifiesta que no puede opinar hasta jugarlo y el otro se tiene mucho más confianza alegando que es fácil.
¿Se tendría	A decir verdad, no	No es necesario	A seguir a delante,	No tiene nada que ver	Los alumnos en su



que cambiar de juegos por la pandemi a del covid19?	es necesario ya que Pasan por pruebas moleculare s, para asegurar a todos los que trabajan allí.	dejar de hacer esos juegos , pues ya con la plata de que tienen se habrán vacunado en otros países y el canal ya toma las medidas de seguridad.	por que al momento de asistir al estudio ya estas corriendo riesgo de contagiarte	, la pandemia sigue y ellos ya toman sus medidas de salud, al igual que cualquier profesión todo tiene su riesgo	totalidad han manifestado que los juegos no tienen que ver con el tema de la pandemia, el riesgo sigue vigente así que da igual . Solo se tiene que tomar las medidas sanitarias pertinentes
--	---	---	--	--	--

Los resultados demuestran que los entrevistados dos de ellos indica que los juegos son fáciles, uno se mantiene neutral en su opinión y otro lo considera algo difícil, por otro lado, en los resultados de que, si los juegos se deberían cambiar por la pandemia, pues aquí todos en totalidad están de acuerdo con que los juegos no afectan en nada, pues el riesgo es el mismo al omento de ir al estudio a grabar, toda profesión o trabajo tiene su riesgo en estos momentos.

Objetivo Específico 5:

Tabla

*Determinar como la influencia en los horarios del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School*

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Conclusiones
¿ El horario te parece adecuado ?	No esta nada mal, justo cuando estoy en casa haciendo tareas	Dios bendiga ese horario, es el mejor	Mis primas y yo lo vemos tomando el lonche , que más se puede pedir	Veo que hay gente que no puede verlo por el trabajo pero descuiden en youtube esta todo grabado	Respecto al horario los alumnos entrevistados en su totalidad han determinado que no hay inconveniente con el horario e incluso recomiendan ver las repeticiones en youtube
¿ Es muy corto el programa o debería	Yo creo que esta bien , también tengo que	Creo que media hora más sería divertido para todos	Así como está es perfecto, ya mucho vicio	Con 20 minutos más no estaría mal	Dos de los alumnos encuestados manifiestan

durar más?	hacer mis cosas				que se tiene que aumentar el horario y los otros dos indican que ya no es necesario.
------------	-----------------	--	--	--	--

Los resultados de la entrevista manifiesta que los entrevistados están muy de acuerdo con el horario del programa, ya que la mayoría de ellos estudian en la mañana, caso contrario con los que estudian o trabajen en la tarde, incluso se menciona el YouTube para poder ver las repeticiones. Además, los entrevistado manifiestan (dos de ellos) que se debe ampliar el horario del programa, por otro lado, los dos restantes manifiestan que el horario está bien como está.

## Objetivo Específico 6

### Tabla

Determinar como el modelo de comportamiento del reality show “Esto es guerra” en la conducta social en adolescentes del quinto de secundaria del colegio Palmer School .

Preguntas	Entrevista do 1	Entrevista do 2	Entrevistado 3	Entrevista do 4	Conclusiones
¿ El modelo de comportamiento de los guerreros son aceptables?	Lo que se ve en el programa es que los chicos tratan de llevarse bien , pero a veces se lanzan indirectas y eso genera algo de tensión	Justo cuando están de lo más tranquilo , surge un conflicto aunque sea por algo tonto	Los romances son los que generan algo de morbo , pero sus actitudes son dentro de lo normal creo que no ofende al espectador	Se portan mas o menos hay cosas que me parecen infantiles pero bueno	Tres de los alumnos encuestados afirman que si hay algo de tensión y morbo en el comportamiento de los chicos reality , el cuarto trata de justificar su conducta llamándola mas o menos
¿ Crees que los chicos reality tienen que ser ejemplo para los que los ven en casa?	No son niños de nadie asi que no hay que llevarlo al extremo	En parte sí , tienen que controlars e en algunas cosas y	Están en un horario familiar y eso lo saben perfectamente ya	Yo creo que no ya cada uno sabe que esto es parte del programa,	Dos de los alumnos entrevistados están a favor de que los concursantes son modelos

		también en lo que dicen	llevan varios años en esto	es armado	e incluso uno de ellos menciona la responsabilid ad del horario familiar para los que los ven . Los otros dos alumnos mencionan que no necesariame nte son ejemplo a seguir
--	--	-------------------------------	----------------------------------	--------------	---

Los resultados de la entrevista logran expresar que los entrevistados no coinciden conforme a los competidores acerca que sean ejemplo a seguir. Incluso uno de los entrevistados expresa que están dentro del horario familiar y ese hecho basta para que se limiten en sus comportamientos. Estos resultados permiten mostrar que si hay gente que está informada sobre la ley de televisión peruana y sus horarios. Estos resultados permiten demostrar que en la opinión publica las personas saben que los horarios familiares deben de respetarse con respecto al contenido.