



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Perey Jesús Palacios Phinca....., identificado con DNI N° 40797202, egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Percepción de los contenidos de los programas de Televisión de combate de UCV en los estudiantes de la I.E.P. N.º Jesús María - Tarma 2018" en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


FIRMA

DNI: 40797202

FECHA: Tarma 20 de Diciembre del 2018.









Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate”
y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. “Niño Jesús es Amor”
Trujillo – 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

Percy Jesús Palacios Choncén

ASESOR:

Mg. Raúl Víctor Rivero Ayllón

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

TRUJILLO – PERÚ

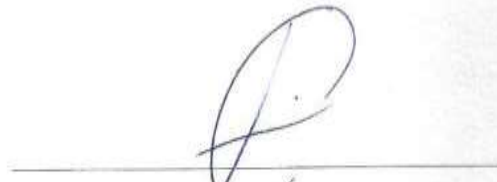
2018



Mg. Raúl Víctor Rivero Áyllón
Asesor Metodológico



Mg. Francisco Barquero Cornelio
Jurado Calificador
Asesor Especialista



Mg. Lino Ojeda Díaz
Jurado Calificador
Asesor Especialista

DEDICATORIA

A DIOS PADRE:

Por ser creado a imagen y semejanza. Cuidarme, formarme, brindarme salud, infinita bondad y amor, para lograr mis objetivos en cada etapa de mi vida; vida que desde siempre será suya.

A mi madre y amiga Rosita:

Por ser vida de su vida, de la mano de **PAPITO DIOS TODOPODEROSO**.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante.

Porque me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor incondicional.

Gracias por ser mi orgullo

A mis papitos abuelos, y tíos:

Muy a mi pesar, por iluminarme ahora desde los cielos.

Por el ejemplo constante de perseverancia que los caracterizan, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor sobrenatural.

Gracias totales.

AGRADECIMIENTO

A **Dios Padre Creador** por darnos el privilegio de vivir; por siempre estar entre nosotros en cada paso que damos; fortaleciendo nuestra mente, cuerpo, alma, corazón, espíritu. Así mismo reinventándonos con sabiduría infinita para hacer mejor las actividades diarias, presentando a las personas indicadas para realizar trabajo responsable en cada una de las materias de la especialidad, logrando culminarlas con bendición y éxito.

A mis tres madres, y ángeles de la guarda (Abuelito, Hermanitos, Papá):

Abuelita Carmen Esperanza Saavedra Montero (+).

Rosita Isabel Choncén Saavedra, por darme la vida, educación en principios, valores y espiritualidad.

María Elena Choncén Saavedra, Pila Choncén Saavedra y Elvira Choncén Saavedra; por su impresionante calidad humana, apoyo incondicional de familia, con digno ejemplo de vida, perseverancia y éxito; motivándome constantemente a crecer.

Agradecimiento extensivo a toda la familia en general.

A la Directora del Programa de Formación para Adultos y Administrativos:

Dra. Verónica Muñoz.

Mg. Diana Ramírez.

De corazón a corazón, gracias por su sapiencia y paciencia.

A nuestros **admirados, respetados maestros, educadores y amigos de la Universidad César Vallejo**, por su gran motivación para la culminación profesional en curso, en calidad de alumno; impartiendo conocimientos teóricos y prácticos en diferentes materias, a lo largo de la especialidad.

A nuestros preciados **maestros asesores:**

Mg. Raúl Rivero Ayllón. Mg. Mary Carmen Ballena. Mg. Patricia Gálvez Carrillo. Mg. Dr. Carlos Zumarán Aguilar. Mg. Francisco Barquero Cornelio, y Mg. Lino Ojeda Díaz, por su asesoramiento de principio a fin, para la elaboración de esta tesis. Por el tiempo compartido, impulsando al desarrollo de nuestra formación profesional, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, del Programa de Formación para Adultos, en nuestra alma mater la Universidad César Vallejo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Trujillo, 21 de Setiembre del 2018

Yo,

Percy Jesús Palacios Choncén.

Mediante el presente documento, identificado con DNI 40797202, me presento como estudiante con código universitario N. 7000843864.

El mismo que curso el décimo ciclo en la especialidad de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias de la Comunicación, del Programa de Formación para Adultos, en nuestra alma máter, la Universidad César Vallejo.

Por ende, me presento en calidad de alumno, para declarar bajo juramento, que la tesis y los datos de información presentados son auténticos y veraces.

Sin otro en particular me despido, haciéndole llegar mis sentimientos de afecto personal, con el mayor respeto y admiración.

PRESENTACIÓN

Los medios de comunicación como la televisión, sumado también, el internet, ciberespacio, y redes sociales; todo ello está inmerso en diversas actividades, en donde el ser humano se desarrolla, con una gran variedad de programas en formatos de “entretenimiento”; impactando, seduciendo, motivando “negativamente” e involucrando a una generación acelerada de niños, pubertos, adolescentes, y jóvenes, en el globalizado y competitivo mundo en que vivimos.

Pretender seducir a los niños, pubertos, adolescentes y jóvenes con reality shows de esta magnitud como “Esto es guerra” y “Combate”; dan la percepción que desconocidas personas de la noche a la mañana tienen talento y lo deben mostrar de cualquier forma, todo parece ser fácil, sin embargo eso no es así.

En su mayoría, los participantes se agencian de la improvisación como juego, sin tener la preparación profesional, apuntando a sostenerse en el mundo artístico, exponiendo sus vidas en público, imperando el figuereísmo, y justificando la acción con el sentir de que todos tenemos las mismas oportunidades.

Por su parte, los niños, pubertos, adolescentes y jóvenes se “motivan” soñando con los llamados “famosos”; los mismos que muestran una influencia negativa en sus comportamientos y decisiones; adoptando actitudes, posturas y ademanes de los personajes, considerándolos como “estrellas y celebridades”.

Los programas realitys de concurso, son muy influyentes para los integrantes de las entidades educativas en todos los niveles formativos, mostrando cambios de actitud en los mismos estudiantes; restando credibilidad a la educación en principios, valores, espiritualidad, y estudio.

Esto es frecuente y resaltante en los últimos grados del nivel primario; pero con más ahínco y adicción en todos los grados del nivel secundario.

El trabajo de investigación de tesis denominado, Percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. “Niño Jesús es Amor” – Trujillo – 2018; se manifiesta en siete capítulos.

Por ende, es un desafío investigar la actitud cognitiva, la relación existente entre los medios de televisión, y el comportamiento de los espectadores estudiantes, para lograr el perfil de consumo televisivo, y sus preferencias por estos realitys; determinando, analizando, e identificando la percepción de contenidos de los programas de televisión, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, exhibición de vestuarios, el horario en el que se emiten y de qué manera se justifica.

El capítulo I, presenta el marco teórico analizando cada variable, así como fuentes diversas para la investigación, planteamiento, formulación del problema, importancia, creación, construcción y comprensión del tema con objetivos concretos; como también, las diferentes limitaciones de estudio de la tesis en relación a los programas realitys de televisión, frente a las actitudes y comportamientos de los estudiantes del nivel secundario.

El capítulo II, presenta el proceso metodológico de la investigación de la tesis, resaltando el marco cuantitativo, el diseño de investigación, variables y operacionalización, matriz operacional, población, muestra, técnicas e instrumentos, validez, confiabilidad, métodos, recolección de datos, la descripción del área de estudio.

El capítulo III, presenta los cuadros estadísticos para la obtención de los resultados.

El Capítulo IV, presenta la respectiva discusión del proyecto de investigación de tesis.

El Capítulo V, presenta las siguientes conclusiones del proyecto de investigación de tesis.

El Capítulo VI, presenta las recomendaciones del proyecto de investigación de tesis.

Trujillo, diciembre de 2018

INDICE

Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Declaratoria de Autenticidad	4
Presentación	5
Índice	7
Resumen	8
Abstract	9
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1.- Realidad problemática	
1.2.- Trabajos previos	12
✓ Antecedentes	
1.3.- Teorías relacionadas al tema	14
✓ Teoría de la percepción en cuanto a ciencias de la comunicación, producción de televisión, contenidos y calidad de contenidos	18
✓ Percepción	
1.4.- Formulación del Problema	22
1.5.- Justificación del estudio	
1.6.- Hipótesis	23
1.7.- Objetivos	24
✓ General	
✓ Específicos	
II.- MÉTODO	24
2.1.- Diseño de Investigación	
2.2.- Variables y Operacionalización	25
✓ Matriz Operacional	
2.3.- Población y Muestra	25
2.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	26
2.5.- Métodos de análisis de datos	26
✓ Descripción del Área de Estudio	27
2.6.- Aspectos éticos	27
III.- RESULTADOS	28
IV.- DISCUSIÓN	42
V.- CONCLUSIONES	53
VI.- RECOMENDACIONES	57
✓ Referencias Bibliográficas	58
✓ Anexos	61
✓ Instrumentos	62
✓ Guía de observación	64
✓ Validación de los instrumentos	66

RESUMEN

De acuerdo a la gran demanda de los denominados Reality shows: “Combate” y “Esto es guerra”, se suman a ellos espectadores niños, pubertos, adolescentes, jóvenes en todo el Perú, por la tendencia que bordea e impacta el entorno por sus excesos de contenidos en horario estelar de protección al menor.

Para ello, se decide realizar este análisis de estudio para conocer cuál es la percepción de los contenidos de los programas de televisión antes mencionados, en los estudiantes de la I.E.P. “Niño Jesús es Amor” – Trujillo – 2018.

La investigación se realizó con un grupo determinado de alumnos de 1ero al 5to año de secundaria, para conocer sus apreciaciones, prácticas éticas, principios y valores que debe existir en toda sociedad; como también la identificación con estos programas de televisión; es decir, si estiman conveniente que son positivos o negativos.

Para obtener resultados, aplicamos como instrumento una encuesta de 7 preguntas a 75 alumnos, que fueron nuestro mejor recurso humano de muestra, para lograr el perfil de consumo televisivo, y sus preferencias por estos realitys; determinando, analizando, e identificando la percepción de contenidos de los programas de televisión, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, exhibición de vestuarios, el horario en el que se emiten y de qué manera se justifica.

El diagnóstico de resultados del proceso de datos, arroja que la mayoría de nuestra población de estudio, tiene una valoración ética muy negativa, no resaltando ningún valor como mensaje, cometiendo excesos, no respetando ninguna norma, como también la franja de protección al menor dentro de la televisión.

Sin embargo “Esto es Guerra” y “Combate”; por ser los más sintonizados, mantienen una relación directa y fiel frente a los consumidores estudiantes, considerando a los programas como entretenimiento e imitación.

Palabras clave: Reality Shows. EEG. Combate. Mensaje. Lenguaje Temático. Formatos. Vestuarios.

ABSTRACT

According to the great demand of the so-called Reality shows: "Combat" and "This is war", children, puberties, adolescents and young people from all over Peru are joined by the trend that borders and impacts the environment due to their excess of contents in primetime of protection to the minor.

For this, it is decided to carry out this study analysis to know what is the perception of the contents of the aforementioned television programs, in the students of the I.E.P. "Child Jesus is Love" - Trujillo - 2018.

The research was conducted group of students from 1st to 5th year of high school, to know their appreciations, ethical practices, principles and values that should exist in every society; as well as the identification with these television programs; that is, if they deem it convenient that they are positive or negative.

To obtain results, we applied as a tool a survey of 7 questions to 75 students, who were our best sample human resource, to achieve the profile of television consumption, and their preferences for these reality shows; determining, analyzing, and identifying the perception of contents of television programs, in terms of message, types of language used, exhibition of costumes, the time in which they are issued and how they are justified.

The diagnosis of the results of the data process shows that the majority of our study population has a very negative ethical assessment, not highlighting any value as a message, committing excesses, not respecting any norm, as well as the minor protection strip within from the television.

However "This is War" and "Combat"; because they are the most tuned, they maintain a direct and faithful relationship with the student consumers, considering the programs as entertainment and imitation.

Keywords: Reality shows. This is War. Combat. Message. Language. Changing rooms.

I.- Introducción:

1.1.- Realidad problemática:

En el Perú, la televisión ha evolucionado con el tiempo en fondo y forma, en formatos innovadores, que en aumento son copias de producciones enlatadas, que captan en demasía la observación por ser originales. En éste contexto, se olvidó un aspecto esencial, la calidad necesaria a presentar. Es así, que en un buen lapso, los programas de manifiesto, devinieron más atrevidos y exigentes, priorizando captar una mayor audiencia, sobre todo por lo que vende más en los televidentes, el escándalo como entretenimiento morboso, que han surgido en las tres últimas décadas en el Perú, obteniendo la popularidad momentánea de los usuarios de los programas en contenidos con características semejantes.

Es preciso resaltar, que en los canales regionales no es la excepción, por mostrar similitudes de programas en contenidos de pobre calidad cultural, educativa, y de entretenimiento. A su vez, surgieron disímiles formatos victoriosos en programas de televisión como los controvertidos realitys, que son la conjunción de variados formatos utilizados en otros escenarios, cuya fórmula resultó exitoso en un contexto internacional, obteniendo alto rating para reemplazar a los famosos talk shows, que concitaron la visión en competencia de “Combate” y “Esto es Guerra” en niños, pubertos, adolescentes y jóvenes.

El nacimiento de éstos programas, estuvo inmerso en un cuestionamiento generalizado, ya que atentaba contra la formación fundamentalmente de niños y adolescentes, con una ausencia de ética, que debería ser el norte del problema; precisando que esto llegó incluso a que entidades estatales, que tienen que ver con el tema se vean en la necesidad de sancionar con multas pecuniarias por el contenido inmerso en éstos temas, para calificar una acción a todas luces negativas.

Por lo expuesto, nuestro estudio de investigación, pretende centrarse en la percepción de los contenidos de los programas de televisión aludidos, en los estudiantes del nivel secundario de la I.E.P. Niño Jesús es Amor - Trujillo 2018.

Población elegida promedio (entre 12 y 16 años), edad adecuada para proporcionar opiniones diversas.

Los programas negativos “Combate” y “Esto es Guerra” son tendencia actual a nivel nacional e internacional, por despertar en los televidentes la morbosidad, e iniciación al sexismo, por las intrépidas ediciones en cada sesión de los programas dentro y fuera del camarín; con abundante puntaje de rating, justificando lo propio, restando y canjeando programas exitosos, culturales, educativos en sano entretenimiento para niños y jóvenes, por éstas aberraciones. Es obvio que el sexismo sumado a la muestra de vidas morbosas, llenas de escándalo y violencia no sólo están vigentes, sino que son requisitos fundamentales para éstos denominados programas, los mismos que apuestan por un público de pobre juicio valorativo inmerso al libertinaje. Al margen de hacerse llamar “entretenimiento” sano y familiar, tiene también características socioculturales y educativas que no se respetan. La totalidad de la programación de la televisión privada y comercial, está orientada por contenidos de pésima calidad incluyendo los noticieros, haciéndose llamar “plataformas de información objetiva, verás e imparcial” cuando no lo es, promoviendo sensacionalismo con violencia, sexismo y morbo, denigrando honra y honor de personas, exponiendo sus vidas en público, aprovechando los cinco minutos de fama que les otorga la televisión acreditándolas como celebridades.

Por ello, la investigación científica, sobre la percepción de los contenidos de los programas “Combate” y “Esto es Guerra” no pretende discutir las influencias televisivas en los pubertos y adolescentes como materia de estudio, sino enfocarnos en la valoración ética; para así hacer concientizar a los estudiantes del nivel antes mencionado de la educación básica regular de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo 2018 a no consumirlos.

En esta línea de investigación de los procesos comunicacionales de la sociedad contemporánea, se anhela diagnosticar si son espectadores consientes o inconscientes, formando parte de audiencias que determinen el grado de dichos programas para estar activos al aire; para lograr el perfil de consumo televisivo, y sus preferencias por estos realitys; determinando, analizando, e identificando la percepción de contenidos de los

programas de televisión, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, exhibición de vestuarios, el horario en el que se emiten y de qué manera se justifica.

Es ideal conocer cómo los estudiantes valoran los realitys en mención “Combate” y “Esto es Guerra”, dependiendo de la primera educación que les impartieron en el hogar con valores morales, principios (éticos) y espirituales en temor, amor y servicio a nuestro padre dios todopoderoso creador.

También es de suma importancia, porque existen pocos trabajos de investigación sobre el tema de percepción de contenidos de dichos programas. En particular hoy en día como futuro comunicador en una sociedad globalizada con tecnología de vanguardia, me permite analizar uno de los aspectos vitales del periodismo, que al margen de informar, educar, es entretener, para traer como consecuencia el generar cultura, del latín cultivo, entendido como la manifestación del saber, arte, normas de ley, moral, hábitos y buenas costumbres con habilidades adquiridas por el hombre, no sólo en el contexto de familia nuclear, sino también como célula fundamental de la sociedad, según describe la real academia de la lengua española.

En ése contexto los medios de comunicación, por interés no periodístico, generan programas de entretenimiento, como es el caso de “Combate” y “Esto es Guerra”, que no aportarían absolutamente en nada en la formación cultural; al contrario, se considera como una “industria de entretenimiento negativo” porque generarían conductas que no van de la mano con el arte y cultura; sino que se consideraron alienantes y embrutecedores, nos hacen alejar de nuestra realidad, haciendo renunciar a nuestra identidad. Ésta situación es la que se requiere precisar a través de una investigación cuantitativa.

1.2.- Trabajos previos:

Antecedentes:

Arteaga (2008) la tesis de licenciatura “La aplicación de la ética en los medios de comunicación: ECUAVISA, Radio Fuego 106.5 y revista VISTAZO” de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Se resaltan las conclusiones siguientes:

La falta de cumplimiento de las normas éticas para los medios de comunicación es como el día a día; por ende es preciso revisar y mejorarlas, implementando severas sanciones a quien no las cumpla, conforme a ley.

La línea de investigación estudiada, cumple loablemente su rol de reforzamiento ideológico persuasivo, porque entretienen e informan en base a sus intereses.

Cordón (2010) la tesis de licenciatura “La Influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los adolescentes, entre las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala”, Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se resaltan las conclusiones siguientes:

El consumir programas de televisión sin una canalización adecuada, conlleva a que los niños, pubertos, adolescentes y jóvenes vayan alterando su sistema de valores, que se les imparte en la familia, entidad educativa, y parcialmente en los grupos de amigos, cambiando radicalmente de un día a otro su comportamiento.

La influencia de los programas de televisión sobre los valores éticos y morales en los niños, pubertos, adolescentes y jóvenes es positiva, solo en aquellas familias donde la comunicación acerca de los mencionados realitys entre los hijos y padres es abierta, invitando a optar por contenidos de programación más selecta.

Arboccó y O'Brien (2012) la investigación “Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes” de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón (UNIFE).

Se resaltan las conclusiones siguientes:

La discriminación, la violencia, el morbo, el sexismo, el pensamiento supersticioso y el sentimiento de culpa están muy presentes en muchos de los contenidos actuales de la comunicación de los programas de televisión denominados Reality shows “Combate” y “Esto es Guerra”.

En estos últimos años, el nivel de audiencia de la televisión ha crecido notablemente, por su impacto y credibilidad de estos programas, representando un elevado porcentaje de “aprendizaje social negativo de un individuo”.

Finalmente, este diagnóstico invita a mantenernos alerta, emitiendo juicio crítico de los contenidos en los programas de televisión, porque contribuyen negativamente a la estupidización, vacuidad, y basura.

Veliz (2014), el proyecto de investigación “Mensaje que Transmiten los Reality Shows “Combate” y “Esto Es Guerra” en los estudiantes de cuarto grado de educación secundaria de la I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea del Distrito de La Victoria - Chiclayo 2013”.

Se resaltan las conclusiones siguientes:

Todos los formatos de Realitys que se presentan en “Combate” y “Esto es Guerra” generan en los estudiantes adicción, dejando de lado sus responsabilidades como tareas, exposiciones, lecturas y análisis de libros, artículos educativos, platicar e interactuar en familia diversos compromisos en principios y valores de fe, compartir entre amigos, hacer deporte, etc.

Lo que hoy en día motiva a los estudiantes ver programas en contenidos de ésta magnitud, es en su mayoría los juegos extremos; como también la exposición de conflictos internos de los concursantes, la curiosidad e intriga de sus vidas en romances ligados al morbo.

Los estudiantes en ésta investigación calificaron de regular al programa, otros de contenidos negativos, como por ejemplo denigrar la honorabilidad de las personas, y en particular a la mujer, indicando que solo transmiten “entretenimiento” con morbo y sexismo; considerando que los realitys son violentos y ofensivos.

Se consideran trabajos relacionados con el tema investigación científica de la tesis lo siguiente:

1.3.- Teorías relacionadas al tema:

Teoría de la percepción en cuanto a ciencias de la comunicación, producción de televisión, contenidos y calidad de contenidos:

La percepción actual que tienen los consumidores espectadores de los diferentes medios de comunicación es negativo, en muchas ocasiones por la falta de veracidad, ética, compromiso, imparcialidad y objetividad para asumir responsablemente una televisión de calidad; y en particular por los denominados Reality Shows en cuanto a estructura, contenido, temática, lenguaje, mensaje, y exhibición de vestuarios, en los diversos

programas que muestra la televisión peruana actual; presentando a través de sus concursantes a figuretis interactuando entre sí, exponiendo al aire sus vidas en público, siendo mostrados por cámaras, con plena aprobación y en otras ocasiones, sin que se enteren que los están grabando, en un horario con franja de protección al menor, interrumpiendo la formación en educación de principios y valores de los pubertos y adolescentes, alterando totalmente sus sentidos. (Medina, Adriana y Villareal, Ana Lilia., 1998).

La producción de la televisión en la actualidad, evidentemente es causante de daños visuales, trastornos, llegando a deformar la mente de los televidentes, debido al alto contenido de sexismo y violencia en la gran mayoría de sus mensajes; incitando al irracional consumo, la ruptura familiar en la comunicación, manifestando consecuencias negativas a diario en la audiencia, causando más daños que beneficios a la humanidad. La televisión mediática pertenece relativamente a los medios de comunicación. (Real Academia Española, 2015).

En su mayoría los pubertos y adolescentes de hoy, al apreciar la televisión en contenidos, y en particular los denominados programas de Reality Shows, constituyen adicción como parte de sus principales actividades diarias; generando cuestionamientos diversos de padres, maestros, investigadores y sociedad en general, sobre la percepción que tienen los pubertos y adolescentes de éstos programas en mención. (Borea, M., 2008).

Desde la perspectiva de (Villacastín, 2002), resalta a la televisión como un importante elemento que se constituye mostrando nuevas perspectivas en el ámbito social, cultural y científico. Es un medio que se pone en contacto con el espectador, enfocando problemas personales o sociales.

Los productores de manera anticipada, antes de realizar una producción o programa de televisión, entre ellos los denominados Realitys Shows; seleccionan siempre en sus filas a personas con perfiles variados y de carácter temperamental, para que así, se

confronten entre ellos; resaltando interesantes problemas expuestos a diario a través de sus vidas sin pudor.

Al margen de ser un experimento sociológico legítimo de interés nacional; los denominados Reality Shows venden conflictos producidos por sus mismos integrantes; es decir, mientras más insultos, amenazas, traiciones y actos vulgares muestren; decorarán mucho más las confrontaciones en cada una de sus ediciones diarias. (Giusti, M. & Tubino, F., 2007).

Los espectadores se sienten motivados, seducidos en adicción a los conflictos personales que otorgan negativamente éstos personajes figuretis, dentro de los programas de Reality Shows, para entablar lazos con sus seguidores a través del internet y redes sociales, ganando fanáticos a diario sin medir consecuencias. (Cerró S., 2010).

Las características más indispensables de un Reality Show es que sus afanados personajes son protagonistas reales, creados producto de la ficción armada.

Los personajes participantes activos de un Reality Show, en teoría, no son profesionales de la actuación, son simples improvisados que al exponer sus vidas en público, representan a personajes diversos, manipulados por productores a través de un guión o libreto.

Los diversos personajes figuretis son reunidos para un fin específico, como contexto dentro de un set de televisión, departamento, casa, centro recreacional, calle urbana, playa, bar, etc.; para convivir e interactuar entre cámaras mientras se cumplen retos y pruebas diversas.

A diferencia de los espectadores, que observan en la televisión lo que ocurre a diario con éstos personajes en vivo. (Varela, 2002).

El morbo es la obsesiva tendencia a lo prohibido, atracción por lo negativo, insinuando inclinación al sexismo morboso; esto puede ser considerado como patológico. Todas estas teorías no son desestimadas por sus autores, sobre todo cuando el morbo es sexual. Por ende es preciso resaltar tal cual el término con diferentes matices de sensualidad y erotismo. En este contexto, siendo servidor de razonables dosis en plena

televisión, es repulsivamente escandaloso simbolizar siempre acciones físicas en alto contenido sensual, psicológico o social, quebrantando la moral, principios, valores y buenas costumbres. (Eugenio López, 2015).

El sexismo por su parte es la discriminatoria tendencia por ser razón de sexo, que las personas valoran sin medir considerables consecuencias en sus diversas acciones en el contexto profesional y personal. También refiere a aquellas prácticas y comportamientos, que promueven diferenciando el trato de las personas por ser de sexo biológico; asumiendo comportamientos, caracteres que se esperan en las mujeres y hombres que actúan en su quehacer diario. Estas prácticas de contenido sexista principalmente afectan a las mujeres, de acuerdo a sus costumbres y creencias, considerándose algunas veces desiguales e inferiores a los hombres por su naturaleza de ser. Ejemplo actual muestra en su mayoría, una sociedad machista hacia las mujeres, minimizando a como dé lugar sus capacidades y toma de decisiones, para no ser líderes competentes por sus propios méritos en ningún rubro o especialidad profesional y personal. Estas creencias de sexo superior e inferior a otro, reflejan un lenguaje cotidiano en prácticas sexistas. (Texto adaptado del Banco Interamericano de Desarrollo. Cuaderno de Unidades Didácticas para la Igualdad, 2016).

La estructura familiar que anhelamos en una pareja biológica de padres que están inmersos en actividades diversas junto a sus hijos y demás familiares, están basadas e idealizadas en la más correcta calidad humana en principios, valores y espiritualidad. Entre los importantes cambios por los que suele pasar la familia como estructura básica para una sociedad actual, es la relación de calidad, en un externo medio cambiante entre cada uno de sus miembros. Los efectos pueden sentir las implicancias en el desarrollo formativo y educativo de los hijos. (Khavous, 2001).

La estructura cultural en donde actúan los individuos de una sociedad en sus diversas instituciones grupales públicas y privadas, se relacionan de predominante forma, haciendo posible una generación adecuada, simbolizando un correcto conjunto de códigos en cada una de sus acciones. (Geertz, 2015).

El protagonismo social muestra a una persona por tendencia, a estar inmerso siempre en el primer plano de un determinado asunto, mostrándose como la más idónea y calificada. (Diccionario Manual de la Lengua Española, 2007).

La estética corporal es la inmediata continua sabiduría que tenemos de nuestro cuerpo humano, en movimiento o reposo, en relación a las diversas partes en espacio, tiempo y objetos que nos rodean. (Jean Le Boulch, 2006).

El reto es una invitación al juego competente y desafiante. Puede tratarse de un objetivo difícil de concretar con una intimidante amenaza. El reto muestra características propias, constituyendo un desafío estimulante para quien afrontarlo decide. (Real Academia Española, 2017).

La competencia refiere aspectos semejantes, en habilidades y conocimientos necesarios para llegar a un diagnóstico de resultados exigente, determinando la real capacidad para lograr objetivos en un contexto ideal. (Chomsky, 2000).

La conducta proviene del latín "conductus" término significante "conducir", que básicamente refiere a la relación entre personas con o sin afinidad de caracteres, con norma moral, social o cultural, en todos los aspectos.

La actitud establece un sistema de evaluaciones positivas o negativas; mostrando sentimientos, emociones, sensaciones y tendencias en favor de variados comportamientos con sociales objetivos.

El comportamiento procede a que las personas, en relación con el entorno estimulante que los rodea, ya sea público o privado, según las diferentes circunstancias en que afectan, puedan a su vez, ser voluntario o involuntario, consciente o inconsciente. (Friedrich Dorsch, 2008).

Teoría de la percepción:

Percepción:

Se imparte como percepción al pilar básico para adquirir información basada en una realidad interpretativa, manifestando ideas de conjeturas en ilusión, con alucinaciones

según el contexto individual o social. La percepción de los sentidos que muestra nuestro cerebro a través de imágenes, escoge disciplinas interpretativas manifestando sensibilidad en cada uno de nuestros sentidos (Soto, 2011).

(Góngora, 2008), reporta que la percepción es observar minuciosamente a los objetos, en un mundo en cualidades interpretativas. Por ende, la percepción experimenta sentimientos, emociones, y sensaciones con necesidades basadas en experiencias con datos de toda índole individual, traspasando barreras sociales fusionadas entre ambos.

Argumentar personalmente a los principios éticos en valores morales, mostrando educación, cultura y entretenimiento social, es alimentarse de la percepción que cada ser humano muestra de sí mismo, en sus familias, entorno social, corporativo e institucional (Kotler y Keller, 2006).

Desde la perspectiva de (Robbins 2009, p. 9), siente que percepción es latidos en sueños y melodías, con impresionantes respuestas que desbordan los sentidos. La percepción manifiesta enunciados que parte de lo subjetivo hasta llegar a traspasar las evidencias objetivas.

El éxito de una percepción es complejamente mezclada por estructuras racionales. Por tanto, la sabiduría infinita es el punto de partida de toda percepción constructiva en plena voluntad de facultades mentales, adquiriendo un compromiso que va de lo personal a lo social (Best, 2007).

Psicológicamente el comportamiento humano perceptivo, desarrolla una valoración actitudinal en todos los aspectos, porque rescata a la percepción como la forma de sensibilizar a los seres humanos, según las diversas situaciones anormales internalizadas, dentro de un contexto personal, social, educacional, profesional, y cultural; mostrando mecanismos de información procesadas y expresadas en cada una de sus facultades racionales (Vergara, 2012).

(Baquero y Limón, 2001), apuestan por una psicología actual, personal y social, fundamentada en los elementos de la percepción de Gestalt, manifestando comportamientos en luchas internas, visionando caracteres de información externa, con plena predisposición ante los fenómenos existentes.

En la tesis actual, se observa la percepción del contenido dentro de la zona de confort de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.

Características de la percepción:

Determinan a la percepción de forma personal, momentánea, y privilegiada.

La acción genera reacción en base a estímulos propuestos según el entorno, socio – cultural, educacional, etc. Privilegiada por la individualidad que recibe de manera cognitiva, considerando motivaciones de menos a más y viceversa.

Momentánea por la mínima esperanza que experimentan a plazo cero con necesidades emergentes (Neisser – Universidad de Murcia, 2007)

Elementos que influyen en la percepción:

Diversos elementos manifiestan lo que percibimos. Se considera al objeto quién lo aprecia y lo justifica interpretando la acción según la afinidad de caracteres. Estimulantes elementos benefician los procedimientos desarrollados con la esperanza de formar a través de la práctica.

La acción es otra manera de mostrar un factor determinante a través de la percepción con la observación descriptiva, teniendo en cuenta el contexto personal, social, corporativo, profesional, ético en donde nos desarrollamos (Robbins, 2009).

Desarrollo de la percepción:

Los sentimientos, las emociones, y sensaciones forman parte de una sensibilidad perceptiva, partiendo de estímulos externos tales como sabores, gustos, sensibilidad

auditiva, táctil en visiones orgánicas con un sentido objetivo desarrollado y personalizado.

Es ideal adaptarse a las metamorfosis y cambios, de acuerdo a la percepción reflexiva, estimulada a través del proceso elemental del entendimiento racional.

La percepción se sintetiza en tres etapas considerando:

1.- Percepción selectiva, basado por intereses por parte del sujeto y la acción como mensaje valorativo según el contexto.

2.- Percepción de organización, basado en estímulos analíticos para luego agruparlos correctamente.

3.- Percepción de interpretación, basado en la esencia de los estímulos paramétricos. Si esto cambia, también lo hará su significado, de acuerdo a la magnitud de los acontecimientos geográficos, demográficos, psicográficos, social, académico, profesional, etc. (Neisser – Universidad de Murcia, 2007).

La percepción humana:

Siempre se busca un sentido lógico y verosímil de las cosas y su significado de hechos y/o acontecimientos, manifestando a la percepción de contenidos como observables, seleccionando una organización disquisitiva como réplica de un individuo a otro.

Por ello es preciso considerar sus diferencias, más allá de ser agradables o no, dentro de un contexto laboral, estudiantil, social, espiritual, y ético (Hellriegel, D. y Slocum, J., 2004).

La percepción como teoría psicológica:

Parte de la acción del hecho y/o acontecimiento, que va de lo general a lo particular, con información perceptiva en contenidos motivadores que muchas veces afectan la sensibilidad que va de la acción a la interacción.

Contexto fundamental que parte de la nada, motivado y direccionado a un todo por los sentidos, obteniendo una percepción psicofísica, basado en aunar lazos en concordancia a lo que se obtiene dentro del contexto real, descriptivo, y experimental (Hellriegel, D. y Slocum, J., 2004).

1.4.- Formulación del Problema:

¿Cuál es la percepción respecto a los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018?

1.5.- Justificación del estudio:

A nivel nacional los contenidos en nuestra televisión son muy polémicos y criticados, por especialistas y líderes de opinión.

Actualmente se dice mucho de los mencionados programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” por el afanoso protagonismo en la vida real de todo ser humano consumidor, por lo que canalizamos como mensaje subliminal, influir considerablemente de manera negativa en ellos, sobre todo en los, niños, pubertos, adolescentes y jóvenes.

Por ende, no queremos definir a nuestra televisión actual en gran parte como contenidos basura, sino como escenarios en el que definitivamente están errando los reguladores de contenidos.

Es una realidad porque casi siempre muestran en la mayoría de los casos, contenidos negativos en los programas de televisión, haciendo nada en privado, por ser todo público hechos personales de una vida simple, mostrando en escena con morbo, más aspectos negativos que positivos.

Pero no solo es eso, sino también la distorsión de estereotipos erróneos de ideas destructivas, cayendo en el meollo y conflicto televisivo, sin saber con revertir situaciones polémicas.

Al margen de ello, la investigación científica de estudio no persigue hablar de influencias televisivas en los pubertos y adolescentes, sino enfocarnos en la perspectiva ética y moral de las buenas costumbres, en valores y principios sólidos, con un grado de respeto espiritual en temor, amor y servicio a dios todopoderoso nuestro padre creador, como parte de las normas ideales y básicas que exigen contenidos televisivos en sano entretenimiento educativo y cultural; sin dejar de serlo, para pasar a ver acontecimientos que muestran la actual televisión, transgrediendo estas normas en algunas oportunidades.

Para ello, es preciso resaltar la valoración ética de los alumnos de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, para con los llamados realitys shows.

En la presente investigación se anhela conocer si estos pubertos y adolescentes son conscientes de lo que aprecian a diario, siendo parte de una masiva audiencia de consumidores adictos.

Por tal razón, se debe resaltar lo apropiado e inapropiado de éstos programas de contenidos antes mencionados, para precisar cómo los estudiantes valoran los realitys shows “Combate” y “Esto es Guerra”.

1.6- Hipótesis:

Por ser una investigación descriptiva la hipótesis se encuentra implícita en los objetivos de investigación.

1.7.- Objetivos:

1.7.1.- General:

Determinar la percepción respecto a los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en horario estelar, en los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo - 2018.

1.7.2.- Específicos:

- a) Analizar los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten.
- b) Identificar la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.
- c) Determinar la estructura de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.

II. Método:

2.1.- Diseño de Investigación:

Descriptivo – Comparativo

G1 → O1 TV. Combate.

G2 → O2 TV. Esto es Guerra.

2.2.- Variables y Operacionalización:

Matriz Operacional:

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es guerra”	Siempre se busca un sentido lógico y verosímil de las cosas y su significado de hechos y/o acontecimientos, manifestando a la percepción de contenidos como observables, seleccionando una organización disquisitiva como réplica de un individuo a otro. Por ello es preciso considerar sus diferencias, más allá de ser agradables o no, dentro de un contexto laboral, estudiantil, social, espiritual, y ético (Hellriegel, D. y Slocum, J., 2004).	Encuesta	Lenguaje	AUDIO	Nominal
			Vestuario	VISUAL	Nominal
		Guía de observación	Temática	MENSAJE	Nominal
			Ficha técnica	Formato	ESTRUCTURA

2.3.- Población y Muestra:

Según la información brindada por la Secretaria General de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, los grados (1° al 5°) del nivel secundaria, cuentan con cinco

secciones, de 15 alumnos cada aula, siendo nuestra población de estudio un total de 75 alumnos, a quienes se les aplicó el instrumento previamente validado a modo de encuesta.

Por tratarse de una población escolar, se aplicó el instrumento a las correspondientes unidades de análisis, para lograr el perfil de consumo televisivo, y sus preferencias por estos realitys; determinando la estructura de cada uno de los 19 programas de “Combate” y 19 programas de “Esto es guerra” respectivamente; analizando, e identificando la percepción de contenidos de los programas de televisión, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, exhibición de vestuarios, el horario en el que se emiten y de qué manera se justifica.

2.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:

El presente estudio tienen un enfoque cuantitativo, por ende utilizamos como instrumento un cuestionario a modo de encuesta para el recojo de datos.

En la encuesta formulamos un cuestionario de 7 preguntas divididas, resaltando cuatros aspectos:

El primero tipos de lenguaje usado.

El segundo exhibición de vestuarios.

El tercero temática y mensaje.

El cuarto formato de contenidos.

2.5.- Métodos de análisis de datos:

Es la forma en que un científico trata de hallar respuestas a sus interrogantes sobre la naturaleza. A pesar que el procedimiento puede variar, el método científico consta de los siguientes aspectos:

Guía de observación. Encuesta para formular ítems, someterlas a prueba y llegar a conclusiones. Ficha técnica.

El método científico o experimental a utilizar es descriptivo – comparativo, por recopilar información y comprobar ideas.

Estudio descriptivo → Medidas de tendencia central, X, Observación estándar, coeficiente de variación.

Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

Descripción del Área de Estudio:

El presente estudio de investigación se realizó en la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.

2.6.- Aspectos éticos:

- ✓ Veracidad de los datos.

- ✓ Respeto a la propiedad intelectual.

III.- Resultados

3.1.- Resultados del objetivo N° 01:

- ✓ Analizar los contenidos del programa de televisión “Combate”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten.

Análisis de contenido del programa de televisión “Combate”:



Resultados del objetivo N° 01:

- ✓ Analizar los contenidos del programa de televisión “Combate”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten.

Análisis de contenido del programa de televisión “Combate”:

VARIABLE	INDICADOR	ÍTEMS	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO
			PROGRAMA DE TELEVISIÓN “COMBATE”
Percepción de contenidos del programa de televisión “Combate”	Lenguaje	¿El lenguaje usado del programa “Combate” es exhibicionista?	El programa reality “Combate” es un monstruo televisivo, que menosprecia expresivas posibilidades de contenidos, usando un lenguaje distorsionado en mensaje, exhibido en la televisión actual.
		¿El lenguaje usado es apropiado?	El lenguaje usado es inapropiado por parte del programa reality “Combate”, porque lo que expresa en la pantalla frente al consumidor y/o espectador, es un acerbo popular morboso e indecente, porque no trasmite mensaje como lenguaje.
		¿El lenguaje usado es entendible?	El lenguaje utilizado por el programa reality “Combate” es vergonzoso y no entendible para el televidente; porque lo entorpece y lo vuelve adicto al consumo televisivo, con pensamiento supersticioso y agresivo.
	Vestuario	¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?	El vestuario es inapropiado para el denominado programa reality “Combate”, por presentar ropa de baño en hilo dental todo el tiempo, con morbo, sexismo con entretenimiento vulgar; sin respetar la franja de protección integral al menor.
		¿El vestuario muestra decencia?	El vestuario de los participantes, en todo el reality de competencia “Combate”, muestra indecencia; promoviendo sensacionalismo con violencia, sexismo y morbo, denigrando honra y honor de personas.
	Temática	¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?	Los temas abordados en el programa pionero reality “Combate”, son inadecuados al horario y público objetivo, porque muestran siempre escándalos desenfrenados e insultos, pésima confrontación personal, denigración de los participantes, en un horario estelar, con franja de protección al menor.
	Formato	¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?	El formato en contenido para el programa de televisión en estudio “Combate”, es inapropiado y considerado basura, porque influye negativamente en la producción de la industria cultural, discriminando a la protección de la infancia.

Resultados del objetivo N° 01:

- ✓ Analizar los contenidos del programa de televisión “Esto es guerra”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten.

Análisis de contenido del programa de televisión “Esto es guerra”:



Resultados del objetivo N° 01:

- ✓ Analizar los contenidos del programa de televisión “Esto es guerra”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten.

Análisis de contenido del programa de televisión “Esto es guerra”:

VARIABLE	INDICADOR	ÍTEMS	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO
			PROGRAMA DE TELEVISIÓN “ESTO ES GUERRA”
Percepción de contenidos del programa de televisión “Esto es guerra”	Lenguaje	¿El lenguaje usado del programa “Esto es guerra” es exhibicionista?	El programa reality “Esto es guerra”, expresa un lenguaje no justificado como mensaje, para una audiencia jovial, que adopta la exhibición frente al morbo en plena competencia.
		¿El lenguaje usado es apropiado?	“Esto es guerra”, el programa reality de competencia, utiliza un lenguaje inapropiado, por manifestar verbos que van en contra de la moral, buenas costumbres y valores éticos sin mensaje.
		¿El lenguaje usado es entendible?	El lenguaje en mensaje usado por el programa reality de competencia “Esto es guerra” es indecoroso y no entendible para los consumidores; porque en vez de concentrarse e ir en busca de nuevos estímulos culturales y de entretenimiento, se afanan en embrutecer a las personas con programas considerados para otros como basura.
	Vestuario	¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?	El programa de la competencia “Esto es guerra”, también presenta vestuario inapropiado, mostrando cuerpos casi al desnudo, vendiendo más sexismo en los televidentes, y escándalo como entretenimiento morboso.
		¿El vestuario muestra decencia?	El vestuario muestra indecencia, en los protagonistas del reality de la competencia “Esto es guerra”, en diminutos trajes y lentejuelas; exponiendo sus vidas en morbo al público, aprovechando los cinco minutos de fama que les otorga la televisión acreditándolas como celebridades.
	Temática	¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?	Los temas que se abordan en el reality show de competencia “Esto es guerra”, hoy en día en la televisión peruana son considerados basura, por los temas que presentan; fomentando el mal gusto al sano entretenimiento, atentando contra la función social del medio y alterando la franja horaria estelar de protección al menor.
	Formato	¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?	El formato es inapropiado en el programa reality show de la competencia “Esto es guerra”, por auto considerarse fenómeno televisivo de entretenimiento; cuando lo único que hace es vetar valores constitucionales, derecho a la veracidad, intimidad, y dignidad de las personas.

3.2.- Resultados del objetivo N° 02:

- ✓ Identificar la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.

Cuadro N° 1. ¿El lenguaje usado de los programas "Combate" y "Esto es guerra" es exhibicionista?

P1. ¿El lenguaje usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" es exhibicionista?		
SI	54	72%
NO	21	28%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 1. ¿El lenguaje usado de los programas "Combate" y "Esto es guerra" es exhibicionista?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Podemos Observar que el 72 % de los encuestados afirmaron que el lenguaje usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" es exhibicionista, mientras que, el 28% de los encuestados indicaron que No.

Cuadro N° 2. ¿El lenguaje usado es apropiado?

P2. ¿El lenguaje usado es apropiado?		
SI	28	37%
NO	47	63%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 2. ¿El lenguaje usado es apropiado?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Podemos observar que el 63% de los encuestados afirmaron que el lenguaje usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" no es apropiado, mientras que, el 37% de los encuestados indicaron que Sí.

Cuadro N° 3. ¿El lenguaje usado es entendible?

P3. ¿El lenguaje usado es entendible?		
SI	75	100%
NO	0	0%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 3. ¿El lenguaje usado es entendible?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Podemos observar que el 100% de los encuestados afirmaron que el lenguaje usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" es entendible, mientras que, el 0% de los encuestados indicaron que No.

Cuadro N° 4. ¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?

P4. ¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?		
SI	75	100%
NO	0	0%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 4. ¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?



Fuente: Elaboración Propia

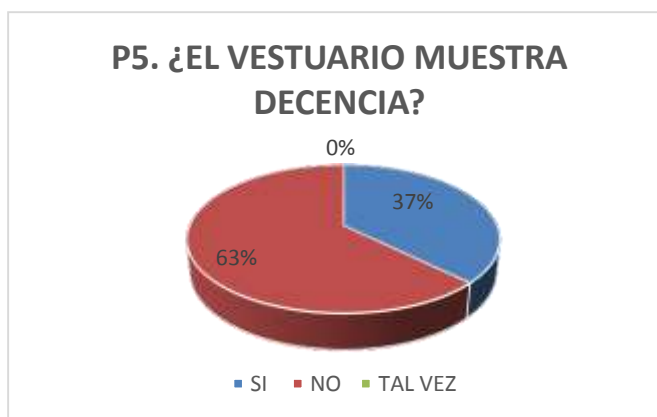
Interpretación: Podemos observar que el 100% de los encuestados afirmaron que el vestuario usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" es apropiado, mientras que, el 0% de los encuestados indicaron que No.

Cuadro N° 5. ¿El vestuario muestra decencia?

P5. ¿El Vestuario muestra decencia?		
SI	28	37%
NO	47	63%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 5. ¿El vestuario muestra decencia?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Podemos observar que el 63% de los encuestados afirmaron que el vestuario usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" no muestra decencia, mientras que, el 37% de los encuestados indicaron que Sí.

Cuadro N° 6. ¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?

P6. ¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?		
SI	28	37%
NO	47	63%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 6. ¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Podemos observar que el 63% de los encuestados afirmaron que los temas abordados en los programas "Combate" y "Esto es guerra" no son adecuados al horario y público objetivo, mientras que, el 37% de los encuestados indicaron que Sí.

Cuadro N° 7. ¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?

P7. ¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?		
SI	28	37%
NO	47	63%
TAL VEZ	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 7. ¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Podemos observar que el 63% de los encuestados afirmaron que el formato en contenidos en los programas "Combate" y "Esto es guerra" no es apropiado para el tipo de programas, mientras que, el 37% de los encuestados indicaron que Sí.

Cuadro N° 8. La percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018 es la siguiente:

P8. La percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018 es la siguiente:		
HOMBRES	30	40%
MUJERES	45	60%
TOTAL	75	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 8. La percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018 es la siguiente:



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Podemos observar que el 60% de las encuestadas mujeres, afirmaron que la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, Sí, es apropiado para programa de entretenimiento; mientras que, el 40% de los encuestados hombres, también indicaron que Sí.





3.3.- Resultados del Objetivo N° 03:

- ✓ Determinar la estructura del programa de televisión “Combate”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.

FICHA TÉCNICA PROGRAMA DE TELEVISIÓN “COMBATE”				
COMPOSICIÓN VISUAL		HISTORIA	COMPONENTE DE SONIDO	
SEGMENTOS	IMAGENES	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN “COMBATE”	LOCUCIÓN (PRODUCCIÓN)	MÚSICA EFECTOS SONOROS
01 EXPOSICIÓN DE VIDAS SIN PUDOR		Palabras soeces, insultos: Pipi a Shushu. Éste es un imbécil. A nada. Korina no tuvo algo mejor que esta porquería.	Toro: Huy porquería jajajaja	Canción Reguetonera “Casa sola”
02 MORBO Y EROTISMO		Palabras soeces, insultos: Pipi a Shushu. Este esta calatallú. Oye mi querido Jota ahora eres bocadito. Porque te gusta mostrar todo tu suculento postre.	Katy: Me derrito ahorita	Canción Reguetonera “Enamorada”
03 SEXISMO		Palabras soeces, insultos: Pipi. Shushu. Movimientos obscenos con sexismo, morbo. Ya déjate de estupideces mi querido cara de hongo. Ahí voy mi querido cara de lacagao.	Toro: jajajaja	Canción Electrónica “Sexy”
04 LENGUAJE SOES MORBO Y SEXISMO		Palabras soeces, insultos: Pipi. Shushu. Antes la rompíamos en las redes sociales. Ahora nos rompieron como a tu hermana anoche, como tú comprenderás.	Todos: Que buinaaaa jajajaja	Canción Electrónica “Sexy”
05 REALITY SHOWS “ARMANIS”		Palabras soeces, insultos: Si es “Armani” o no, el tiempo lo dirá. Verdad mi querido venado pisado Hart de asequia. (Indirecta) Nosotros no somos copia, así que dejen de copiarnos ps, que estamos hasta el copete. Carajoshu. Miermana.	Toro: Porque en combate, cualquier cosa puede suceder. Jajajaja	Canción Reguetonera “Yo no fui”

Resultados del Objetivo N° 03:

- ✓ Determinar la estructura del programa de televisión “Esto es guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.

FICHA TÉCNICA PROGRAMA DE TELEVISIÓN “ESTO ES GUERRA”				
COMPOSICIÓN VISUAL		HISTORIA	COMPONENTE DE SONIDO	
SEGMENTOS	IMAGEN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN “ESTO ES GUERRA”	LOCUCIÓN (PRODUCCIÓN)	MÚSICA EFECTOS SONOROS
01 EXPOSICIÓN DE VIDAS SIN PUDOR		Palabras soeces, insultos: Mathias. Huy. Esto las pone a las chicas con sus músculos mojaditas y apretaditas. Macho man “Parodi” que se respeta. Jajajaja.	Mr. Piit: Tan de “Paraguay” a éxtasis de...	Canción Reguetonera “Arde papi”
02 MORBO Y SEXISMO		Palabras soeces, insultos: Mathias a María Pía. Delicioso. Calla cochino Mathias. Mañuco eres. Deja en paz a Ale. Callate tú “Carachu”. Picachu.	Mr. Piit: Esto está que quema. Jajajaja	Canción Reguetonera “Los hombres son una basura”
03 DESVIACIÓN DE GÉNERO CON AGRESIÓN		Palabras soeces, insultos: Maria Pia. (Beso entre competidores varones). Qué asco. Mathias. Lo besó (Celebrando). (*A él no le sorprende nada, como cuando salió desnudo frente a cámaras cumpliendo un reto). Por otro lado, Coto H. y Fabio Agostini se van de manos. (Vergonzosos malos ejemplo a los menores).	Mr. Piit: Que modernos Todos: Jajajaja	Canción Ambiente “Bochibo Chibobombom”
04 REALITYS SHOWS “ARMANIS”		Palabras soeces, insultos: Mario Hart le da el sí a Korina, por amor o para que no sea deportada de Perú a su país. Convivencia “Armani” a la dulce espera. ¿Será cierto eso?	Mr. Piit: Sin palabras. Si se aman genial. Jajajaja	Canción Balada “Mi persona favorita”
05 REALITYS SHOWS CON MORBO Y SEXO		Palabras soeces, insultos: Greit “afanando” a una competidora. Por otro lado, imágenes vetadas por alto contenido sexual, morbo.	Mr. Piit: Como para no creerlo. Jajajaja	Canción Reguetonera “Despacito”

IV.- DISCUSIÓN

La principal razón de ésta presente investigación, es conocer la percepción respecto a los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, con los grados de (1° al 5°) del nivel secundaria, escogiendo cinco secciones, de 15 alumnos cada aula, siendo nuestra población de estudio un total de 75 alumnos, a quienes se les aplicó el instrumento previamente validado a modo de encuesta; obteniendo el siguiente diagnóstico de resultados en base a los objetivos propuestos.

Después de presentar cada uno de los resultados, se procederá a las siguientes discusiones:

4.1. Discusión del Objetivo N° 01:

- ✓ **Analizar los contenidos del programa de televisión “Combate”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten.**

¿El lenguaje usado del programa “Combate” es exhibicionista?

El programa reality “Combate” es un monstruo televisivo, que menosprecia expresivas posibilidades de contenidos, usando un lenguaje distorsionado en mensaje, exhibido en la televisión actual.

¿El lenguaje usado es apropiado?

El lenguaje usado es inapropiado por parte del programa reality “Combate”, porque lo que expresa en la pantalla frente al consumidor y/o espectador, es un acerbo popular morboso e indecente, porque no trasmite mensaje como lenguaje.

¿El lenguaje usado es entendible?

El lenguaje utilizado por el programa reality “Combate” es vergonzoso y no entendible para el televidente; porque lo entorpece y lo vuelve adicto al consumo televisivo, con pensamiento supersticioso y agresivo.

¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?

El vestuario es inapropiado para el denominado programa reality “Combate”, por presentar ropa de baño en hilo dental todo el tiempo, con morbo, sexismo con entretenimiento vulgar; sin respetar la franja de protección integral al menor.

¿El vestuario muestra decencia?

El vestuario de los participantes, en todo el reality de competencia “Combate”, muestra indecencia; promoviendo sensacionalismo con violencia, sexismo y morbo, denigrando honra y honor de personas.

¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?

Los temas abordados en el programa pionero reality “Combate”, son inadecuados al horario y público objetivo, porque muestran siempre escándalos desenfrenados e insultos, pésima confrontación personal, denigración de los participantes, en un horario estelar, con franja de protección al menor.

¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?

El formato en contenido para el programa de televisión en estudio “Combate”, es inapropiado y considerado basura, porque influye negativamente en la producción de la industria cultural, discriminando a la protección de la infancia.

Estudios realizados de ésta magnitud son muy complejas, por no tener muchos elementos para considerar. Sin embargo encontramos similarmente una investigación a la nuestra, con semejantes diagnósticos por parte del autor Veliz (2014), realizado a estudiantes del 4to año de secundaria de la I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea del Distrito de La Victoria, en Lima; quién manifiesta la impactante alteración que muestran los espectadores pubertos y adolescentes, cada vez que consumen contenidos de programas Realitys Shows de competencia, trastornando la mente y distorsionando sus comportamientos a diario.

- ✓ **Analizar los contenidos del programa de televisión “Esto es guerra”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten.**

¿El lenguaje usado del programa “Esto es guerra” es exhibicionista?

El programa reality “Esto es guerra”, expresa un lenguaje no justificado como mensaje, para una audiencia jovial, que adopta la exhibición frente al morbo en plena competencia.

¿El lenguaje usado es apropiado?

“Esto es guerra”, el programa reality de competencia, utiliza un lenguaje inapropiado, por manifestar verbos que van en contra de la moral, buenas costumbres y valores éticos sin mensaje.

¿El lenguaje usado es entendible?

El lenguaje en mensaje usado por el programa reality de competencia “Esto es guerra” es indecoroso y no entendible para los consumidores; porque en vez de concentrarse e ir en busca de nuevos estímulos culturales y de entretenimiento, se afanan en embrutecer a las personas con programas considerados para otros como basura.

¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?

El programa de la competencia “Esto es guerra”, también presenta vestuario inapropiado, mostrando cuerpos casi al desnudo, vendiendo más sexismo en los televidentes, y escándalo como entretenimiento morboso.

¿El vestuario muestra decencia?

El vestuario muestra indecencia, en los protagonistas del reality de la competencia “Esto es guerra”, en diminutos trajes y lentejuelas; exponiendo sus vidas en morbo al público, aprovechando los cinco minutos de fama que les otorga la televisión acreditándolas como celebridades.

¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?

Los temas que se abordan en el reality show de competencia “Esto es guerra”, hoy en día en la televisión peruana son considerados basura, por los temas que presentan; fomentando el mal gusto al sano entretenimiento, atentando contra la función social del medio y alterando la franja horaria estelar de protección al menor.

¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?

El formato es inapropiado en el programa reality show de la competencia “Esto es guerra”, por auto considerarse fenómeno televisivo de entretenimiento; cuando lo único que hace es vetar valores constitucionales, derecho a la veracidad, intimidad, y dignidad de las personas.

Según la teoría de Arboccó y O’Brien (2012), quién concuerda con el autor Veliz (2014); encontramos similarmente dos investigaciones con semejantes diagnósticos a la nuestra; quiénes resaltan que en los últimos años, el grado de penetración en crecimiento que tiene la televisión peruana ha ido en aumento, con credibilidad impactante, representando un aprendizaje social de un individuo en confrontación con un grupo determinado de individuos, con mayor porcentaje significativo, que muchas veces puede ser el causante negativo de adicción continua, distorsionando y trastornando la mente de los espectadores pubertos y adolescentes para con los realitys de competencia.

4.2. Discusión del Objetivo N° 02:

- ✓ **Identificar la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.**

Después de presentar cada uno de los resultados concerniente al objetivo 02, se procede a la discusión siguiente:

Sin duda alguna, un precedente de gran influencia, es la percepción negativa de contenidos de estos programas realitys shows de competencia tales como “Combate” y “Esto es Guerra”, presentados en la televisión peruana actual a los consumidores pubertos y adolescentes; precisamente para ganar audiencia de rating, haciendo de éstos sus programas de preferencia. Otro factor indispensable es convertirlos de la noche a la mañana en celebridades; para que así, los telespectadores pubertos y adolescentes, puedan rendirles pleitesía a éstos improvisados personajes figuretis, convirtiéndolos en sus favoritos, admirándolos mucho más, por ser precisamente mediáticos concursantes.

Por esta razón, los pubertos y adolescentes en su mayoría consumen estos programas con contenidos aberrantes, considerándolos de suma importancia, y todo para estar al pendiente de lo que ocurre con sus vidas escandalosas frente a las pantallas. (Centeno, R. 2016).

Según el procedimiento metodológico de la investigación, y de acuerdo a los estadísticos resultados se ha determinado:

Según el Cuadro N° 1. ¿El lenguaje usado de los programas "Combate" y "Esto es guerra" es exhibicionista?

Podemos interpretar y observar que el 72 % de los encuestados afirmaron que el lenguaje usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" es exhibicionista, mientras que, el 28% de los encuestados indicaron que No.

Según el Cuadro N° 2. ¿El lenguaje usado es apropiado?

Podemos interpretar y observar que el 63% de los encuestados afirmaron que el lenguaje usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" no es apropiado, mientras que, el 37% de los encuestados indicaron que Sí.

Según el Cuadro N° 3. ¿El lenguaje usado es entendible?

Podemos interpretar y observar que el 100% de los encuestados afirmaron que el lenguaje usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" es entendible, mientras que, el 0% de los encuestados indicaron que No.

Según el Cuadro N° 4. ¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?

Podemos interpretar y observar que el 100% de los encuestados afirmaron que el vestuario usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" es apropiado, mientras que, el 0% de los encuestados indicaron que No.

Según el Cuadro N° 5. ¿El vestuario muestra decencia?

Podemos interpretar y observar que el 63% de los encuestados afirmaron que el vestuario usado en los programas "Combate" y "Esto es guerra" no muestra decencia, mientras que, el 37% de los encuestados indicaron que Sí.

Según el Cuadro N° 6. ¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?

Podemos interpretar y observar que el 63% de los encuestados afirmaron que los temas abordados en los programas "Combate" y "Esto es guerra" no son adecuados al horario y público objetivo, mientras que, el 37% de los encuestados indicaron que Sí.

Según el Cuadro N° 7. ¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?

Podemos interpretar y observar que el 63% de los encuestados afirmaron que el formato en contenidos en los programas "Combate" y "Esto es guerra" no es apropiado para el tipo de programas, mientras que, el 37% de los encuestados indicaron que Sí.

Según el Cuadro N° 8. La percepción de los contenidos de los programas de televisión "Combate" y "Esto es Guerra", por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, es la siguiente:

Podemos interpretar y observar que el 60% de las encuestadas mujeres, afirmaron que la percepción de los contenidos de los programas de televisión "Combate" y "Esto es Guerra", por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, Sí, es

apropiado para programa de entretenimiento; mientras que, el 40% de los encuestados hombres, también indicaron que Sí.

Investigación científica similar a la nuestra, es la que muestra la premisa del autor Cordón (2010), considerando como percepción de contenidos, que ver programas de televisión realitys shows de competencia como lo es “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los pubertos y adolescentes sin una adecuada supervisión familiar adulta, atenta, altera, desequilibra y trastorna sus comportamientos y actitudes diarias, como también su sistema de valores inculcados por sus padres en familia, colegio y sociedad en menor medida.

En este contexto actual, los más sintonizados programas de televisión por los pubertos y adolescentes son “Combate”, “Esto es Guerra”, “Yo soy”; miniserias nacionales tales como “De vuelta al barrio”, “Mi esperanza”, “Ojitos hechizeros”; como también novelas turcas entre ellas “Amar es primavera” entre otros; considerándolos diversión absoluta en entretenimiento para ellos.

Un estudio de (CONCORTV, 2010), investigación similar a la nuestra, precisa como percepción de contenidos, la ausencia televisiva en oferta alternativa, por cuanto consumen a diario los pubertos y adolescentes este tipo de realitys shows de competencia “Combate” y “Esto es guerra”, con una sobredosis de carga de distracción con violencia, sexismo y morbo; trastornando y distorsionando cada una de sus acciones. Todo esto es negativamente posible, gracias a la ausencia de padres en los hogares, justificando su opción laboral responsable, para no estar al pendiente de las acciones selectivas y comportamientos de sus hijos.

4.3. Discusión del Objetivo N° 03:

- ✓ **Determinar la estructura del programa de televisión “Combate”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.**

Después de presentar cada uno de los resultados concerniente al objetivo 03, se procede a la discusión siguiente:

La percepción actual que tienen los consumidores espectadores de los diferentes medios de comunicación es negativo, en muchas ocasiones por la falta de veracidad, ética, compromiso, imparcialidad y objetividad para asumir responsablemente una televisión de

calidad; y en particular por los denominados Realitys Shows “Combate” y Esto es guerra”, en cuanto a estructura, contenido, temática, lenguaje, mensaje, y exhibición de vestuarios, en los diversos programas que muestra la televisión peruana actual; presentando a través de sus concursantes netamente televisión en contenidos basura; presentando a través de sus concursantes a figuretis interactuando entre sí, exponiendo al aire sus vidas en público, siendo mostrados por cámaras, con plena aprobación y en otras ocasiones, sin que se enteren que los están grabando, en un horario con franja de protección al menor, interrumpiendo la formación en educación de principios y valores de los pubertos y adolescentes, alterando totalmente sus sentidos. (Medina, Adriana y Villareal, Ana Lilia., 2008).

La producción de la televisión en la actualidad, tal es el caso, de los programas de realitys shows “Combate” y Esto es guerra” en su estructura familiar; evidentemente es causante de daños visuales, trastornos, llegando a deformar la mente de los televidentes, debido al alto contenido de sexismo y violencia en la gran mayoría de sus mensajes; incitando al irracional consumo, la ruptura familiar en la comunicación, manifestando consecuencias negativas a diario en la audiencia, causando más daños que beneficios a la humanidad. La televisión mediática pertenece relativamente a los medios de comunicación. (Real Academia Española, 2015).

Al apreciar la televisión en contenidos de estructura cultural, y en particular los denominados programas de Realitys Shows “Combate” y Esto es guerra”; en su mayoría los pubertos y adolescentes de hoy, constituyen adicción como parte de sus principales actividades diarias; generando cuestionamientos diversos de padres, maestros, investigadores y sociedad en general, sobre la percepción que tienen los pubertos y adolescentes de éstos programas en mención, sin cultura y educación alguna en valores y principios. (Borea, M., 2008).

Desde la perspectiva de (Villacastín, 2002), resalta a la televisión como un importante elemento que se constituye mostrando nuevas perspectivas en el ámbito social, cultural y científico. Es un medio que se pone en contacto con el espectador, enfocando problemas personales o sociales; mas no, presentando contenidos negativos sin estructura educacional, cultural y social, como se manifiestan a diario en los llamados realitys shows de competencia “Combate” y Esto es guerra”.

Los productores de manera anticipada, antes de realizar una producción o programa de televisión, entre ellos los denominados Realitys Shows “Combate” y Esto es guerra”; seleccionan siempre en sus filas a personas con perfiles variados y de carácter temperamental, para que así, se confronten entre ellos; resaltando interesantes problemas expuestos a diario a través de sus vidas sin pudor, descuidando la sensibilidad y percepción del telespectador puberto y adolescente.

Al margen de ser un experimento sociológico legítimo de interés nacional; los denominados Realitys Shows “Combate” y Esto es guerra”, venden conflictos producidos por sus mismos integrantes; es decir, mientras más insultos, amenazas, traiciones y actos vulgares muestren; decorarán mucho más las confrontaciones en cada una de sus ediciones diarias. (Giusti, M. & Tubino, F., 2007).

Los espectadores pubertos y adolescentes, se sienten motivados, seducidos en adicción a los conflictos personales que otorgan negativamente éstos personajes figuretis, dentro de los programas de contenidos de Realitys Shows “Combate” y Esto es guerra”, para entablar lazos con sus seguidores a través del internet y redes sociales, ganando fanáticos a diario sin medir consecuencias en sus comportamientos. (Cerró S., 2010).

Las características más indispensables de estos Realitys Shows “Combate” y Esto es guerra”, es que sus afanados personajes son protagonistas reales, creados producto de la ficción armada.

Los personajes participantes activos de estos aberrantes Realitys Shows “Combate” y Esto es guerra” en teoría, no son profesionales de la actuación, son simples improvisados que al exponer sus vidas en público, representan a personajes diversos, manipulados por productores a través de un guión o libreto.

Los diversos personajes figuretis, que muestran éstos negativos programas de realitys shows de competencia “Combate” y Esto es guerra”, son reunidos para un fin específico, como contexto dentro de un set de televisión, departamento, casa, centro recreacional, calle urbana, playa, bar, etc.; para convivir e interactuar entre cámaras mientras se cumplen retos y pruebas diversas, para ser presentados sin pudor a los espectadores pubertos y adolescentes que lo consumen, trastornando y distorsionando sus mentes por completo. (Varela, 2002).

✓ **Determinar la estructura del programa de televisión “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.**

El morbo es la obsesiva tendencia a lo prohibido, atracción por lo negativo, insinuando inclinación al sexismo morboso; esto puede ser considerado como patológico. Todas estas teorías no son desestimadas por sus autores, sobre todo cuando el morbo es sexual. Por ende es preciso resaltar tal cual el término con diferentes matices de sensualidad y erotismo, el mismo que muestran a diario, los programas realitys shows de competencia “Combate” y “Esto es guerra” a los espectadores pubertos y adolescentes.

En este contexto, siendo servidor de razonables dosis en plena televisión, es repulsivamente escandaloso simbolizar siempre acciones físicas en alto contenido sensual, psicológico o social, quebrantando la moral, principios, valores y buenas costumbres para cada uno de los menores consumidores espectadores; siendo éstos, adictos fieles a diferentes medios de comunicación negativos, que en muchas ocasiones por la falta de veracidad, ética, compromiso, imparcialidad y objetividad, asumen irresponsablemente una televisión de calidad; y en particular por los denominados Realitys Shows “Combate” y “Esto es guerra”, en cuanto a su estructura, contenido, temática, lenguaje, mensaje, y exhibición de vestuarios, en los decepcionantes diversos programas que muestra la televisión peruana actual; presentando a través de sus concursantes netamente televisión en contenidos basura. (Eugenio López, 2015).

El sexismo que manifiestan a diario los programas de realitys shows en mención “Combate” y “Esto es guerra”, por su parte es la discriminatoria tendencia por ser razón de sexo, que las personas valoran sin medir considerables consecuencias en sus diversas acciones en el contexto profesional y personal. También refiere a aquellas prácticas y comportamientos, que promueven diferenciando el trato de las personas por ser de sexo biológico; asumiendo comportamientos, caracteres que se esperan en las mujeres y hombres que actúan en su quehacer diario. Estas prácticas de contenido sexista principalmente afectan a las mujeres, de acuerdo a sus costumbres y creencias, considerándose algunas veces desiguales e inferiores a los hombres por su naturaleza de ser. Ejemplo actual muestra en su mayoría, una sociedad machista hacia las mujeres, minimizando a como dé lugar sus capacidades y toma de decisiones, para no ser líderes competentes por sus propios méritos en ningún rubro o especialidad profesional y personal. Estas creencias de sexo

superior e inferior a otro, reflejan un lenguaje cotidiano en prácticas sexistas. (Texto adaptado del Banco Interamericano de Desarrollo. Cuaderno de Unidades Didácticas para la Igualdad, 2016).

La estructura familiar que anhelamos en una pareja biológica de padres que están inmersos en actividades diversas junto a sus hijos y demás familiares, están basadas e idealizadas en la más correcta calidad humana en principios, valores y espiritualidad. Entre los importantes cambios por los que suele pasar la familia como estructura básica para una sociedad actual, es la relación de calidad, en un externo medio cambiante entre cada uno de sus miembros. Los efectos de estos realitys shows “Combate” y “Esto es guerra”, pueden sentir las implicancias en el desarrollo formativo y educativo de los hijos. (Khavous, 2001).

La estructura cultural que deben presentar programas actuales en la televisión peruana, deben ser de calidad, en donde actúen los individuos de una sociedad en sus diversas instituciones grupales públicas y privadas, y se relacionen de predominante forma, haciendo posible una generación adecuada, simbolizando un correcto conjunto de códigos en cada una de sus acciones y ediciones diarias. (Geertz, 2015).

El protagonismo social muestra a una persona por tendencia, a estar inmerso siempre en el primer plano de un determinado asunto, mostrándose como la más idónea y calificada. (Diccionario Manual de la Lengua Española, 2007).

La estética corporal es la inmediata continua sabiduría que tenemos de nuestro cuerpo humano, en movimiento o reposo, en relación a las diversas partes en espacio, tiempo y objetos que nos rodean. (Jean Le Boulch, 2006).

El reto es una invitación al juego competente y desafiante. Puede tratarse de un objetivo difícil de concretar con una intimidante amenaza. El reto muestra características propias, constituyendo un desafío estimulante para quien afrontarlo decide. (Real Academia Española, 2017).

La competencia refiere aspectos semejantes, en habilidades y conocimientos necesarios para llegar a un diagnóstico de resultados exigente, determinando la real capacidad para lograr objetivos en un contexto ideal. (Chomsky, 2000).

La conducta proviene del latín "conductus" término significante "conducir", que básicamente refiere a la relación entre personas con o sin afinidad de caracteres, con norma moral, social o cultural, en todos los aspectos.

La actitud establece un sistema de evaluaciones positivas o negativas; mostrando sentimientos, emociones, sensaciones y tendencias en favor de variados comportamientos con sociales objetivos dentro de la estructura de los programas de televisión peruana actual.

El comportamiento procede a que las personas, en relación con el entorno estimulante que los rodea, ya sea público o privado, según las diferentes circunstancias en que afectan, puedan a su vez, ser voluntario o involuntario, consciente o inconsciente. (Friedrich Dorsch, 2008).

V.- CONCLUSIONES

Después de presentar cada una de las discusiones, se obtuvieron de cada objetivo las siguientes conclusiones:

5.1.- Determinar la percepción respecto a los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en horario estelar, en los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo - 2018.

Lograr objetivos de teleaudiencia en los denominados programas de realitys shows “Combate” y “Esto es Guerra” que presenta la televisión peruana actual, ahora es más que sencillo; según se determinó en la percepción de los programas de televisión antes mencionados, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, quienes manifiestan, que no todo contenido morboso es basura; mientras otros opinan lo contrario, porque todo contenido va de la mano con la publicidad, la misma que apuesta por comerciales en horarios estelares en franja de protección al menor, jugando con dos dedos de frente con los programas faranduleros en los espacios de espectáculos; que a su vez, van apoyados de la mano con los noticieros, brindándoles amplio despliegue al bloque de noticias llamados también “espectáculos”; generando figuretis personajes involucrados en chismes, con escandalosos romances sin vergüenza alguna, perdiendo decencia, honra, honor, principios y valores; insinuando negativo ejemplo y adicción continua a los espectadores pubertos y adolescentes, y en especial en los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, emitiendo diariamente los denominados programas de realitys shows, sin respetar el horario estelar con franja de protección al menor.

5.2.- Analizar los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten.

Desde que fue presentado en las pantallas, éstos nuevos formatos de realitys shows de competencia, según el análisis de contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, y el horario en el que se emiten; fue

todo un boom televisivo; y en particular en los ocho últimos años, las mediciones regulables del rating registran un crecimiento notable a diario, en la recuperación de la sintonía de telespectadores pubertos y adolescentes, según comparte la empresa Ibope; considerando también, que la televisión de señal abierta estaba perdiendo atractivos, siendo vencidos en gran parte durante varios años por la televisión de cable, internet y redes sociales.

Polémicas noticias en diferentes medios de prensa escrita, radial, televisiva, internet y redes sociales, presentan a base de libretos y guiones los productores para con sus pupilos, los llamados personajes figuretis, quienes escandalosamente exponen gran parte de sus vidas con romances e infidelidades; como también los llamados famosos “ampays” y confrontaciones entre éstos protagonistas, con desafiantes accidentes de tránsito en estado de ebriedad, insultos de alto calibre con palabras soeces; siendo ingredientes indispensables que sazonan estos programas, dejando en último plano a las secuencias de juego en competencias de fuerza física y mental, que se sobreentiende debería de ser el principal ingrediente y objetivo de estos mencionados programas de televisión “Combate” y “Esto es guerra”, respetando la línea de protección al menor; manifestando en cada una de sus secuencias, contenidos de cultura, arte, y sano entretenimiento. Sin embargo, llegando a la conclusión, se analiza la negativa y constante motivación con adicción desenfrenada, por estos aberrantes realitys shows de competencia, por parte de los espectadores pubertos y adolescentes, y en especial en los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, quienes manifiestan, que no todo contenido morboso es negativo; mientras otros opinan lo contrario.

5.3.- Identificar la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.

Una influencia muy lamentable, según se identificó en la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, quienes exponen en su mayoría que éstos vergonzosos programas, generan trágicas consecuencias en las actitudes y comportamientos a diario de los pubertos y adolescentes alumnos, por tan sólo consumir éstos realitys de competencia, mientras los restantes estudiantes manifiestan que es divertido y emocionante.

Caso particular que se convirtió en noticia de impacto nacional e internacional y traspasó las pantallas, considerándose fatal accidente hace algún tiempo, fue lo ocurrido a una inocente niña de ocho años, quién utilizó un artefacto peligroso para dar rienda suelta a su imaginación, imitando uno de sus juegos favoritos, el mismo que le causó minutos después la trágica muerte.

Por su parte, ninguno de los mencionados programas de televisión de realitys shows en contenido basura “Combate” y “Esto es Guerra”, hicieron mea culpa, ni asumieron compromiso de ayuda y solidaridad con la familia de la menor, y para colmo de males nunca fueron sancionados.

Al contrario, es vergonzoso decirlo pero como fue noticia de interés, ambos programas sólo se limitaron a pedir de favor que no deben imitar dichos juegos que ven en televisión, por ser para adultos; contradiciéndose a lo propio, cuando ellos mismos hacen hasta lo negativamente imposible para ganar audiencia de espectadores en todas las edades; denominando a éstos programas aptos para el consumo familiar. Simplemente ironías de la vida.

5.4.- Determinar la estructura de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.

La evidencia es la gran influencia para estos pubertos y adolescentes, y en especial para los que la consumen por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018, según se determinó en la estructura de contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, exhibición de vestuarios, el horario en el que se emiten y de qué manera se justifica; por la adicción de consumo televisivo permanente, consciente o inconsciente hacia los mencionados programas realitys shows de competencia aludidos; quienes confiesan en su mayoría que son divertidas cada una de sus secuencias de programas emitidas diariamente, mientras otros restantes alumnos reconocen que las estructuras de sus contenidos son basura.

Para tener atrapados a los pubertos y adolescentes estudiantes de hoy frente a las pantallas, en adicción continúa sin medir consecuencias con ésta negativa programación televisiva; es preciso considerar en toda su estructura de formato, el morbo, escándalo y sexismo que

venden y presentan día a día estos improvisados personajes figuretis, exponiendo sus vidas en público sin vergüenza alguna. A ello le sumamos la repercusión que generan las noticias por estos programas televisivos de reality shows “Combate y “Esto es guerra” en la prensa escrita de populares diarios como “La República” y “El Comercio”, como también los faranduleros diarios chicha.

VI.- RECOMENDACIONES

Según la presente investigación científica, percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, por parte de los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018; es preciso tener juicio crítico valorativo para emitir opiniones vertidas en un contexto real con responsabilidad social, presentando a continuación las siguientes recomendaciones:

6. 1.- Promover al estudio del saber en las escuelas y universidades en todos los niveles formativos; con una educación de calidad en principios, valores, ética, espiritualidad en temor, amor y servicio a Dios Todopoderoso; resaltando e impartiendo una educación para el conocimiento, como también, educación con arte y cultura, para y por la vida .

6.2.- Realizar una investigación científica sobre autoestima y valoración personal, para pubertos y adolescentes, por ser consideradas las etapas más difíciles de todo ser humano.

6.3.- Utilizar de manera adecuada la programación en contenidos que presenta la televisión peruana actual, seleccionando programas artísticos con identidad cultural; sin escándalo, violencia, sexismo y morbo.

6.4.- Erradicar de manera total, todo tipo de programas de realty shows en contenidos basura, de la televisión peruana actual, no apto en un horario de franja de protección al menor; como también expulsarlos del aire, por su alto y negativo voltaje en escándalo, violencia, sexismo y morbo; es preciso dejar como precedente a través de éste ejemplo de investigación científica, recomendando a los futuros comunicadores a tener en cuenta la calidad en formatos de contenidos en cuanto a producción de televisión, veracidad, ética, compromiso, imparcialidad y objetividad para asumir una televisión responsable; en cuanto a estructura, temática, lenguaje, mensaje, y exhibición de vestuarios, proyectando de manera constante educación en principios y valores, arte y cultura.

VII.- Referencias Bibliográficas:

Tesis y trabajos de grado:

Arteaga (2008), *la tesis de licenciatura “La aplicación de la ética en los medios de comunicación: ECUAVISA, Radio Fuego 106.5 y revista VISTAZO” de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja.*

Cordón (2010), *la tesis de licenciatura “La Influencia de la televisión y la modificación de valores éticos y morales de los adolescentes, entre las edades de 13 y 14 años de un colegio del municipio de Mixco del departamento de Guatemala”, Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.*

Arboccó y O’Brien (2012), *la investigación “Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes” de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón (UNIFE).*

Veliz (2014), *el proyecto de investigación “Mensaje que Transmiten los Reality Shows “Combate” y “Esto Es Guerra” en los estudiantes de cuarto grado de educación secundaria de la I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea del Distrito de La Victoria - Chiclayo 2013”.*

Medina, Adriana y Villareal, Ana Lilia. (2008). “Televisión basura”. “Televisión degradada”. “Televisión exitosa”. “Contenidos de programas televisivos”.
<https://www.monografias.com/trabajos87/tv-basura-a-television-degradada-o-television-exitosa/tv-basura-a-television-degradada-o-television-exitosa.shtml>

Real Academia Española (2015). “REALITY SHOWS”. “Definición y análisis de contenidos”. *¿Qué es Telebasura?: Definición y contextualización Telebasura. Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. “Las escenas más vergonzosas de la televisión latinoamericana”. Publimetro. “Televisión basura”. El país. LA INFLUENCIA DE LA “NUEVA TELEVISIÓN” EN LAS EMOCIONES Y EN LA EDUCACION DE LOS NIÑOS. “Cultura, arte, educación en contenidos de televisión”.*
http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avancesarbocco_5.pdf
<https://codigodeontologicoucm.wordpress.com/2012/02/03/qu-es-telebasura-definicion-y-contextualizacion-2/>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Telebasura>
<https://publimetro.pe/entretenimiento/noticia-escenas-mas-vergonzosas-television-latinoamericana-75560>
https://elpais.com/diario/2004/01/21/andalucia/1074640927_850215.html
<http://www.psiquiatriainfantil.org/numero5/tv.pdf>

Borea, M. (2008). *El imperativo de goce en la "televisión basura" del Perú contemporáneo “Psicología experimental de la televisión y sus derivados”.*
<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/73040>

Villacastín M. (2002). “La televisión y los niños en el asentamiento humano. “Cultura organizacional televisiva”.

<https://www.google.com.pe/search?q=Villacast%C3%ADn%2C+2002&rlz=1C1CHBD esPE821PE821&oq=Villacast%C3%ADn%2C+2002&aqs=chrome..69i57.761j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Giusti, M. & Tubino, F. (2007). *“Reconocimiento y justicia en la ética”*. *“Resumen debate de la ética contemporánea”*. *“Ética y desidencia”*. *“Procesos en sociedad globalizada y comunicacional”*. MIGUEL GIUSTI Publicaciones del autor.

Cerró S. (2010). *“Todo lo que necesitas saber sobre la televisión basura”*. *“Los inmigrantes como amenaza”*. *“Procesos migratorios en la televisión española”*. *“Diseño de una red de frecuencia única para un canal de televisión digital con la norma ISDB-Tb”*. *“Propuestas metodológicas para analizar la televisión”*. *“Estructura familiar en principios y valores para una televisión de calidad”*.

Varela, M. (2002). *La televisión criolla. “Obsesión a lo prohibido en las comunicaciones”*.

López, E. (2015). *“Texto adaptado del Banco Interamericano de Desarrollo. Cuaderno de Unidades Didácticas para la Igualdad”* (2016).

Khavous (2001). *“Repulsión de contenidos televisivos basura”*.

Geertz (2015). *“Diccionario Manual de la Lengua Española”* (2007).

Le Boulch, J. (2006). *“Real Academia Española”* (2017).

Chomsky, (2000). *“Televisión y tecnología”*.

Friedrich Dorsch, (2008). *“Bulling en la escuela por adición de consumo televisivo”*.

Soto (2011). *“La percepción de los sentidos que muestra nuestro cerebro a través de imágenes, escoge disciplinas interpretativas manifestando sensibilidad en cada uno de nuestros sentidos”*.

Kotler y Keller (2006). *“Percepción progresiva de medios de comunicación”*.

Góngora (2008). *“Estructura en medios visuales”*.

Robbins (2009, p. 9). *“Siente que percepción es latidos en sueños y melodías, con impresionantes respuestas que desbordan los sentidos”*.

Robbins (2009). *“La acción es otra manera de mostrar un factor determinante a través de la percepción”*.

Best (2007). *“Por tanto, la sabiduría infinita es el punto de partida de toda percepción constructiva en plena voluntad de facultades mentales”*.

Vergara (2012). *“Psicológicamente el comportamiento humano perceptivo, desarrolla una valoración actitudinal en todos los aspectos racionales”*.

- Baquero y Limón (2001). *“Elementos de la percepción de Gestalt”*.
- Neisser – Universidad de Murcia (2007). *“Percepción y teoría psicológica de un mundo televisivo”*.
- Hellriegel, D. y Slocum, J. (2004). *“Es preciso considerar sus diferencias en un contexto laboral, estudiantil, social, espiritual, y ético”*.
- Centeno, R. (2016). *“El caso de los programas juveniles “Combate” y “Esto es Guerra” (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.*
- Mata, A. (2012), *tele realidad altruista “Cuando la TV educa y entretiene” (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Argentina.*
- Mena, C. (2015). *“Los Reality Shows y su papel en la formación de valores de los jóvenes de acuerdo al Sumak Kawsay” (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.*
- Rovira, R. (2013). *“Análisis crítico de los reality shows a través de la experiencia personal en la participación de Perdidos en la tribu” (Tesis de Licenciatura). Universidad Politécnica de Valencia, España.*
- Soldevilla, J. (2014). *“Justicia Distributiva e Igualdad Compleja” en el pensamiento de Michael Walzer (tesis doctoral). Universidad de Valencia, España.*

Anexo 1:

Ficha técnica de videos analizados, para la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. “Niño Jesús es Amor” – Trujillo – 2018.

TABLA DE VIDEOS ANALIZADOS	
Videos de “Combate”	Videos de “Esto es guerra”
https://youtu.be/ANALXZTzs2Y = Enero 2018 https://youtu.be/Z2E9fLUrwCI https://youtu.be/nrm09_eGX2U	https://youtu.be/ki7Srcn2Sdk = Enero 2018 https://youtu.be/swkF5_hTu9Y https://youtu.be/pYfAhHm3WvI
https://youtu.be/3lR_rWWkNwg = Febrero 2018 https://youtu.be/YCdaCJZ_WDg https://youtu.be/t3nzeiGifIk	https://youtu.be/ihMj6ucSd9Y = Febrero 2018 https://youtu.be/L38vruuKbAw https://youtu.be/IGWksFrBPrl
https://youtu.be/qbrO7ASi8V4 = Marzo 2018 https://youtu.be/vdyL2aPJIUQ https://youtu.be/doKompRbb9Y	https://youtu.be/g1UufdHppoM = Marzo 2018 https://youtu.be/t9pi3dCp4Hk https://youtu.be/h4twQHpk9es
https://youtu.be/GG4F2qicjR4 = Abril 2018 https://youtu.be/vHYbXrgpSsI https://youtu.be/loqBX2-DiIM	https://youtu.be/gZ8ljz_PFDs = Abril 2018 https://youtu.be/hCu0IK63uMg https://youtu.be/4z2z0ZGJaSI
https://youtu.be/C3j2N-4JIMg = Mayo 2018 https://youtu.be/WZAqaKx0EOU	https://youtu.be/4S7ZWt-Cq8Y = Mayo 2018 https://youtu.be/4ihIsiupKJQ
https://youtu.be/L38vruuKbAw = Junio 2018	https://youtu.be/HjobCprKutM = Mayo 2018
https://youtu.be/UF5UNaVkhDc = Julio 2018 https://youtu.be/nkiDXDXWbLw	https://youtu.be/8cizr_09818 = Junio 2018 https://youtu.be/Zxtsasq2atw
https://youtu.be/3nklMDjTho = Julio 2018 https://youtu.be/Izw0MmfjDOg	https://youtu.be/dtBYwyJeIws = Julio 2018 https://youtu.be/5CAhaVwteZO

Anexo 2:

Guía de observación, para la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. “Niño Jesús es Amor” – Trujillo - 2018.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO				
Percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. “Niño Jesús es Amor” Trujillo – 2018				
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	Encuesta			
OBJETIVO	Determinar la percepción respecto a los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en horario estelar, en los estudiantes de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo – 2018.			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR				
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR				
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR				

VARIABLE	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN				OBSERVACIONES
			RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEMS		
			SI	NO	SI	NO	
Percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es guerra”	Lenguaje	¿El lenguaje usado de los programas “Combate” y “Esto es guerra” es exhibicionista?					
		¿El lenguaje usado es apropiado?					
		¿El lenguaje usado es entendible?					
	Vestuario	¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa?					
		¿El vestuario muestra decencia?					
	Temática	¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo?					
	Formato	¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas?					

Anexo 3:

Cuestionario de encuesta, para la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. “Niño Jesús es Amor” – Trujillo - 2018.

Encuesta

Datos Generales

A. Edad: _____ B. Sexo: _____

C. Lugar de Residencia: _____

D. Fecha: _____

Términos Descriptivos

El siguiente cuestionario tiene la finalidad de recoger información acerca del contenido de los programas “Combate” y “Esto es guerra”.

Recuerda que no hay respuestas buenas y malas.

Te pedimos de favor responder con sinceridad, y fundamentar cada una de sus respuestas.

PREGUNTAS

Tipo de lenguaje / Exhibición de vestuarios / Temática / Formato de contenidos

- | | | | |
|--|----|----|---------|
| 1. ¿El lenguaje usado de los programas “Combate” y “Esto es guerra” es exhibicionista? | SI | NO | A VECES |
| 2. ¿El lenguaje usado es apropiado? | SI | NO | A VECES |
| 3. ¿El lenguaje usado es entendible? | SI | NO | A VECES |
| 4. ¿El vestuario es apropiado para el tipo de programa? | SI | NO | A VECES |
| 5. ¿El vestuario muestra decencia? | SI | NO | A VECES |
| 6. ¿Los temas abordados son adecuados al horario y público objetivo? | SI | NO | A VECES |
| 7. ¿El formato en contenidos es apropiado para el tipo de programas? | SI | NO | A VECES |

Fundamentar cada una de sus respuestas:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

Anexo 4:

Aplicación de la encuesta, para la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra” en los estudiantes de la I.E.P. “Niño Jesús es Amor” – Trujillo - 2018.

Foto



LEYENDA:

Por lo expuesto, nuestro estudio de investigación, pretende centrarse en la percepción de los contenidos de los programas de televisión “Combate” y “Esto es Guerra”, en los estudiantes del nivel secundario de la I.E.P. Niño Jesús es Amor - Trujillo 2018.

Población elegida promedio (entre 12 y 16 años), edad adecuada para proporcionar opiniones diversas.

Los programas negativos “Combate” y “Esto es Guerra” son tendencia actual a nivel nacional e internacional, por despertar en los televidentes la morbosidad, e iniciación al sexismo, por las intrépidas ediciones en cada sesión de los programas dentro y fuera del camarín; con abundante puntaje de rating, justificando lo propio, restando y canjeando

programas exitosos, culturales, educativos en sano entretenimiento para niños y jóvenes, por éstas aberraciones. Es obvio que el sexismo sumado a la muestra de vidas morbosas, llenas de escándalo y violencia no sólo están vigentes, sino que son requisitos fundamentales para éstos denominados programas, los mismos que apuestan por un público de pobre juicio valorativo inmerso al libertinaje. Al margen de hacerse llamar “entretenimiento” sano y familiar, tiene también características socioculturales y educativas que no se respetan. La totalidad de la programación de la televisión privada y comercial, está orientada por contenidos de pésima calidad incluyendo los noticieros, haciéndose llamar “plataformas de información objetiva, verás e imparcial” cuando no lo es, promoviendo sensacionalismo con violencia, sexismo y morbo, denigrando honra y honor de personas, exponiendo sus vidas en público, aprovechando los cinco minutos de fama que les otorga la televisión acreditándolas como celebridades.

Por ello, la investigación científica, sobre la percepción de los contenidos de los programas “Combate” y “Esto es Guerra” no pretende discutir las influencias televisivas en los pubertos y adolescentes como materia de estudio, sino enfocarnos en la valoración ética; para así hacer concientizar a los estudiantes del nivel antes mencionado de la educación básica regular de la I.E.P. Niño Jesús es Amor – Trujillo 2018 a no consumirlos.

En esta línea de investigación de los procesos comunicacionales de la sociedad contemporánea, se anhela diagnosticar si son espectadores consientes o inconscientes, formando parte de audiencias que determinen el grado de dichos programas para estar activos al aire; para lograr el perfil de consumo televisivo, y sus preferencias por estos realitys; determinando, analizando, e identificando la percepción de contenidos de los programas de televisión, en cuanto a mensaje, tipos de lenguaje usado, exhibición de vestuarios, el horario en el que se emiten y de qué manera se justifica.

Es ideal conocer cómo los estudiantes valoran los realitys en mención “Combate” y “Esto es Guerra”, dependiendo de la primera educación que les impartieron en el hogar con valores morales, principios (éticos) y espirituales en temor, amor y servicio a nuestro padre dios todopoderoso creador. Objetivo culminado con bendición y éxito.

