



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**El reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria  
de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORA:**

Gonzales Nieto, Katerine (ORCID: 0000-0001-8429-7144)

**ASESORA:**

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (ORCID: 0000-003-4279-0154)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

Dedico el siguiente trabajo a mis padres, quienes siempre están demostrándome su apoyo incondicional y motivándome a crecer día a día, en el ámbito personal y profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi asesora, por brindarme su guía durante el proceso de la investigación, por preocuparse y exigirme siempre realizar un trabajo respaldado por una buena información.

A mis profesores, quienes me brindaron su apoyo y despejaron mis dudas para continuar con mi formación profesional.

A mis amigos, quienes me impulsaron a seguir adelante con mi trabajo pese a toda circunstancia y quienes compartieron gratos momentos conmigo.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria. ....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA .....	12
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2 Variable de operacionalización .....	13
3.3 Población, muestra y muestreo .....	14
3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos .....	15
3.5 Procedimientos .....	17
3.6 Método de análisis de datos .....	17
3.7 Aspectos éticos .....	17
IV. RESULTADOS .....	18
V. DISCUSIÓN .....	30
VI. CONCLUSIONES .....	32
VII RECOMENDACIONES .....	33
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla N° 1 Nombre de expertos.....	15
Tabla N° 2 Coeficiente de confiabilidad.....	16
Tabla N° 3 Confiabilidad de la variable 1.....	16
Tabla N° 4 Confiabilidad de la variable 2.....	17
Tabla N° 5 Análisis descriptivo de la variable 1.....	18
Tabla N° 6 Análisis descriptivo de la variable 2.....	19
Tabla N° 7 Análisis descriptivo de conducta pasiva .....	20
Tabla N° 8 Análisis descriptivo de conducta adquirida.....	21
Tabla N° 9 Análisis descriptivo de conducta agresiva.....	22
Tabla N° 10 Tabla cruzada de V1*V2.....	23
Tabla N° 11 Tabla cruzada de V1*conducta pasiva.....	24
Tabla N° 12 Tabla cruzada de V1*conducta adquirida.....	25
Tabla N° 13 Tabla cruzada de V1*conducta agresiva.....	26
Tabla N° 14 Nivel del coeficiente de correlación.....	27
Tabla N° 15 Contrastación de hipótesis general.....	27
Tabla N° 16 Contrastación de hipótesis específica 1.....	28
Tabla N° 17 Contrastación de hipótesis específica 2.....	29
Tabla N° 18 Contrastación de hipótesis específica 3.....	29

## Índice de figuras

Figura 1 Representación gráfica de la variable 1.....	18
Figura 2 Representación gráfica de la variable 2.....	19
Figura 3 Representación gráfica de conducta pasiva .....	20
Figura 4 Representación gráfica de conducta adquirida .....	21
Figura 5 Representación gráfica de conducta agresiva.....	22
Figura 6 Representación gráfica de tabla cruzada de $V1*V2$ .....	23
Figura 7 Representación gráfica de tabla cruzada de $V1*$ conducta pasiva .....	24
Figura 8 Representación gráfica de tabla cruzada de $V1*$ conducta adquirida ....	25
Figura 9 Representación gráfica de tabla cruzada de $V1*$ conducta agresiva .....	26

## RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

Para esta investigación se utilizó el nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, tipo básico, con un corte transversal y de diseño no experimental, la población está conformada por 50 alumnos de quinto de secundaria, a los que se les aplicó un instrumento de recolección de datos, el mismo que fue validado mediante un riguroso juicio de expertos. Estos datos fueron registrados y analizados en el programa estadístico SPSS, llegando a evidenciar la relación directa y significativa entre los reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara.

La conclusión fue, que el reality show tiene relación con la conducta de los alumnos de quinto de secundaria de dicha institución educativa, esto se comprobó por medio de la correlación de Rho de Spearman, que fue de 0,780 y de acuerdo al baremo de estimación, existe una correlación significativa.

Finalmente recomiendo a los estudiantes, que evalúen bien, en la elección del programa que visualizan, ya que no siempre un programa entretenido es bueno para la formación de su conducta. Además, el reality show no les aporta nada en lo personal, educativo y cultural.

**Palabras clave:** reality show, televisión, conducta

## **ABSTRACT**

The following research work aimed to determine the relationship between the reality show and the behavior of fifth-year students of the I.E.N Ricardo Palma in Santa Clara, 2019.

For this research, the correlational level, quantitative approach, basic type, with a cross-section and non-experimental design was used. The population is made up of 50 fifth-grade students, to whom a data collection instrument was applied, which was validated through rigorous expert judgment. These data were recorded and analyzed in the SPSS statistical program, showing the direct and significant relationship between reality shows and behavior in fifth grade students of the I.E.N Ricardo Palma, Santa Clara.

The conclusion was that the reality show has a significant relationship with the behavior of the fifth grade students of said educational institution, this was verified by means of the Rho de Spearman correlation, which was 0.780 and according to the estimation scale, there is a significant correlation.

Finally, I recommend that the students evaluate well in the choice of the program they visualize, since an entertaining program is not always good for the formation of their behavior. In addition, the reality show does not contribute anything to them personally, educationally and culturally.

**Keywords:** reality show, television, behavior

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente la televisión se ha transformado en un medio de comunicación e información, que ha logrado incursionar en los hogares peruanos, llegando a convertirse en una necesidad, sea porque nos mantiene actualizados de lo que ocurre dentro y fuera de nuestro país, o por qué nos entretiene con las distintas programaciones que presenta, a pesar que es uno de los medios más comerciales, no podemos olvidarnos de la fuerte influencia y manipulación que ésta genera, y justamente es esto lo que debería preocupar a la sociedad, debido a ciertos contenidos que se difunden sin control de quienes lo pueden visualizar, dentro de los cuales se encuentra este no nuevo, pero entretenido formato televisivo.

El reality show, se estrenó en Estados Unidos en los años 40, con el programa "Candy Camera", un reality show de cámara escondida, para luego incursionar en los certámenes de belleza, poco a poco fue aumentando la teleaudiencia, para que posteriormente sea imitado en otros países, en los 70, el reality shows iba innovando en nuevas propuestas televisivas. Se iniciaron los programas concurso, con premios, viajes y regalos, donde cada vez era más numerosa la participación de nuevos personajes y el protagonismo de los mismos, se estaba creando lo que luego llamaríamos la sobre exposición de la vida privada.

En el Perú, el reality show incursionó en los años 90, en una época donde el país afrontaba una crisis política muy fuerte, esto género que la sociedad centrara su atención a este nuevo y entretenido formato, con la intención de evadir los problemas sociales que se presentaban. El reality show, en nuestro país ha generado distintas opiniones y críticas, esto debido a la falta de verificación a la hora de difundir sus contenidos.

Hoy en día la televisión peruana expone, de manera abierta este formato de entretenimiento, que genera impacto en la sociedad, por la rápida aceptación que tiene, según Concor TV (consejo consultivo de radio y televisión) los programas que prefieren los infantes y adolescentes, de nuestro país, son programaciones estilo reality show.

Debido a su variedad de programación Fernández. (2014) califica a la televisión como un medio de comunicación familiar, de hecho, lo encontramos

clasificado en A, B y C es decir para niños, para mayores de 14 y mayores de 18, respectivamente. Con esta clasificación se busca un control de los contenidos transmitidos, sin embargo, la realidad es otra, ya que no se cumplen estos requerimientos.

La variedad de programación que presenta la televisión, muchas veces no son controlados y esto puede generar diversos daños emocionales en los niños y adolescentes, esto porque son justamente ellos, quienes suelen pasar la mayor parte del tiempo, frente a una pantalla y además tienen gran preferencia en los programas de entretenimiento.

Para la investigación se planteó el siguiente problema:

**Problema general:**

- ¿Qué relación existe entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019?

**Problemas específicos:**

- ¿Cómo se relaciona el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019?
- ¿Cómo se relaciona el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019?
- ¿Cómo se relaciona el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019?

Esta investigación encontró su **justificación teórica** en dar a conocer a los padres, maestros y directivos de la I.E.N Ricardo Palma, los efectos que puede generar en la formación de la conducta de los estudiantes que visualizan continuamente programas estilos reality show.

Mientras que la **justificación práctica**, busca facilitar las publicaciones sobre la investigación, del reality, además permitirá conocer de manera científica cómo se relaciona tanto positiva como negativamente, en la conducta de los adolescentes consumidores de este tipo de programa.

Para la **justificación metodológica**, el presente estudio pretende fomentar la investigación hacia un enfoque cuantitativo, se fabricó una herramienta de recolección de datos, este instrumento, se empleará para coleccionar datos referentes a las variables y esta información permitirá la ayuda metodológica a otros investigadores.

El **objetivo general** fue:

- Determinar la relación que existe entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

Los **objetivos específicos**:

- Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.
- Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019
- Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

La **hipótesis general** que se planteó fue:

- existe relación significativa entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

A continuación, las **hipótesis específicas**:

- Existe relación directa entre el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019
- Existe relación directa entre el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.
- Existe relación directa entre el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel nacional la investigación encontró respaldo en los siguientes estudios.

Espinoza. (2017), *Valores y antivalores del reality show combate en estudiantes del primer grado de secundaria, I.E. Alfonso Ugarte N° 88021, Nuevo Chimbote-2017, tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Chimbote, Perú*; cuyo objetivo fue detectar los valores positivos y negativos que genera el reality Combate en los estudiantes. La investigación tiene un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, con una población de 111 alumnos. La investigación concluye, que el programa Combate no presenta valores positivos para su crecimiento emocional de los alumnos.

Herrera. (2016), *Representaciones sociales del programa televisivo combate y la adquisición de estereotipos de belleza en los adolescentes de 11 a 16 años del C. E. P San Agustino los Olivos, 2016, tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Perú*; cuyo objetivo fue determinar los estereotipos de belleza que se muestran el programa Combate y como los adolescente lo entienden y perciben. La investigación presento un enfoque cuantitativo y correlacional. Como conclusión indica que el reality show, afecta en los adolescentes, debido a que pueden tomar como modelos a los concursantes y crear así estereotipos que no son positivos para su crecimiento emocional.

León, Malca. (2014), *La percepción de los reality show combate y esto es guerra y su influencia en el comportamiento de los alumnos de secundaria de las I.E N. 81025 José Antonia Encinas Víctor Larco, tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo, Perú*; cuyo objetivo fue comprobar la influencia de los reality shows en el comportamiento de los estudiantes. El diseño es no experimental, cuantitativo y correlacional, la muestra es de 238 alumnos, la conclusión fue que los programas causan una mala influencia en los adolescentes.

Mientras que a nivel internacional nuestra investigación se apoyó en las siguientes investigaciones:

Balcázar. (2017), *Influencia de los programas reality show en el desempeño académico de los jóvenes estudiantes de 12 a 17 años de edad, del colegio DR. Juan Francisco Ontaneda*, tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Loja, Ecuador; Cuyo objetivo fue determinar el nivel de influencia frente a estos programas especialmente Calle 7 y Combate, el enfoque que se planteo fue cuantitativo, correlacional, la población está constituida por 130 estudiantes. La investigación concluye, en que los reality show no aportan nada positivo en la formación académica ni emocional, de los alumnos de secundaria.

Martínez. (2016), *Los reality shows y las regulaciones establecidas por la ley orgánica de comunicación del Ecuador*, tesis de licenciatura, Universidad Vicente Rocafuerte Guayaquil, cuyo objetivo general fue evaluar el contenido de los reality shows de Guayaquil y su concordancia con la Ley Orgánica de Comunicación, la investigación maneja el enfoque cualitativo y cuantitativo, diseño no experimental, nivel deductivo, la población está conformada por 172 adolescentes. La conclusión que presenta la investigación es que los programas de reality de competencia que se transmiten en la televisión del país, no aportan nada en el desarrollo cultural, enseñanzas, valores y principios de los jóvenes.

Liberio. (2015), *Análisis de la influencia de los realty shows nacionales en la formación de estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil*, tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil, Ecuador; cuyo objetivo fue conocer de qué manera influye la televisión ecuatoriana y los estereotipos sociales que se presentan mediante los personajes o famosos, presenta un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal. La investigación concluyo, en que los adolescentes son muy influenciados a los medios y suelen cambiar constantemente de idea.

El presente trabajo de investigación, está relacionada a distintas **teorías** del campo de la comunicación, estas son:

**La teoría del cultivo**, esta teoría fue fundamentada por George Gerbner, y menciona que consecuencias trae el consumo desmedido de los medios de comunicación, especialmente en situaciones donde se pueden observar acciones

de violencia. También menciona que los medios de comunicación, expone una realidad distorsionada de la verdad.

Esta teoría está muy vigente en nuestra actualidad, ya que la televisión es uno de los medios más sintonizados, dentro de nuestra sociedad, que muchas veces no tiene el control necesario de lo que difunden.

Del mismo modo, el **modelo de Maleztkke**, concibe a la comunicación como un tipo de proceso psicosocial que son influenciados por conceptos básicos propios, el mensaje se envía a través del medio, tanto el mensaje como el medio tienen consecuencias psicológicas en la persona y esta suele obedecer a la presión del mensaje y de su contenido, así como las exigencias del medio (Aguado, 2004, p. 205), esto nos trata de decir, que la relación entre el receptor y el emisor tiene que someterse a procesos psicosociales dentro de un contexto influenciados por aspectos o conceptos.

Desarrollo del enfoque contextual de la variable de **reality show**: es un nuevo formato televisivo, donde personas comunes del día a día, tienen oportunidad de darse a conocer, para pertenecer a ese mundo excitante que te da la pantalla chica, los personajes y sus historias son tomadas de la vida real, y este, estará dispuesto a desempeñar el papel principal, aun cuando esto implique exponer su vida privada, ya que la exposición le dará fama (efímera) gracias al estatus brindado por los medios (Herrera, 2014, 19).

Muchas veces las personas que expone su vida en los reality show, buscan fama, ser reconocidos mediáticamente, así esto sea favorable o perjudicial para ellos, la verdadera intención es lograr tener notoriedad en los medios. El reality show busca a la vez entretener a la teleaudiencia con un nuevo y entretenido formato, que muestre la convivencia de las personas que laboran en dicho programa.

Desarrollo contextual de **género audiovisual**, primera dimensión de reality show. Nació para delimitar las distintas modalidades literarias, en la actualidad también la usamos para clasificar los distintos productos que nos ofrecen los medios audiovisuales, es un conjunto de características formales, que son comunes

en la visión que maneja los programas, según el cual pueden ser agrupados bajo la misma categoría general (Poveda, 2014, p.98).

“El género audiovisual se acomoda a distintos contextos, dependiendo del lugar, momento o limitaciones que presente la producción, contiene toda la información necesaria para la estructura de los programas, de esta manera el formato se puede vender y producir en otro lugar y tiempo, logrando que el contenido sea adaptado a las características de cada mercado televisivo actual” (Guerrero, 2014, p. 240).

El reality show, es una combinación de géneros que busca entretener, comprenden múltiples variaciones que crean un macro género o macro programa, para así lograr un mayor entendimiento y conexión con la audiencia. El género audiovisual, que presenta el reality es un híbrido de distintos géneros que maneja el reality show, como son el entretenimiento, que tiene como finalidad la distracción o el género docudramático que busca exponer temas banales, que pueden ser de hechos reales o irreales, le da prioridad al espectáculo y trata de convertir al espectador en un voyeur (observador), (Orza, 2018, párr. 2).

Desarrollo contextual de **contenidos**, segunda dimensión de la variable de reality show. Los contenidos en la televisión dependen en gran parte de la reacción del espectador, los canales miden la influencia con sus programas y sobre todo con el comportamiento del público, del cual también forman parte los niños y adolescentes que no tienen un debido control de lo que visualizan (Bueno, 2017, p. 121).

Esto es Guerra, es un programa estilo reality creado en el Perú, con la intención de competir con el desaparecido programa “Combate” que en esos años era el furor de sintonía de las tardes noches, este novedoso programa no solo logro penetrar en los hogares peruanos si no que logro vender su formato televisivo a otros países y a la vez seguir creciendo y lograr derrotar a las diferentes competencias que se le abría en el camino, teniendo en la actualidad más 19 temporadas y siendo uno de los programas con más sintonía y seguidores.

Sin embargo, a lo largo de su trayectoria ha presentado diversas críticas por las distintas exhibiciones que se muestran en un horario de protección, y que

ha llegado a generar marchas para el cierre del programa, tras distintas polémicas en torno a sus juegos de competencia o por ciertas actitudes mostradas por parte de sus concursantes.

“El Artículo 14 de nuestra Constitución, detalla que los medios televisivos deben favorecer con la educación y la formación cultural de la población. La Ley menciona que los productos de radiodifusión sonora y televisión de señal abierta, deben poner más rigor, en el respeto al código de ética y a la protección del horario familiar” (Villegas, 2016, p.7).

Lo que busca esta ley, es un debido control de las distintas programaciones que expone la televisión abierta, en función a una mejor interpretación de los televidentes, ya que los niños y adolescentes son los que pasan mayor tiempo delante de la pantalla y ellos pueden interpretar mal lo mostrado, el reality se encuentra dentro de la parrilla de protección al menor, el horario es entendido entre las 6.00 y 20.00 y el programa debe evitar los contenidos de violencia, imágenes y audios que puedan causar algún daño.

Desarrollo del enfoque conceptual de la variable de **conducta**: La televisión directa o indirectamente influye en los televidentes muchas de las veces moldeando su forma de ser ante la sociedad, la televisión tiene la capacidad de formar patrones de conducta, la televisión es una de las fuentes de imitación más fuertes en las culturas modernas (Sandoval, 2014, p. 218).

De esta manera podemos indicar que los niños y adolescentes están muy lejos de renunciar la televisión, ya que pasan más tiempo delante de este aparato, porque simplemente los entretiene. Demostrando de esta manera la fuerte influencia que la televisión está generando en la conducta de las personas que la visualizan, especialmente los programas estilo reality show, que no solo busca entretener si no generan un vínculo con sus televidentes y esto puede ocasionar que el adolescente imite ciertos patrones de conducta que se muestran en estos programas.

Desarrollo conceptual de **conducta pasiva**, primera dimensión de la variable de conducta: Está relacionado a la incapacidad de poder expresarse con

libertad de poder brindar una opinión, suelen disculparse de todo y por todo. Una persona pasiva trata siempre de evitar conflictos al precio que sea, no les gusta confrontar las cosas ni ser confrontado, no refleja sus necesidades que pueda tener y termina sintiéndose marginado o aislándose de la sociedad y mostrándose irritado por la carga de frustración acumulada, refugiándose así al medio digital y claro a la televisión y a estos distintos programas que se muestran en ella.

Los programas de televisión generan una falta de comunicación por parte de los niños y adolescente, dado a su conducta pasiva, esto facilita la poca interacción activa con las personas que lo rodean, La televisión contribuye a un mecanismo pasivo de respuesta cerebral, que favorece entrar más rápido al mundo ilusorio que le ofrece este medio de comunicación (Portal ABC, 2015, párr. 2)

La televisión al ser un medio de entretenimiento, ocasiona la poca interacción de los adolescentes, generando una dependencia que en cierta forma los aísla y contribuye que ellos prefieran estar frente a la pantalla, que, socializando con el exterior, sin darse cuenta que lo que realmente nuestra, este tipo de programas son contenidos mediocres que no favorecen en su crecimiento emocional.

Para Sust. (2016), la televisión, anteriormente era la caja tonta y ahora es la caja de la mediocridad, lo que se muestra en ella, no es de sorprender. Y las personas que se presentan en dicho programa, en alguno de los casos se dejan influenciar demasiado por el dinero y el miedo, se ensucian las manos de tal forma, que luego les es imposible echarse atrás Mi querida caja tonta, te han convertido en un sitio antinatural, frío, y mediocre. (párr. 1)

Desarrollo conceptual de **conducta adquirida**, segunda dimensión de la variable de conducta: Los niños y jóvenes, está directamente relacionada con los medios de comunicación, donde se encuentra la televisión y las diferentes programaciones que maneja, este aparato busca marcar estímulos en las personas desde la forma de hablar, vestir hasta la manera de actuar ante ciertas situaciones.

“La televisión se ha transformado en el medio más influyente y esto ocasiona el incremento de distintos patrones de conducta en la teleaudiencia, los infantes y

adolescentes del mundo han crecido simultáneamente con el progreso del mercado televisivo. Los distintos estudios mencionan que existe una relación, entre televisión y la conducta” (Sandoval, 2015).

El reality, al ser una de las emisiones televisivas más populares y visualizadas por los niños y adolescentes de nuestro país, ha logrado marcar tendencia, esto debido a que los personajes de dicho programa suelen ser jóvenes de apariencia simpática y que fácilmente genera popularidad, en cierto sector de nuestra sociedad, esto logra que los niños y adolescentes imiten, a lo que ellos llaman ídolos de televisión.

Un artículo elaborado por Concor TV indica que el 52% de los adolescentes de 12 a 16 años aspiran ser protagonistas de los reality show. Este estudio comprueba que los niños y adolescentes buscan imitar a sus personajes de televisión y esto puede generar distintos trastornos de aprendizaje por la poca concentración que presentaran, o tal vez otros trastornos como alimenticios, esto por buscar tener la figura de los concursantes que ven en la pantalla chica. Esto es Guerra al ser uno de los programas más vistos, logra generar impacto en los adolescentes y esto con lleva a que ellos busquen parecerse a sus ídolos juveniles.

Desarrollo conceptual de **conducta agresiva**, tercera dimensión de la variable de conducta: Busca someter los derechos de los demás, pueden lastimar a otro individuo mediante las humillaciones, amenazas, insultos e incluso ataques físicos. Las personas que se muestran agresiva siempre usan el sarcasmo y la ironía, las consecuencias resultan siempre negativas incluso para el agresor.

Los adolescentes que ven constantemente los programas en donde la agresión es visualizada de forma muy real, tienen más posibilidad de repetir lo que observan y considerar que lo que se presenta es lo correcto (Ruiz, Peña y Marín, 2014, párr. 3).

Los adolescentes pasan un tiempo considerado frente a una pantalla, visualizando las distintas programaciones que presenta, puede ocasionar una poderosa influencia en la formación del carácter y conducta, ya que muchos

programas de televisión presentan un alto índice de violencia y estos puede generar que el individuo se identifique con la víctima o victimario o considerar que lo que se presenta en dicho programa es lo correcto.

Según Bringas (2017), la televisión tiene efectos directos en los niños y adolescentes, puede generar actos agresivos, imitando lo visto en pantalla, como un modelo a seguir, ya los contenidos presentados no tienen cierto control en el lenguaje de sus participantes. (p.10)

Este formato televisivo, muchas veces no controla lo que difunde, siendo una plataforma que los niños y adolescentes tienen facilidad y accesibilidad de ver, para ellos lo que trasmite es entretenido y los divierte, pero cuando estos comienzan a imitar el lenguaje que se manejan, tanto los conductores como los participantes, es cuando empiezan los problemas ya que pueden lastimar psicológica o físicamente a las personas que los rodea, ya que ellos no son conscientes de que lo que presenta el programa.

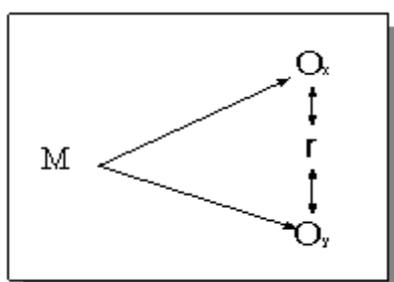
### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**Enfoque cuantitativo**, según Hernández, Fernández y Baptista. este enfoque es secuencial y probatorio, es decir pasa por etapas, en una de estas etapas se generan las hipótesis que son demostradas a través de un proceso estadístico que definirán cual es el veredicto final, ósea si se acepta la hipótesis alterna o nula (p.36). El enfoque cuantitativo busca comprender mediante el análisis de recolección de datos, contrastar la hipótesis con el análisis estadístico.

**Tipo de investigación aplicada**, tiene como fin resolver problemas en un tiempo corto, su fin es buscar solución que se detecten en el área a investigar y no al desarrollo de teorías y sus resultados,

Para el diseño, se usó el **diseño no experimental**, y nos dicen que en este no se manipulan las variables a propósito, para ver qué consecuencia trae sobre otra variable (Hernández et al, 2014. p.152), es decir que en la investigación sólo recogeremos datos del resultado que ha tenido una variable sobre otra en los individuos para analizarlo y obedeció el siguiente esquema.



#### Dónde:

- M Muestra
- V1 Reality show
- V2 Conducta

En cuanto al corte, es **transversal**. Según Hernández et al. (2014), el corte transversal recoge información en un solo período o tiempo, tiene la intención de describir la variable y examinar los hechos en un momento único (p.154). Esto quiere que decir la investigación solo se lleva a cabo en un periodo determinado para analizar qué relación y efectos tuvieron las variables en ese tiempo.

Finalmente, la investigación presento un **nivel correlacional**, que tuvo como fin saber el nivel de relación que hay entre dos o más variables en un ambiente específico, para conocer el nivel de vinculación se midió cada variable, luego se cuantificaron, analizaron y finalmente se establece qué relación hay entre ambas (Hernández, et al. 2014. p. 93).

### **3.2. Variables y operacionalización:**

#### **Variable independiente: el reality show**

**Definición conceptual:** es programa basado en la exhibición de temas, vivencias y conflictos íntimos real o provocados, nos infiere a un tipo de género docudramático, donde nos muestra diferentes modalidades temáticas diarias, exageradas y de sentimientos. (Gordillo, 2015, p. 183)

**Definición operacional:** el reality show interviene en un nuevo formato televisivo, donde personas, tienen oportunidad de darse a conocer, los personajes y sus historias son tomados de la vida real, y este, estará dispuesto a desempeñar el papel principal, aun cuando esto implique exponer su vida privada.

Las dimensiones que se usó para la variable independiente fue, el género audiovisual y contenido, los indicadores que se usaron para la dimensión 1 fue, el entretenimiento y docudrama, mientras que para la segunda dimensión fue, horario, concursos y juegos y controversias.

#### **Variable dependiente: Conducta**

**Definición conceptual:** la televisión tiene la capacidad de modelar patrones de conducta, la televisión es una de las fuentes de imitación más fuertes en las culturas modernas (Gordillo, 2015, p. 218)

**Definición operacional:** la televisión en la actualidad es uno de los medios más sintonizados, esto puede llevar a ciertos cambios en las personas que lo visualizan y más cuando no hay un debido control o supervisión.

Las dimensiones que se usaron para la variable dependiente fueron, conducta pasiva, conducta adquirida y conducta agresiva, mientras que el indicador para la primera dimensión fue: dependencia y mediocridad, para la segunda dimensión fue: imitación y trastornos y finalmente para la tercera dimensión fue: agresión verbal y física.

**Escala de medición,** se uso fue la escala de Likert, según Hernández et al. Consiste en un conjunto de ítems, mostrados en forma de aseveraciones o juicios, de las cuales se miden las reacciones de los participantes. (p. 238), las alternativas que se mostró en el instrumento fueran de escala ordinal y so: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **Población:**

Hernández et al. (2014), menciona que la población es un conjunto de cuestiones que tienen o coinciden con similares características (p. 174), entonces concuerdan entre sí por determinadas especificaciones. Así pues, la presente investigación conto con una población censal conformada por 50 estudiantes de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, está información se obtuvo de registros académicos de dicha institución.

#### **Criterios de inclusión**

Alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma, que visualizan este programa de televisión.

#### **Criterios de exclusión**

Alumnos que forman parte de esta institución pero que están en grados inferiores.

#### **Unidad de análisis:**

Está conformada por alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma que visualizan el reality Esto es Guerra, ya que la investigación busca conocer como este programa puede influir en la formación de su conducta.

### 3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos

La **encuesta**, es un conjunto de procedimientos o recursos que son utilizados para una labor, arte, ciencia o actividad; además esta utiliza un conjunto de normas, reglas, pasos o protocolos para un objetivo a obtener.

Esta técnica nos permite recolectar información a través del cuestionario (Lopez y Fachelli, 2015, p. 8). La técnica usada en la investigación fue la encuesta, la cual mostró la información para responder las preguntas de la investigación.

Hernández et al. (2014), nos mencionan que el **cuestionario** es un instrumento que se usa para registrar datos o información sobre las variables. (p. 199). Esto quiere decir que el cuestionario se materializa en preguntas enfocadas en obtener datos que nos ayude a entender nuestra problemática y así descartar o afirmar nuestras hipótesis. El cuestionario de esta investigación consta de 14 ítems y fue elaborada sobre la base a los indicadores que se desprendieron de las variables, y la escala que se utilizó fue estilo Likert.

Se entiende por **validez** un grado referido, en que un instrumento evalúa la variable que se pretende calcular, en el presente trabajo, la validez se realizó a través del juicio de expertos, donde observaron si el cuestionario es factible para recoger la información.

**Tabla 1.** Nombre de expertos

Experto	EL Reality show			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Claridad	
Mg. Gregorio Martín Falconi	si	si	si	Aplicable Aplicable Aplicable
Vallejos	si	si	si	
Mg. Jack Navarro Chang Mg. Luis Chávez Ramos	si	si	si	
	Conducta			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Relevancia	
Mg. Gregorio Martín Falconi	si	si	si	Aplicable Aplicable Aplicable
Vallejos	si	si	si	
Mg. Jack Navarro Chang Mg. Luis Chávez Ramos	si	si	si	

Fuente: elaboración propia

La **confiabilidad** según Hernández et al. (2014) es una herramienta de grado de precisión o exactitud del mismo en el uso de su aplicación con diferentes

sujetos y produce resultados parecidos. Hay diversas instrucciones para medir la confiabilidad de un instrumento. La presente investigación utilizó el alfa de cronbach para determinar su confiabilidad.

**Tabla 2.** *Coeficiente de confiabilidad*

<b>Coeficiente</b>	<b>Relación</b>
0,00 a +/- 0,20	Despreciable
0,20 a 0,40	Baja o ligera
0,40 a 0,60	Moderada
0,60 a 0,80	Marcada
0,80 a 1,00	Muy Alta

Fuente: Valderrama (2014)

Resultados de la prueba de confiabilidad por variable:

**Tabla 3** *Confiabilidad de la variable 1: el reality show*

<b>Estadística de fiabilidad</b>	
Alfa de cronbach	N. de elementos
,820	8

Fuente: elaboración propia

Para determina la confiabilidad de la primera variable se usó el alfa de cronbach. Aplicado en el SPSS25, esto evidencia que existe una alta confiabilidad de 0.820 de la variable.

**Tabla 4:** *confiabilidad de la variable 2: Conducta*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de cronbach	N. de elementos
,819	6

Fuente: elaboración propia

La siguiente tabla indica que, la confiabilidad del alfa de cronbach, es de 0.819 esto nos dice que es una prueba fuerte de confiabilidad en la segunda variable.

### **3.5. Procedimiento**

El recojo de información se hizo de manera virtual debido al aislamiento social por el virus Covid- 19, para el procesamiento se utilizaron técnicas de clasificación de información y tabulación de datos. Los resultados arrojados fueron producto del programa IBM SPSS 25.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Se recogió los datos a través del instrumento (encuesta), luego se pasó a tabular en Excel y finalmente se derivó al programa IBM SPSS25 donde los datos arrojaron las tablas y los gráficos.

Luego se usó la estadística descriptiva, para reducir la información y hacerla más sencilla y presentable, comúnmente emplea cuadros, gráficos y tablas para la mejor comprensión. Mientras que la estadística inferencial, nos ayudó a estudiar y analiza los datos de una población a partir de una muestra extraída.

### **3.7. Aspectos éticos**

El trabajo de investigación se desarrolló de acuerdo al esquema de tesis propuesta por la Universidad, es preciso indicar que la investigación hace uso de las referencias y citas, en donde aparecerá de donde proviene la información que fue recopilada, para este trabajo se utilizó el formato APA y su autenticidad fue validada a través del Turniti.

## IV RESULTADOS

### Análisis Descriptivos

En este capítulo, se han colocado las tablas de frecuencia y los gráficos que han sido resultado de la información recogida.

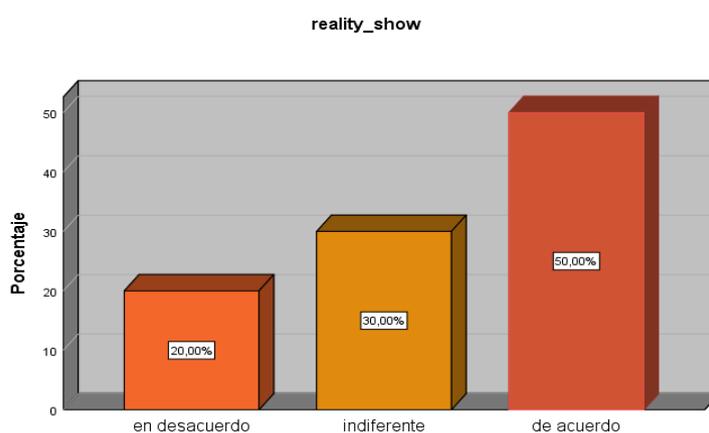
#### Variable 1: el reality show

Determinar la relación que existe entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

**Tabla 5.** Análisis descriptivo de reality show

El reality show					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	En desacuerdo	10	19,6	20,0	20,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	29,4	30,0	50,0
	De acuerdo	25	49,0	50,0	100,0
	Total	50	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,0		
Total		51	100,0		

Fuente: elaboración propia



*Figura 1.* Representación gráfica de reality show

**Interpretación:** Según los datos de la encuesta que se realizó en el colegio Ricardo Palma a 50 estudiantes, se dio a conocer que 50 % están de acuerdo con que sí reconocen al reality show, sin embargo, un 30% marco la opción ni de acuerdo ni

en desacuerdo y solo el 20% se mostró desacuerdo, en que reconocen este tipo de programación.

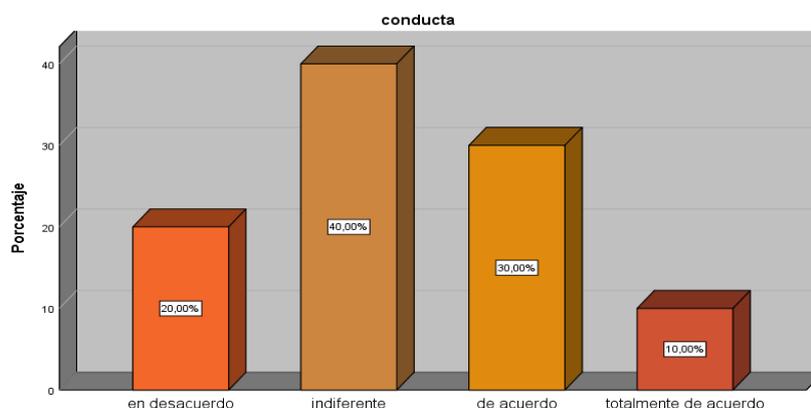
### Variable 2: conducta

Determinar la relación que existe entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

**Tabla 6.** Análisis descriptivo de conducta

		Conducta			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	10	19,6	20,0	20,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	39,2	40,0	60,0
	De acuerdo	15	29,4	30,0	90,0
	Totalmente de acuerdo	5	9,8	10,0	100,0
	Total	50	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,0		
Total		51	100,0		

Fuente: elaboración propia



**Figura 2.** Representación gráfica de conducta

**Interpretación:** De los resultados conseguidos de las encuestas realizadas a los estudiantes de dicha institución, se puede sacar los siguientes resultados, el 20% se mostró en desacuerdo en que este programa los afecte, asimismo un 40% marco la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado, un 30% está de acuerdo y

solo un 10% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que este tipo de programación si perjudique en la formación de su conducta.

## Dimensiones

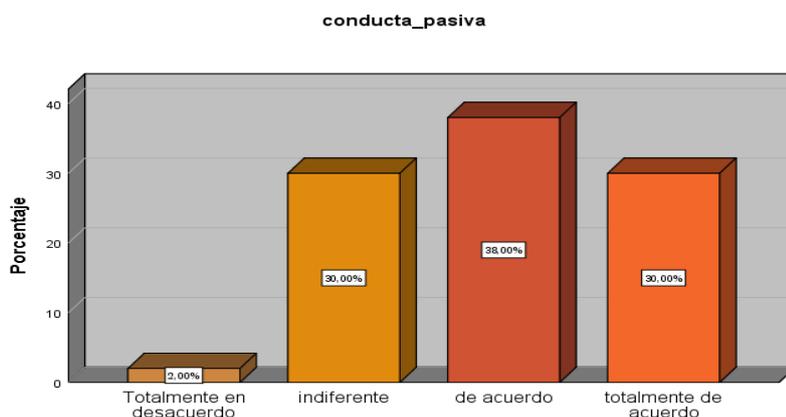
### Dimensión 1: Conducta pasiva

Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

**Tabla 7.** Análisis descriptivo de conducta pasiva

Conducta pasiva					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	29,4	30,0	32,0
	De acuerdo	19	37,3	38,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	15	29,4	30,0	100,0
	Total	50	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,0		
Total		51	100,0		

Fuente: elaboración propia



**Figura 3.** Representación gráfica de conducta pasiva

**Interpretación:** Según el gráfico, el 2% de los encuestados seleccionaron totalmente en desacuerdo, el 30 % marco la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte, el 38% y el 30% eligieron de acuerdo y totalmente de acuerdo

respectivamente. Esto determina que gran parte de los encuestados consideraron que la conducta pasiva está relacionada con el programa.

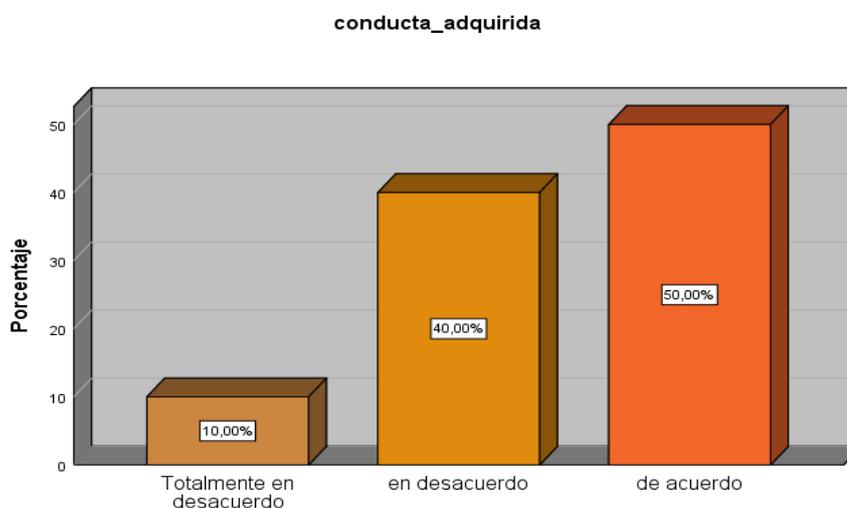
## Dimensión 2: Conducta adquirida

Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

**Tabla 8.** Análisis descriptivo de conducta adquirida

Conducta adquirida					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	9,8	10,0	10,0
	En desacuerdo	20	39,2	40,0	50,0
	De acuerdo	25	49,0	50,0	100,0
	Total	50	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,0		
Total		51	100,0		

Fuente: elaboración propia



**Figura 4.** Representación gráfica de conducta adquirida

**Interpretación:** En los resultados conseguidos de las encuestas realizadas a los estudiantes, el 10% y el 40% de los encuestados marcaron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo respectivamente, mientras que el 50% de los encuestados están de acuerdo en que la conducta adquirida tiene relación con dicho programa.

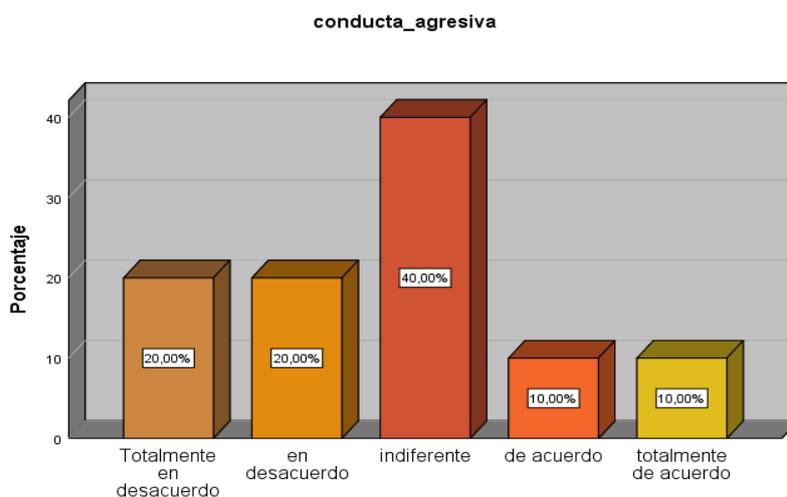
### Dimensión 3: Conducta agresiva

Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

**Tabla 9.** *Análisis descriptivo de conducta agresiva*

Conducta_agresiva					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	19,6	20,0	20,0
	En desacuerdo	10	19,6	20,0	40,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	39,2	40,0	80,0
	De acuerdo	5	9,8	10,0	90,0
	Totalmente de acuerdo	5	9,8	10,0	100,0
	Total	50	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,0		
Total		51	100,0		

Fuente: elaboración propia



**Figura 5.** *Representación gráfica de conducta agresiva*

**Interpretación:** En los resultados adquiridos de las encuestas realizadas a los estudiantes de dicha institución, el 20% de los encuestados marcaron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo respectivamente, mientras que el 40% marco la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 10% está de acuerdo y en totalmente de acuerdo con que la conducta agresiva tiene relación con dicho programa.

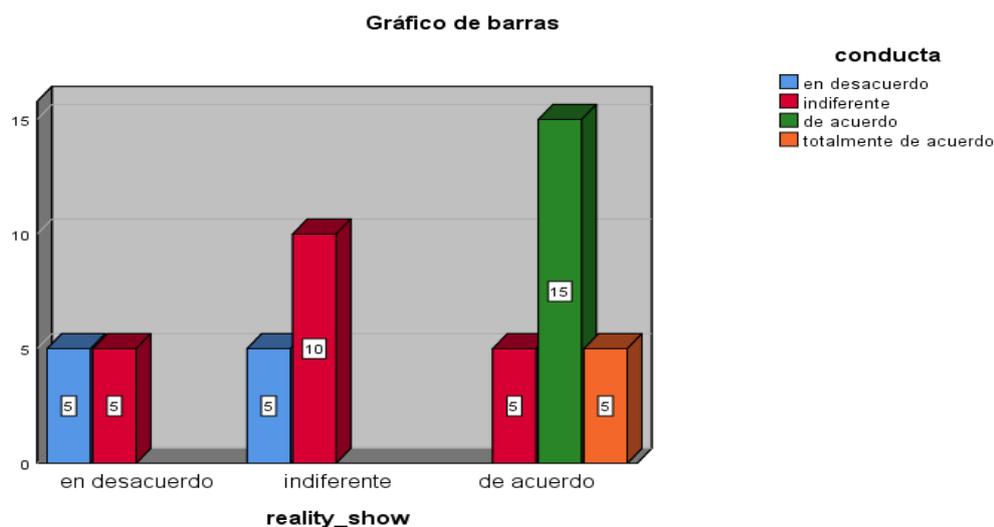
## Tablas cruzadas

Tabla cruzada V1\*V2

**Tabla 10.** Tabla cruzada (Reality show \*Conducta)

Tabla cruzada de reality show*conducta							
			Conducta				Total
			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
El reality show	En desacuerdo	Recuento	5	5	0	0	10
		% del total	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	5	10	0	0	15
		% del total	10,0%	20,0%	0,0%	0,0%	30,0%
	De acuerdo	Recuento	0	5	15	5	25
		% del total	0,0%	10,0%	30,0%	10,0%	50,0%
Total		Recuento	10	20	15	5	50
		% del total	20,0%	40,0%	30,0%	10,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia



**FIGURA 6.** Representación gráfica de la tabla cruzada de reality show y conducta

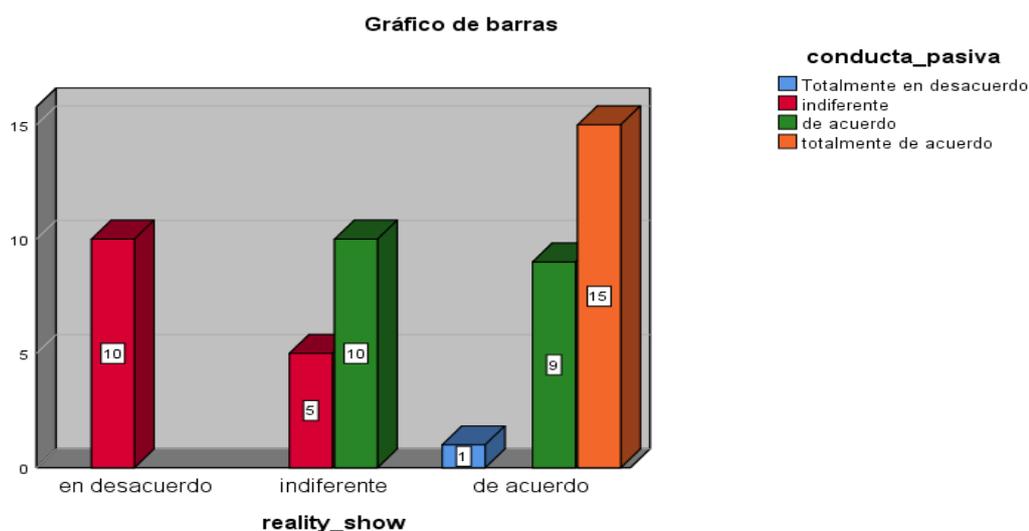
**Interpretación:** según el gráfico podemos observar que, el 30% de los encuestados está de acuerdo con la variable de reality show y también con la variable de conducta, el 20% marcó la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo para ambas variables, y solo el 10% indicó estar en desacuerdo con ambas variables mientras que otro 10% marcó la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo con la primera variable, pero en desacuerdo con la variable de conducta. Eso quiere decir que si hay una relación entre el reality show y la conducta de alumnos de quinto de secundaria de dicha institución.

Tabla cruzada V1\* D1

**Tabla 11. Tabla cruzada (Reality show\*Conducta pasiva)**

Tabla cruzada de reality show*conducta pasiva							
			Conducta pasiva				Total
			Totalmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
El reality show	En desacuerdo	Recuento	0	10	0	0	10
		% del total	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	5	10	0	15
		% del total	0,0%	10,0%	20,0%	0,0%	30,0%
	De acuerdo	Recuento	1	0	9	15	25
		% del total	2,0%	0,0%	18,0%	30,0%	50,0%
Total		Recuento	1	15	19	15	50
		% del total	2,0%	30,0%	38,0%	30,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia



*Figura 7.* Representación gráfica de tabla cruzada de reality show y conducta pasiva

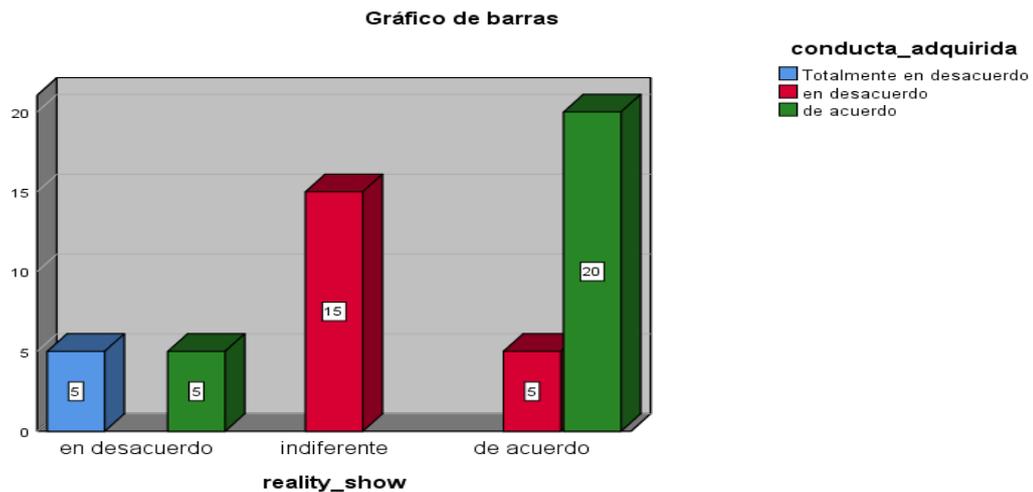
**Interpretación:** según el gráfico podemos observar que, el 30% de los encuestados está de acuerdo con la variable de reality show y totalmente de acuerdo con la dimensión de conducta pasiva, el 20% marcó la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo para la primera variable y de acuerdo para la primera dimensión, mientras que un 18% marcó la opción de acuerdo para la variable y la dimensión, y solo el 10% marcó la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo para la variable y la dimensión.

Tabla cruzada V1\* D2

**Tabla 12.** Tabla cruzada (Reality show\*Conducta adquirida)

Tabla cruzada de reality_show*conducta_adquirida						
			Conducta_adquirida			Total
			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	
El reality show	En desacuerdo	Recuento	5	0	5	10
		% del total	10,0%	0,0%	10,0%	20,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	15	0	15
		% del total	0,0%	30,0%	0,0%	30,0%
	De acuerdo	Recuento	0	5	20	25
		% del total	0,0%	10,0%	40,0%	50,0%
Total		Recuento	5	20	25	50
		% del total	10,0%	40,0%	50,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia



*Figura 8.* Representación gráfica de tabla cruzada de reality show y conducta adquirida

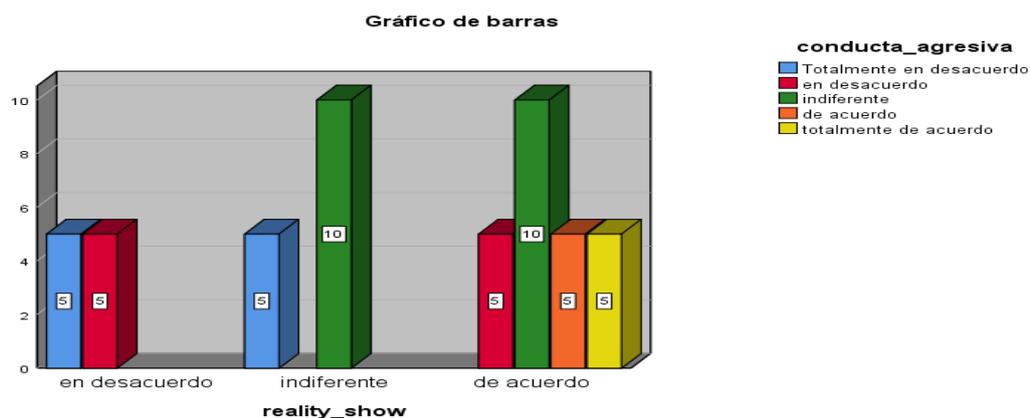
**Interpretación:** según el gráfico podemos observar que, el 40% de los encuestados está de acuerdo con la variable de reality show y la dimensión de conducta adquirida, el 30% marcó la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo para la primera variable y en desacuerdo para la segunda dimensión, mientras que un 10% marcó la opción en desacuerdo para la variable y totalmente desacuerdo para la dimensión.

Tabla cruzada V1\* D3

**Tabla 13. Tabla cruzada (Reality show\*Conducta agresiva)**

Tabla cruzada de reality_show*conducta_agresiva								
			Conducta_agresiva					Total
			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
El reality show	En desacuerdo	Recuento	5	5	0	0	0	10
		% del total	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	5	0	10	0	0	15
		% del total	10,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	30,0%
	De acuerdo	Recuento	0	5	10	5	5	25
		% del total	0,0%	10,0%	20,0%	10,0%	10,0%	50,0%
Total		Recuento	10	10	20	5	5	50
		% del total	20,0%	20,0%	40,0%	10,0%	10,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia



*Figura 9.* Representación gráfica de tabla cruzada de reality show y conducta agresiva.

**Interpretación:** según el grafico podemos observar que, el 20% de los encuestados está de acuerdo con la variable de reality show y ni acuerdo ni en desacuerdo para la dimensión de conducta agresiva, mientras que un 10% marcó la opción de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo para la primera variable mientras que para la tercera dimensión un 10% para totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente.

## Prueba de hipótesis general

Para contrastar la hipótesis se utilizó la prueba de Spearman debido a que, ambas variables son cualitativas.

**Tabla 14.** Nivel del coeficiente de correlación

Valor	Criterio
0.81 – 1.00	Correlación alta o muy significativa
0.61 – 0.80	Correlación significativa
0.41 – 0.60	Correlación moderadamente significativa
0.21 – 0.40	Correlación baja de escaso significado
0.01 – 0.20	Correlación extremadamente baja o insignificante
0.00	Ninguna correlación

Fuente: Rivas (2014)

Valor de significancia  $\alpha = 0,05$

Regla de decisión:

Si,  $\text{Sig. e} < \text{Sig. i}$ , entonces se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$

Si,  $\text{Sig. e} > \text{Sig. i}$ , entonces se rechaza la  $H_1$  y se acepta la  $H_0$

### Hipótesis general

Existe relación significativa entre el reality show esto es guerra y la conducta de alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma, Santa Clara 2020.

**Tabla 15.** Contrastación de hipótesis general

Correlaciones				
			Reality show	Conducta
Rho de Spearman	Reality show	Coeficiente de correlación	1,000	,780**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Conducta	Coeficiente de correlación	,780**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** En esta tabla podemos ver el resultado del coeficiente RHO de Spearman, donde la relación es 0,780 y de acuerdo al baremo de estimación, existe una correlación significativa. Además, el nivel de significancia es menor a 0,05

como resultado se niega la hipótesis nula (Ho) y aceptamos la hipótesis alterna (H1). Concluimos señalando que, si existe relación significativa entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

**Prueba de hipótesis específicas:**

**Hipótesis específica 1:**

Existe relación directa ente el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2020.

**Tabla 16.** *Contrastación de hipótesis específica 1*

Correlaciones				
			Reality show	Conducta_pasiva
Rho de Spearman	Reality show	Coeficiente de correlación	1,000	,767**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Conducta_pasiva	Coeficiente de correlación	,767**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** La tabla establece que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de 0,767, lo cual demuestra una correlación significativa. Asimismo, se determina que, la significancia es de 0,000, siendo esta menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna. Eso quiere decir que si existe relación directa ente el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

**Hipótesis específica 2:**

Existe relación directa ente el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2020.

**Tabla 17. Contrastación de hipótesis específica 2**

Correlaciones				
			Reality show	Conducta_adquirida
Rho de Spearman	Reality show	Coeficiente de correlación	1,000	,538**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Conducta_adquirida	Coeficiente de correlación	,538**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** La tabla determina que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0,538, lo cual demuestra que la correlación es moderadamente significativa. Además, el nivel de significancia es menor a 0,05 como resultado se niega la hipótesis nula (Ho) y aceptamos la hipótesis alterna (H1). Esto significa que, Si existe relación directa entre el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.

### Hipótesis específica 3:

Existe relación directa ente el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara, 2020.

**Tabla 18. Contrastación de hipótesis específica 3**

Correlaciones				
			Reality show	Cconducta_agresiva
Rho de Spearman	Reality show	Coeficiente de correlación	1,000	,642**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Conducta_agresiva	Coeficiente de correlación	,642**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** En la tabla se observa que la correlación de Spearman es de 0,642, lo cual demuestra que es significativa. Además, el nivel de significancia es menor a 0,05 como resultado se niega la hipótesis nula (Ho) y aceptamos la hipótesis alterna (H1). Esto significa que, Si existe relación directa entre el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma en Santa Clara 2019.

## V. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento, se observa la existencia de consecuencias importantes para la investigación, que deben de ser tomados en cuenta:

En función a los datos obtenidos, la hipótesis general (Existe relación significativa entre el reality show y la conducta en los alumnos), demostró que, se acepta la hipótesis alterna que establece que existe relación entre el reality show y la conducta de los estudiantes.

Estos resultados coinciden con la investigación realizado por; León y Malca (2014), los resultados después del análisis y tabulación permitieron establecer, como conclusión que los reality show de Esto es Guerra y Combate, son negativo en la formación del comportamiento de los estudiantes lo cual comprueba la hipótesis de la investigación.

En lo que concuerda al objetivo del autor que es, determinar la influencia de los reality shows de “Esto es Guerra y Combate” en el comportamiento de los estudiantes de nivel secundario. El problema que se observó en los adolescentes, es que han adoptado las actitudes, lenguaje, valores y comportamiento de los participantes de dicho programa, así mismo los resultados concuerdan con la teoría de cultivo que nos menciona que la televisión no siempre muestra una realidad distorsionada a la verdad y puede confundir a quienes la visualizan.

La hipótesis específica 1, (Existe relación directa entre el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma, Santa Clara 2019). Conforme a los resultados obtenidos mediante la prueba Rho de Spearman se encontró que existe relación directa entre la variable 1 y la dimensión 1. Estos resultados condicen con las investigaciones realizadas por Espinoza (2017), quien demostró que los programas con este formato tienen influencia en la formación y la pasividad de los adolescentes. Esta investigación menciona los valores y antivalores que se muestran en el programa y cómo influye en los adolescentes.

Asimismo, los estudiantes no tienen conocimiento de lo influyente y adictivo que puede ser estos programas dejando de lado inclusive sus responsabilidades como estudiantes.

La investigación concluye con la aceptación de los alumnos, sobre que el programa no presenta valores positivos para su crecimiento emocional mientras que, si los antivalores que en la mayoría fueron encontrados y aceptados por los mismos alumnos, así mismo los resultados concuerdan con la teoría de Maleztkke que nos menciona que muchas veces los programas de televisión generan cambios psicosociales de quienes visualizan.

La hipótesis específica 2 (Existe relación directa entre el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma, Santa Clara 2019). Mediante los resultados obtenidos por la prueba de Rho Spearman se demostró que existe una relación directa entre la variable 1 y la dimensión 2, dicha relación concuerda con Herrera (2016), que indica que el reality show, afecta en los adolescentes, debido a que pueden tomar como modelos a los concursantes y crear así estereotipos que no son positivos para su crecimiento emocional.

Los resultados permitieron evidenciar que los jóvenes se vinculan con estos programas y adoptan los comportamientos que se muestran en la pantalla, sin importar que estos sean negativos y en la mayoría de los casos.

La hipótesis específica 3, (Existe relación directa entre reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N Ricardo Palma, Santa Clara 2019). Acorde a los resultados obtenidos mediante la prueba Rho de Spearman se encontró que existe relación directa entre la variable 1 y la dimensión 3. Estos resultados conciden con las investigaciones realizadas por Balcázar (2017), Quien indica que este tipo de programa no aporta nada positivo en la formación académica ni emocional, de los alumnos de secundaria.

## VI. CONCLUSIONES

1. Después de concluir el presente trabajo de investigación se indica lo siguiente, la presente tesis establece la relación entre los realitys show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma, Santa Clara 2019. por medio de la correlación de rho de spearman que fue de 0,780, lo cual nos indica que la correlación es significativa.
2. A su vez para el primer objetivo específico de la investigación, se concluyó que existe una correlación significativa, con un valor de 0,767 según coeficiente de correlación de Rho de Spearman, de esta manera, se acepta la H1, demostrando la relación entre el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de dicha institución.
3. Para el segundo objetivo específico de la investigación, se concluyó que existe una correlación moderadamente significativa de 0,538 según el coeficiente de Rho Spearman Esto significa que, si existe relación entre el reality show esto y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria.
4. Para finalizar, el tercer objetivo específico de la investigación, se obtuvo que, si existe relación entre el reality show y la conducta de los alumnos de quinto de secundaria, con un grado de correlación de Rho de Spearman de 0,642, lo cual indicó una correlación significativa.

## VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los estudiantes, que evalúen bien en la elección de programa que visualizan, ya que no siempre un programa entretenido es bueno para la formación de su conducta. Además, el reality show no les aporta nada en lo personal, educativo y cultural.
2. Con respeto la conducta pasiva y la relación que tiene con el programa, se recomienda dar un mayor control por parte de los padres de familia o apoderados, brindar la debida atención y estar atentos al tipo de programación que sintonizan, a la vez mantener una comunicación constante de las cosas que realizan y los objetivos que quieren lograr.
3. En cuanto a la conducta adquirida y la relación que tiene con el reality show, se recomienda tener mucho cuidado y estar atentos con los cambios que puedan mostrar los adolescentes, tanto física como emocional, ya que pueden imitar y crear estereotipos que ven en la pantalla.
4. Y finalmente se recomienda a los productores del reality show Esto es Guerra eliminar las escenas que incluyan agresiones verbales, físicas, machismo, discriminación y escenas poco favorables para la audiencia y más para los jóvenes estudiantes.

## REFERENCIAS

- Aguirre, K. (2017) *Ética y reality show: análisis de los principios éticos vulnerados en dos secuencias del programa concurso “El último pasajero”* La investigación describe los contenidos del reality de concurso “El último pasajero”. Recuperado de: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10124/AGUIRRE\\_VIOLETA\\_ETICA\\_Y\\_REALITY\\_SHOW\\_ANALISIS\\_DE\\_LOS\\_PRINCIPIOS\\_ETICOS\\_VULNERADOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10124/AGUIRRE_VIOLETA_ETICA_Y_REALITY_SHOW_ANALISIS_DE_LOS_PRINCIPIOS_ETICOS_VULNERADOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Balcázar, Y, (2017). *Influencia de los programas reality show en el desempeño académico de los jóvenes estudiantes de 12 a 17 años de edad, del colegio DR. Juan Francisco Ontaneda de la parroquia Buenavista Cantón Chaguarpamba. Periodo octubre 2016-Julio 2017.* Recuperado de: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19221/1/YESTI%20MARIANA%20BALC%C3%81ZAR%20CUEVA.pdf>
- Bringas, C. (2014). *Análisis de la violencia en la televisión y su repercusión en la infancia.* Recuperado de: [http://gip.uniovi.es/docume/Tv\\_y\\_violencia.pdf](http://gip.uniovi.es/docume/Tv_y_violencia.pdf)
- Cabo, A. (2016), *La mediocridad está a la moda.* Recuperado de: <https://www.larazon.es/blogs/sociedad-y-medio-ambiente/reflexiones-de-un-joven-pensador/la-mediocridad-esta-de-moda-NH14139136>
- Castillero, O. (2016). *Los 18 tipos de agresión y sus efectos.* Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/psicologia/tipos-de-agresion>
- Chertok, A. *Desarrollo y Tratamiento de los Comportamientos Agresivos Enfoque cognitivo – conductual.* Recuperado de: <http://www.spu.org.uy/DesarrolloyTratamientodeComportamientosAgresivos.pdf>
- Concor TV. Recuperado de: <http://www.concortv.gob.pe/>

Congots, S. *Dependencia emocional*. Recuperado de:  
<https://www.silviacongost.com/dependencia-emocional>

Correo. (2017). *Esto es Guerra y Combate: Estos son los juegos más polémicos de los realities*. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/espectaculos/esto-es-guerra-y-combate-estos-son-los-juegos-mas-polemicos-de-los-realities-fotos-774666/>

Crusellas, L. (2017). *El entretenimiento en televisión*, Recuperado de:  
<https://www.formacionaudiovisual.com/blog/cine-y-tv/el-entretenimiento-en-television/>

Definición ABC. *Definición de Comportamiento*. Recuperado de:  
<https://www.definicionabc.com/social/comportamiento.php>.

Desarrollo infantil. *Impacto de la televisión en niños y adolescentes*. Recuperado de: <http://www.desarrolloinfantil.net/desarrollo-psicologico/impacto-de-la-television-en-ninos-y-adolescentes>.

Escudero, G, (2016). *Análisis del contenido audiovisual del reality de competencia "Esto es Guerra" – novena temporada 2015*. Recuperado de:  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/2204>

Espinoza, D. (2017) *Valores y antivalores del reality Combate en estudiantes de primer grado de secundaria, I.E. Alfonso Ugarte N° 88021, Nuevo Chimbote-2017*. Recuperado de:  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12179/espinoza\\_md.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12179/espinoza_md.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fernández, M. (2014) *Adicción a la televisión*. Recuperado de:  
<https://www.cat-barcelona.com/faqs/view/adiccion-a-la-television>

Guerrero, E. (2014). *El desarrollo de proyectos audiovisuales: adquisición y creación de formatos de entretenimiento*. Comunicación y Sociedad. Vol. XXIII. Núm. 1: págs. 237-273. Pamplona: Universidad de Navarra.

Guía infantil (2014). Recuperado de: <https://www.guiainfantil.com/1041/trastornos-causados-por-la-television.html>.

Guía infantil. Recuperado de: <https://www.guiainfantil.com/educacion/efectostelegame.htm>.

Gordillo, I. (2015). *Manual de la narrativa televisiva*. Editorial síntesis S.A. España.

Hernández, M. (2012). *Tipos y Niveles de Investigación*. Recuperado de: <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Ciudad de México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Herrera, K. (2016). *Representaciones sociales del programa televisivo Combate y la adquisición del estereotipo de belleza, en los adolescentes de 11 a 16 años del C.E.P San Agustín los Olivos, en el año 2016*. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/2214>

Herrera, T. y otros. (2014) “*Medios masivos de información y comunicación y la concepción sobre la sexualidad de los estudiantes uruguayos*”. Uruguay.

IFP. (2019). *Generos y formatos en los proyectos audiovisuales*. Recuperado de: <https://www.ifp.es/blog/los-generos-y-formatos-en-los-proyectos-audiovisuales>

León, S. Malca, M. (2014). *La percepción de los reality show “Combate y Esto es guerra” y su influencia en el comportamiento de los alumnos de secundaria de las I.E N. 80820” Victor Larco” y N. 81025” Jose Antonia Encinas” Víctor Larco*”. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4251/TESIS%20LEON%20DANCEMALCA%20ALCANTARA%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Liberio, M. (2015). *Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9049/1/Tesis%20completa.pdf>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Creative Commons.
- Martínez, X. (2016). *Los reality shows y las regulaciones establecidas por la ley orgánica de comunicación del Ecuador* “. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/890/1/T-ULVR-0839.pdf>
- Mena, C. (2015). *Los realitys shows y su papel en la formación de valores de los jóvenes de acuerdo al Sumak Kawsay*. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7489/1/TESIS%20CARLOS%20MENA%20%202%20de%20julio.pdf>.
- Orza, C. (2014). *Programación televisiva un modelo de análisis instrumental*, La Crujía, Buenos Aires.
- Poveda, M. (2014). *Periodismo televisivo*. Editorial centro de estudios financieros. España (segunda edición)
- Pérez, Gardey. (2014). *Definición de arrogancia*. Recuperado de: (<https://definicion.de/arrogancia/><https://definicion.de/arrogancia/>)
- Portas, E. (2015). *Efectos de la televisión en niños*. Recuperado de: <https://difusoribero.com/2015/05/17/efectos-de-la-televison-en-ninos/>
- Rivas, F. (2014). *Diccionario de investigación científica cualitativa y cuantitativa*. Perú: CONCYTEC-FONDECYT
- Ruiz, Peña, y Marin. (2014). *El comportamiento agresivo de los niños bajo influencia de la televisión en el grado transición de preescolar*. Recuperado de: <http://proyninos.blogspot.com/2008/11/el-comportamiento-agresivo-de-los-nios.html>

- Sandoval, M. (2015). *Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde las perspectivas de la convergencia y de las prácticas culturales*. Universitas Psychologica Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Seminario, M. (2016). *La televisión y la conducta agresiva de los niños*. Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24202/1/TESIS.pdf>
- Sust, I. (2016). *La caja de la mediocridad*. Recuperado de: <http://immasust.blogspot.com/2016/04/la-caja-de-la-mediocridad.html>
- Valderrama, S. (2014). *Pasos para Elaborar Proyectos de investigación Científica. Cuantitativa, Cualitativa y mixta*. Lima: Editorial San Marcos.
- Ventura, J. (2017). *¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria*. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43 (4), 648-649.
- Villarreal, M. (2015). *Análisis de los programas concursos “Combate y BLN la competencia” y su influencia en los jóvenes de la unidad educativa “Eloy Alfaro” de la ciudad de Guayaquil, año 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.uisek.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/134/1/Los%20realit y%20s%20hows.pdf>
- Villegas, G. (2016). *Difusión de contenido obsceno dentro del horario de protección al menor en el Perú: análisis del reality show esto es guerra*. Recuperado de: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2588/INF\\_200.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2588/INF_200.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ANEXO

**ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

<b>VARIABLES DE ESTUDIO</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
<b>El reality show</b>	Según Gordillo (2015) Es programa basado en la exhibición de temas, vivencias y conflictos íntimos real o inducidos, nos infiere a un tipo de genero docudramático, donde nos muestra diferentes modalidades temáticas diarias, exageradas y de sentimientos, con elementos expresivos propios de la formula dramatizada (p.183).	El reality show interviene en un nuevo formato televisivo, donde personas, tienen oportunidad de darse a conocer, los personajes y sus historias son tomados de la vida real, y este, estará dispuesto a desempeñar el papel principal, aun cuando esto implique exponer su vida privada.	<b>Genero audiovisual</b>	<b>Entretenimiento</b>	<b>Ordinal</b>
				<b>Docudrama</b>	
			<b>Contenido</b>	<b>Horario</b>	
				<b>Concursos y juegos</b>	
<b>Conducta</b>	Según Sandoval (2014) La televisión tiene la capacidad de modelar patrones de conducta, los medios masivos de comunicación son una de las fuentes de imitación más fuertes en las culturas modernas. (p. 218)	La televisión en la actualidad es uno de los medios más sintonizados, esto puede llevar a ciertos cambios en las personas que lo visualizan y más cuando no hay un debido control o supervisión.	<b>Conducta pasiva</b>	<b>Dependencia</b>	<b>Ordinal</b>
				<b>Mediocridad</b>	
			<b>Conducta adquirida</b>	<b>Imitación</b>	
				<b>Trastornos</b>	
			<b>Conducta agresiva</b>	<b>Agresión verbal</b>	
<b>Agresión física</b>					

## ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### Cuestionario

La presente encuesta busca saber cómo el reality show se relaciona con la conducta de los alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N Ricardo Palma. Estimado estudiante deberá responder el siguiente cuestionario en forma anónima, marcando su respuesta, con: X

#### ESCALA VALORATIVA

Totalmente en desacuerdo	(TD)	= 1
En desacuerdo	(ED)	= 2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	( N )	= 3
De acuerdo	(DA)	= 4
Totalmente de acuerdo	(TA)	= 5

ítems/preguntas	1	2	3	4	5
<b>Variable 1: El reality show Esto es Guerra</b>	<b>TD</b>	<b>ED</b>	<b>N</b>	<b>DA</b>	<b>TA</b>
<b>D1: Genero audiovisual</b>					
¿El programa Esto Guerra te divierte?					
¿Crees que las relaciones amorosas que se dan en el programa son reales?					
¿Consideras que los conflictos presentados en el programa son entretenidos?					
<b>D2: Contenido</b>					
¿Está de acuerdo con el horario del programa?					
¿Crees que los juegos deberían ser más extremos?					
¿Consideras que debería ser oportuno apostar por nuevos talentos?					
¿Crees que los participantes, se hacen responsable de sus acciones?					
¿Consideras que se debería eliminar a los concursantes indisciplinados?					

ítems/preguntas	1	2	3	4	5
<b>Variable 2: Conducta</b>	<b>TD</b>	<b>ED</b>	<b>N</b>	<b>DA</b>	<b>TA</b>
<b>D1: Conducta pasiva</b>					
¿Consideras que es más divertido quedarse en casa y ver el programa Esto es Guerra?					
¿Prefieres evitar los conflictos?					
<b>D2: Conducta adquirida</b>					
¿Te gusta la forma en la que se visten los concursantes del programa?					
¿Es importante que sean musculosos?					
<b>D3: Conducta agresiva</b>					
¿Sueles usar frases que manejan los concursantes del programa?					
¿Resuelves los conflictos usando la violencia?					

**ANEXO 3: VALIDEZ DE INSTRUMENTO**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: EL REALITY SHOW**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1</b> Genero audiovisual							
1	¿El programa Esto Guerra te entretiene?	X		X		X		
2	¿Crees que las relaciones amorosas que se dan en el programa son reales?	X		X		X		
3	¿Consideras que los conflictos presentados en el programa son entretenidos?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2</b> Contenido							
4	¿Está de acuerdo con el horario del programa?	X		X		X		
5	¿Crees que los juegos deberían ser más extremas?	X		X		X		
6	¿Consideras que debería ser oportuno apostar por nuevos talentos?	X		X		X		
7	¿Crees que los participantes, se hacen responsable de sus acciones?	X		X		X		
8	¿Consideras que se debería eliminar a los concursantes indisciplinados?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X ]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **Luis Chávez Ramos.**            **DNI 10644237.....**

Especialidad del validador: **Comunicador Social** .....

13 de abril del 2020



-----  
Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: EL REALITY SHOW**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sub>1</sub>		Relevancia <sub>2</sub>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1</b> Genero audiovisual							
1	¿El programa Esto Guerra te entretiene?	X		X		X		
2	¿Crees que las relaciones amorosas que se dan en el programa son reales?	X		X		X		
3	¿Consideras que los conflictos presentados en el programa son entretenidos?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2</b> Contenido							
4	¿Está de acuerdo con el horario del programa?	X		X		X		
5	¿Crees que los juegos deberían ser más extremas?	X		X		X		
6	¿Consideras que debería ser oportuno apostar por nuevos talentos?	X		X		X		
7	¿Crees que los participantes, se hacen responsable de sus acciones?	X		X		X		
8	¿Consideras que se debería eliminar a los concursantes indisciplinados?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X ]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Jack Navarro Chang    DNI 42389255.....

Especialidad del validador: **Comunicador Social** .....

13 de abril del 2020

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

-----  
**Firma del Experto Informante.**



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: EL REALITY SHOW**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sub>1</sub>		Relevancia <sub>2</sub>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1</b> Genero audiovisual							
1	¿El programa Esto Guerra te entretiene?	X		X		X		
2	¿Crees que las relaciones amorosas que se dan en el programa son reales?	X		X		X		
3	¿Consideras que los conflictos presentados en el programa son entretenidos?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2</b> Contenido							
4	¿Está de acuerdo con el horario del programa?	X		X		X		
5	¿Crees que los juegos deberían ser más extremas?	X		X		X		
6	¿Consideras que debería ser oportuno apostar por nuevos talentos?	X		X		X		
7	¿Crees que los participantes, se hacen responsable de sus acciones?	X		X		X		
8	¿Consideras que se debería eliminar a los concursantes indisciplinados?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X ]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **Gregorio Martín Falconi Vallejos**            **DNI 06766207.....**

Especialidad del validador: **Comunicador Social.....**

**13 de abril del 2020**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



-----  
**Firma del Experto Informante.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: CONDUCTA**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sub>1</sub>		Relevancia <sub>2</sub>		Claridad <sub>3</sub>		Sugerencia
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1</b> Conducta pasiva							
1	¿Consideras que es más divertido quedarse en casa y ver el programa Esto es Guerra?	X		X		X		
2	¿Prefieres evitar los conflictos?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 2</b> Conducta adquirida							
3	¿Te gusta la forma en la que se visten los concursantes del programa?	X		X		X		
4	¿Es importante que sean musculosos?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3</b> Conducta agresiva							
5	¿Sueles usar frases que manejan los concursantes del programa?	X		X		X		
6	¿Resuelves los conflictos usando la violencia física?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X ]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **Gregorio Martín Falconi Vallejos**            **DNI 06766207.....**

Especialidad del validador **Comunicador Social** .....

13 de abril del 2020



-----  
Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## ANEXO 4: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

### Confiabilidad de la variable 1. El reality show

SPSS Statistics Visor

Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayud

**Fiabilidad**

[ConjuntoDatos1] D:\katy\tesis x\spss 1.sav

**Escala: ALL VARIABLES**

**Resumen de procesamiento de casos**

Casos	Válido	N	
		N	%
	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,820	8

```
RELIABILITY
/VARIABLES=item_9 item_10 item_11 item_12 item_13 item_14
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

### Confiabilidad de la variable 2. Conducta

SPSS Statistics Visor

Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

```
RELIABILITY
/VARIABLES=item_9 item_10 item_11 item_12 item_13 item_14
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

**Fiabilidad**

**Escala: ALL VARIABLES**

**Resumen de procesamiento de casos**

Casos	Válido	N	
		N	%
	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	6

## ANEXO 5: FORMULARIO VIRTUAL

Preguntas Respuestas 52

### El reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2020

La presente encuesta busca saber cómo el reality show Esto es Guerra se relaciona con la conducta de los alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma. Estimado estudiante deberá responder el siguiente cuestionario en forma anónima, marcando su respuesta, con: X

¿El programa Esto Guerra te divierte?

Varias opciones

- Totalmente de acuerdo X
- De acuerdo X
- Indiferente X
- En des acuerdo X
- Totalmente en desacuerdo X
- Añadir opción o añadir respuesta "Otro"



Obligatorio



## ANEXO 6: TABULACIÓN EN SPSS25

\*Sin título2 [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1 : reality\_show 2 Visible: 19 de 19 variables

	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	item_14	reality_show
1	1	1	1	1	3	2	1	5	3	3	4	4	1	1	
2	2	2	4	2	2	4	2	2	3	3	2	2	3	3	
3	5	3	4	2	4	4	5	1	5	2	3	4	5	3	
4	4	5	3	3	5	5	3	5	5	5	4	4	3	2	
5	3	4	2	1	4	3	2	2	5	3	2	1	1	1	
6	5	4	2	3	4	4	5	4	5	5	3	5	3	3	
7	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	2	
8	3	3	5	2	3	5	5	5	5	3	1	2	3	1	
9	3	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4	
10	2	2	1	3	3	2	2	2	3	3	1	1	1	2	
11	1	1	1	1	3	2	1	5	3	3	4	4	1	1	
12	2	2	4	2	2	4	2	2	3	3	2	2	3	3	
13	5	3	4	2	4	4	5	1	5	2	3	4	5	3	
14	4	5	3	3	5	5	3	5	5	5	4	4	3	2	
15	3	4	2	1	4	3	2	2	5	3	2	1	1	1	
16	5	4	2	3	4	4	5	4	5	5	3	5	3	3	
17	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	2	
18	3	3	5	2	3	5	5	5	5	3	1	2	3	1	
19	3	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4	
20	2	2	1	3	3	2	2	2	3	3	1	1	1	2	
21	1	1	1	1	3	2	1	5	3	3	4	4	1	1	
22	2	2	4	2	2	4	2	2	3	3	2	2	3	3	
23	5	3	4	2	4	4	5	1	5	2	3	4	5	3	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

## ANEXO 7: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: El reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables e Indicadores				
<p><b>Problema General</b> ¿Qué relación existe entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019?</p> <p><b>Problemas Específicos</b> ¿Cómo se relaciona el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019?</p> <p>¿Cómo se relaciona el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019?</p> <p>¿Cómo se relaciona el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I. E. N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Determinar la relación existe entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.</p> <p><b>Objetivo Específicos</b> Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara 2019.</p> <p>Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.</p> <p>Conocer cómo se relaciona el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara. 2019.</p>	<p><b>Hipótesis General</b> Existe relación significativa entre el reality show y la conducta en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma, Santa Clara 2019.</p> <p><b>Hipótesis Específicos</b> Existe relación directa entre el reality show y la conducta pasiva en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma, Santa Clara, 2019.</p> <p>Existe relación directa entre el reality show y la conducta adquirida en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.</p> <p>Existe relación directa entre el reality show y la conducta agresiva en alumnos de quinto de secundaria de la I.E.N. Ricardo Palma en Santa Clara, 2019.</p>	Variable 1 : Reality show				
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>	
			<p><b>D1:</b> Genero audiovisual</p> <p><b>D2:</b> Contenido</p>	<p>- Entretenimiento -Docudrama</p> <p>-Horario -Concursos y juegos - Controversias</p>	<p>1,2,3</p> <p>4,5,6,7,8</p>	<p>Escala de Likert: 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo</p>	
Variable 2: Conducta				<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>
				<p><b>D1:</b> Conducta pasiva</p> <p><b>D2:</b> Conducta adquirida</p> <p><b>D3:</b> Conducta agresiva</p>	<p>-Dependencia -Mediocridad</p> <p>-Imitación -Trastornos</p> <p>-Agresión verbal -Agresión física</p>	<p>1,2</p> <p>3,4</p> <p>5,6</p>	<p>Escala de Likert: 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo</p>