



**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y  
HUMANIDADES  
PROGRAMA ACADÉMICO DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TESIS**

**“INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE  
“REALITY” EN LA CONDUCTA DE LOS ESTUDIANTES DE  
QUINTO GRADO DE SECUNDARIA DE LAS INSTITUCIONES  
EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO – REGIÓN SAN  
MARTÍN – 2019”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR : VÍCTOR HUGO ANTEPARRA REÁTEGUI**

**ASESORA : Lic. ANA KARINA RONCAL ALVA**

**CO ASESORA : Lic. ERIKA PATRICIA CHANG ALVA**

**San Juan Bautista - Loreto – Maynas – Perú**

**2019**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a la memoria de mi padre Víctor Raúl Anteparra Castro.

A mi madre, esposa, hermana y sobrino.

Y en especial a todos los reporteros de calle que día a día salen en busca de la información, luchando contra las inclemencias del tiempo

### **AGRADECIMIENTO**

Al gran amor de mi vida, mi esposa, por su paciencia y motivación para lograr cada una de mis metas. Gracias por creer en mí.

A Erika Patricia Chang Alva, quien con su apoyo incondicional fue una pieza clave para culminar satisfactoriamente todo este proceso.

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

La Tesis titulada:

**"INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE "REALITY" EN LA  
CONDUCTA DE LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE SECUNDARIA DE  
LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO – REGIÓN  
SAN MARTÍN - 2019".**

Del alumno: **VÍCTOR HUGO ANTEPARRA REÁTEGUI** pasó satisfactoriamente  
la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **5% de similitud**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que  
estime conveniente.

San Juan, 5 de noviembre del 2019.



Dr. César J. Ramal Asayag  
Presidente del Comité de Ética – UCP

<b>Índice</b>	<b>Pg</b>
Portada (Carátula)	1
Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Índice de Contenido	4
Acta de aprobación de tesis	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1. Descripción del Problema.....	10
1.2. Formulación del Problema.....	11
2.2.1. Problema General.....	11
2.2.2. Problemas Específicos.....	11
1.3. Objetivos de la Investigación.....	12
1.3.1. Objetivos Generales.....	12
1.3.1.1. Objetivos Específicos.....	12
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación.....	12
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	14
2.1. Antecedentes del estudio.....	14
2.2. Bases Teóricas.....	17
2.3. Definición de Términos Básicos.....	23
2.4. Hipótesis.....	24
2.4.1. Hipótesis General.....	24
2.4.2. Hipótesis Derivadas.....	25
2.5. Variables.....	25
2.5.1. Identificación de las Variables.....	25
2.5.2. Definición de las Variables.....	25
2.6. Operacionalización de las Variables.....	26
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	28
3. 1. Nivel y Tipo de Investigación.....	28
3.1.1. Nivel de Investigación.....	28

3.1.2. Tipo de Investigación.....	28
3.2. Diseño de Investigación.....	28
3.3. Población y Muestra .....	28
3.4.1. Población.....	28
3.4.2. Muestra.....	28
3.4. Técnica, Instrumentos y Procedimientos de Recolección de Datos.....	29
3.4.1. Técnica de Recolección de Datos.....	29
3.4.2. Instrumentos de Recolección de Datos.....	30
3.4.3. Procedimientos de Recolección de Datos.....	30
3.5. Procesamiento y Análisis de la Información.....	30
3.5.1. Procesamiento de la Información.....	30
3.5.2. Análisis de la Información.....	30
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	31
4.1. Resultados.....	31
4.1.1. Análisis Descriptivo.....	31
4.2. Prueba de Hipótesis.....	58
4.3. Discusión.....	60
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
5.1. Conclusiones.....	61
5.2. Recomendaciones.....	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
ANEXOS.....	65
Anexo 01: Matriz de Consistencia.....	66
Anexo 02: Instrumento de recopilación de datos.....	68



## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Con Resolución Decanal N° 90-2019-D-FEH-UCP, de fecha 22 de marzo del 2019, la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Científica del Perú, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de Trabajo de Suficiencia Profesional, a los señores:

Lic. Ernesto Calderón Neyra.....Presidente  
Lic. Silvia Cristina Quevedo Bardalez.....Miembro  
Lic. Víctor Manuel Zegarra Seminario Mg.....Miembro

En la ciudad de Tarapoto, siendo las 19:00 horas del día 19 de agosto del 2019, en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa de la Tesis:

**“INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE “REALITY” EN LA CONDUCTA DE LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE SECUNDARIA DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO-REGIÓN SAN MARTÍN- 2019”**

Presentado por el sustentante:  
**VICTOR HUGO ANTEPARRA REÁTEGUI**


Como requisito para optar el TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

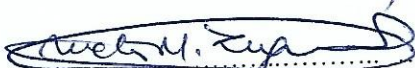
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, las que fueron:  
*RESPONDIDAS SATISFACTORIA MENTE*

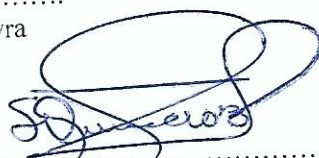
El Jurado después de la deliberación en privado, llegó a las siguientes conclusiones:

1. La sustentación es: *APROBADA POR MAYORÍA*
2. Observaciones: *REFORZAR CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES*

En fe de lo cual los miembros del jurado suscriben el Acta:

  
.....  
Lic. Ernesto Calderón Neyra  
Presidente

  
.....  
Lic. Víctor Manuel Zegarra Seminario  
Miembro

  
.....  
Lic. Silvia Cristina Quevedo Bardalez  
Miembro

CALIFICACIÓN

Aprobado (a)  
Por Unanimidad  
Por Mayoría  
Desaprobado (a)

## RESUMEN

La presente investigación titulada: Influencia de los programas televisivos de “Reality” en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto- región San Martín– 2019, tuvo como finalidad, describir y analizar el contenido y mensajes de los programas televisivos de reality, así como conocer la incidencia de estos programas en el comportamiento de los estudiantes.

Se ha optado por una investigación descriptiva – correlacional, con un enfoque cuantitativo y de naturaleza aplicada, teniendo una población de 2344 estudiantes del quinto grado de secundaria de instituciones educativas en el distrito de Tarapoto y una muestra de 130 estudiantes.

Para evaluar cada una de las variables se optó por aplicar una encuesta, tomando como instrumento el cuestionario, recopilando así los datos, para luego ser tabulados e interpretados, llegando de esta manera a las siguientes conclusiones: Los estudiantes del quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto tienen alto nivel de apego con los programas televisivos de reality, los mismos que influyen negativamente en su conducta, pues promueven el culto al cuerpo y la violencia, además influyen en el desempeño de los estudiantes, quienes consideran como modelo de imitación a los participantes de estos formatos televisivos.

Finalmente, se ha logrado determinar que estas percepciones detalladas son perjudiciales para los estudiantes, porque podrían generar el desarrollo de actitudes destructivas, conllevando a comportamientos dañinos que no permitirían el logro personal y profesional a corto, mediano y largo plazo.



## **ABSTRACT**

The present research entitled: Influence of “Reality” television programs on the behavior of fifth grade high school students of the educational institutions of the district of Tarapoto-San Martín region– 2019, was intended to describe and analyze the content and messages from reality television programs, as well as knowing the impact of these programs on student behavior.

A descriptive - correlational investigation has been chosen, with a quantitative and applied approach, having a population of 2344 students in the fifth grade of secondary education institutions in the district of Tarapoto and a sample of 130 students.

To evaluate each of the variables, he was chose to apply a survey, taking the questionnaire as an instrument, thus collecting the data, and then being tabulated and interpreted, thus reaching the following conclusions: Students in the fifth grade of secondary school in the district Tarapoto have a high level of attachment to reality television programs, the same ones that negatively influence their behavior, as they promote body worship and violence, also influence the performance of students, who consider imitation models to participants of these television formats.

Finally, it has been possible to determine that these detailed perceptions are harmful to students, because they could generate the development of destructive attitudes, leading to harmful behaviors that would not allow personal and professional achievement in the short, medium and long term.

## INTRODUCCIÓN

De un pequeño televisor colocado en una sala común de la casa en torno al cual se reunía la familia para ver un programa, se ha creado un nuevo espacio, en donde los hijos independientemente tienen sus televisores para poder sintonizar programas que se adecúan a sus gustos, preferencias y motivaciones, dentro de los cuales se encuentran situados programas de entretenimiento, como los de reality.

Este proceso ha introducido modificaciones sustanciales en la comunicación y la dinámica de funcionamiento de las familias. El impacto visual de estos medios condiciona y modifica la manera de actuar de los sujetos. Es por ello que surgen las siguientes interrogantes: ¿Cómo influyen los programas televisivos de reality en la conducta de los estudiantes? ¿Qué grado de influencia tienen estos programas en la forma de ser y pensar de las adolescentes?

La relevancia de esta problemática en la era tecnológica radica en la influencia que ejercen los medios de comunicación sobre las formas de constituir la comunicación interpersonal en la dinámica familiar, educativa y social.

Lo que se intenta proponer en esta investigación, es que se permita comprender el impacto de los programas de reality expuestos en los medios de comunicación a nivel individual, educativo, familiar y social, analizando sus efectos en la convivencia. Asimismo, se analizarán las consecuencias de la exposición de la vida personal y la intimidad de los personajes que participan en los programas de reality y la influencia que ello genera en la población de estudio.

En efecto, el objetivo principal de este escrito se centra en la aceptación que tiene estos programas de reality en los estudiantes de quinto grado de secundaria en el distrito de Tarapoto, así como en los efectos que estos formatos televisivos generan. En este sentido, se pretende identificar si estos programas, que presentan una sobre exposición de los temas personales, influyen sobre la forma de actuar de los estudiantes en su vida cotidiana y en su planificación de vida a futuro.

La hipótesis que se sostiene en este marco es que los programas de reality que se transmiten por los medios de comunicación, influyen sobre el comportamiento de los estudiantes, modificando su forma de pensar, ser y actuar, distorsionando la realidad con lo expuesto en la televisión.

# CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1. Descripción del Problema

La conducta es el modo de actuar de una persona que lo conlleva a la acción adecuada, a los parámetros sociales del entorno donde se desarrolla o interactúa como respuesta a ciertos factores internos como externos (psicológicos, fisiológicos, ambientales, cognitivos, etc.). Antiguamente se tenía la convicción de que el ser humano actuaba por instinto, por las diversas formas de actuar acordes a circunstancias contextuales; sin embargo, hoy en día se sabe que la conducta del ser humano está condicionada a factores genéticos, situacionales o ambientales.

En la actualidad en la conducta estudiantil se ha visto internamente ligada al proceso de aprendizaje que poseen, de las actividades que realizan y de las conductas que ven en los diferentes programas televisivos.

La conducta del ser humano es moldeada a partir de su infancia, considerando elementos intrínsecos como los del entorno. El ser humano tiene la facultad de imitación gracias al aprendizaje continuo que busca determinar su propia identidad en la sociedad donde éste vive.

La televisión puede ser un instrumento eficaz para el desarrollo y enriquecimiento humano. Existen programas de televisión que han contribuido a la sociedad mediante los selectivos contenidos de formación y desarrollo de capacidades, habilidades y destrezas promoviendo de ésta manera conductas en su teleaudiencia beneficiosas para la sociedad; lo cual no ocurre con los actuales fines que persiguen los programas televisivos de hoy en día, que sólo busca rating y generar así mayores ingresos financieros que responden solo a los intereses de un grupo muy reducido de la población.

Los medios de difusión masiva deben asumir su responsabilidad social bajo un enfoque constructivo, ya que son estos medios los que tienen un poder de influencia mayor sobre la sociedad y los responsables en cierta medida de ponderar conductas o hábitos destructivos para un sector de la población vulnerable, como lo son los adolescentes y niños, que, por encontrarse en proceso de formación, no tienen la personalidad para poder discriminar los mensajes recibidos.

En consecuencia, podemos identificar que los diversos programas de televisión ejercen una gran influencia en su respectiva teleaudiencia encontrándose dentro de ella un gran segmento de adolescentes quienes se han convertido en los principales seguidores de muchos de ellos. Es así que es de suma importancia discriminar los contenidos de los diferentes programas televisivos con el fin de transmitir más que mensajes modelos apropiados que promuevan valores y prometan una nueva generación con ciudadanos que aporten a la sociedad, al país y a ellos mismos.

Sin embargo, vivimos hoy en día en la era de la globalización donde el mundo gira a través de la comercialización haciendo que todas las empresas se tornen mucho más competitivas y agresivas para captar a sus clientes; el mundo de las comunicaciones y en específico el negocio de la televisión no son ajenos a ello, la guerra por la obtención de un mayor rating, lo cual genera un número mayor de auspiciadores, ha hecho que los grandes magnates del medio opten por aquellos programas denominados “Basura” en los cuales se encuentran los conocidos “Reality”, programas que han dominado a un gran segmento de adolescentes, quienes fieles seguidores a los mismos encuentran en los protagonistas de estos programas un modelo de vida a seguir. Es por ello determinante la necesidad de conocer el grado de influencia que tienen estos programas televisivos en la conducta de los jóvenes estudiantes, medir hasta qué punto son responsables de muchas de sus acciones para poder o bien fortalecerlos o corregir sus debilidades.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Cómo influyen los programas televisivos “reality” en la conducta de los estudiantes de Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019?

### **1.2.1. Problema General**

¿Cuál es la Influencia que tienen los programas televisivos “reality” en la conducta de los estudiantes de Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- ¿Cuáles son los contenidos y mensajes de los programas reality de la televisión peruana?

- ¿Cuál es la percepción que tienen los estudiantes de Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019?
- ¿Cuál es la incidencia en el comportamiento de los estudiantes de Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto – región San Martín -2019?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar la influencia de los programas televisivos “reality” en la conducta de los estudiantes de Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019

##### **1.3.1.1. Objetivos Específicos**

- Describir y analizar el contenido y mensajes de los programas televisivos “reality” de la televisión peruana.
- Medir y explicar el nivel de percepción que tienen los estudiantes de Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto – región San Martín, acerca de los programas televisivos “reality”.
- Explicar la incidencia en el comportamiento de los estudiantes de Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto – región San Martín que tienen los programas televisivos reallitties sobre ellos.

### **1.4. Justificación e Importancia de la Investigación**

La Tesis: “INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE “REALITY” EN LA CONDUCTA DE LOS ESTUDIANTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO – REGIÓN SAN MARTÍN – 2019” se justifica en la necesidad de contribuir en la mejora de modelos que ayuden en la formación educativa de los estudiantes, los cuáles serán demostrados mediante su comportamiento en la sociedad; es así que encontramos como el más influyente a los medios de comunicación, en específico al audiovisual (televisión), que con cuyos contenidos afectan la estructura mental de los niños y adolescentes, puesto que ellos aún están en proceso de formación de su personalidad.

**Representa un valor teórico** porque mediante ella se determinará el tipo de influencia que tienen los reality sobre el comportamiento de los estudiantes reforzando así las diferentes teorías existentes, contribuyendo a estudios posteriores relacionados con la temática en estudio.

**Posee un valor práctico** ya que a partir de los resultados se podrá realizar propuestas enfocadas a la mejora del comportamiento de los estudiantes de educación básica regular y así fortalecer su formación y actuación dentro de la sociedad en donde éste se desarrolla.

**En cuanto a la parte social** adquiere una mayor relevancia ya que los beneficiarios directos serán los padres de familia, estudiantes, docentes y la sociedad en sí, quiénes conocedores de los resultados de la investigación podrán aplicar las estrategias apropiadas para la buena educación de quiénes se consideran las promesas del Perú.

El trabajo de investigación: “INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE “REALITY” EN LA CONDUCTA DE LOS ESTUDIANTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO – REGIÓN SAN MARTÍN – 2019”, es importante porque se demuestra que los medios de comunicación ejercen una gran influencia en la formación de los adolescentes, niños y sociedad en general. Gracias a ella se podrá demostrar que, si se adecúan los formatos de los programas televisivos, radiales y escritos según modelos constructivos de formación de la persona, se pueden corregir los grandes males sociales que hoy nos aquejan.

A partir de los resultados se demuestra que la escuela debe aprovecharse de la generalización de los medios, especialmente la televisión, para hacer una apuesta fuerte por la igualdad de oportunidades y poder generar hábitos positivos en los estudiantes para poder crear en ellos personas que no estén manipulados por este cuarto poder.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

### 2.1. Antecedentes de Estudio

**MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES Y CONSEJO CONSULTIVO DE RADIO Y TELEVISIÓN CONCORTV (2014)**, En su informe: *“Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes”*, este estudio cuantitativo sobre los medios de comunicación (radio y televisión) en el Perú, tuvo como objetivo el conocimiento del comportamiento (actitudes, hábitos, preferencias) y la opinión de menores entre las edades comprendidas de 7 a 16 años. A su vez, evaluar la oferta tanto de radio y televisión en el Perú. Se utilizó como técnica de recolección de datos cuestionarios dirigidos a pobladores locales entre los meses de julio a agosto del 2014. ( **Asociación de Comunicadores Sociales Calandria , 2016**).

Los resultados de dicha investigación arrojaron que en el caso de la televisión existe un consumo del 86.8% cuya frecuencia diaria de consumo es de 3 programas con aproximadamente 3 horas al día. La población infante y juvenil respondieron que suelen ver un programa de televisión mientras ingieren sus alimentos (almuerzo). Sólo un 35% interactúa con sus familiares.

Asimismo, los encuestados (contrato con empresas que brindan servicio de cable) tienen mayor preferencia por los canales internacionales debido a la diversidad de programas tanto para adultos como para los niños.

En cuanto al internet, la población objetivo manifestó utilizar los buscadores para el desarrollo académico de sus labores, seguido por el uso de redes sociales, chats y juegos en red.

Otras formas de apreciar radio y televisión son a través del internet, así su uso no sea muy frecuente; sin embargo, el 10.5% de entrevistados respondieron ver sus programas de televisión a través de Youtube, el 6.6% escucha radio por el mencionado sitio web y un 14.3% lo hace por el celular.

En lo que se refiere a la elección del canal de televisión es determinada por el niño o adolescente sin la intervención de los padres de familia. Para el caso de los infantes, éstos eligen programas o series animadas; mientras que los adolescentes optan por

programas de recreación y entretenimiento, concursos y otros afines; caso parecido ocurre con los programas vistos en familia, agregando series, miniseries, telenovelas, películas y noticieros.

Una de las principales motivaciones para el uso de la televisión es por fines de relajación y entretenimiento. En otros casos es elegida por tiempo libre o de ocio de la audiencia.

Los programas más vistos de entretenimiento y concurso son: Esto es Guerra, Al fondo hay Sitio, Combate y La Paisana Jacinta. Son elegidos porque brindan mayor entretenimiento y diversión para el segmento en estudio.

**El Consejo Consultivo de Radio y Televisión CONCORTV (2014)**, en su estudio: *“Evaluación de géneros televisivos y radiales de adolescentes en la ciudad de Tarapoto”*, concluye que tanto niños como adolescentes, a un 99.8% como una de las actividades más realizadas después de sus obligaciones académicas es la de sintonizar programas televisivos, un 84% declara que en el caso de los programas de noticias sólo se transmite violencia, el 58% expresa que tanto niños y adolescentes se muestran como víctimas en programas noticiosos, un 33% cree que las series/miniseries/novelas son claro ejemplo de conductas discriminatorias, el 40% consideran que los programas de entretenimiento/musicales tiene contenidos orales de doble sentido (doble lenguaje), el 37% creen que los programas de entretenimiento /musicales tienen mucha morbosidad y vulgaridad, en cuanto al sector educación un 65% manifiesta su inconformidad debido a que en las instituciones educativas no hacen una retroalimentación de los contenidos de los programas vistos por los jóvenes en televisión, como es el caso del programa de juegos y concursos de “Esto es Guerra”. En el caso de Programas Radiales (entretenimiento y música) un 98% les agrada sintonizar este tipo de programas por este medio de comunicación. **(Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) , 2014)**

**(Tess Renker 2013)**, en su informe: *“Influencia de los programas de concursos televisivos en la construcción de identidad cultural en jóvenes cusqueños”*, resalta la poca participación de pobladores andinos en los programas de concurso y de programas nacionales diversos, observación realizada de forma contundente por los grupos focales de su investigación. Atribuyeron como uno de las causas de que éste segmento (pobladores juveniles de Cusco) asuman estereotipos diferentes a sus raíces



adoptando otras ajenas como comportamiento de personas que residen en la capital del Perú, Lima. **(Renker, 2013)**

**(Arboccó de los Heros, Manuel - O'Brien Arboccó, Jorge, 2012)**, en su estudio: *"Impacto de la televisión basura en la mente y la conducta de niños y adolescentes"*, concluye que los contenidos violentos y agresivos de los programas de televisión fomentan a su vez como consecuencia las mismas actitudes en la audiencia; ya que los mensajes de dichos contenidos siembran la insensibilidad en la persona, lo que le conlleva a asumir actitudes similares en la resolución de sus conflictos o problemas. **(Arboccó de los Heros, Manuel - O'Brien Arboccó, Jorge, 2012)**

Se destaca que la educación de los medios de comunicación está basada en los mensajes visuales y auditivos que se transmiten a través de los diferentes programas; esto quiere decir, que, si dichos contenidos expresan mensajes con violencia, conductas con anti valores, se estará promoviendo en los espectadores las mismas conductas antes ya descritas. Es así que se debe valorar la importancia que ejercen los medios de comunicación sobre los niños y adolescentes, en quienes reside la esperanza del cambio, ya que son éstos medios, los principales espacios de socialización, cuyos contenidos en la actualidad están siendo orientados hacia el consumismo y violencia (García y Ramos, 1988).

**MANSOUL Y MEDINA (2003)**. En su tesis: *Incidencia de la televisión en el comportamiento de los niños en edades comprendidas de 6 a 9 años del Colegio "San Vicente de Paúl"*. Se concluye identificando que la televisión mediante sus diferentes programas tiene incidencia en el comportamiento de los niños de la U. E. Colegio "San Vicente de Paúl". **(MANSOUL Y MEDINA, 2003)**

Para la obtención de los resultados, la muestra estuvo conformada por los alumnos de la mencionada institución. Para validar el instrumento de la investigación contaron con la evaluación de cinco especialistas del área de comunicación social, estadistas y psicólogos. La información se recopiló mediante encuestas con preguntas abiertas y cerradas. Los resultados finalmente concluyeron positivamente en la incidencia de la televisión sobre el comportamiento de los niños (6 a 9 años) quienes son absorbidos por éste medio de comunicación dedicándole mayor tiempo.

**SÁNCHEZ URQUIZA, (2002).** En su tesis: Diseño de un reportaje sobre la Incidencia de los programas humorísticos en el comportamiento de niños en edades comprendida entre 5 a 10 años. Para llegar a las conclusiones finales el desarrollo de la tesis fue descriptiva correlacional, siendo el diseño no experimental, con una muestra de 50 alumnos, 05 docentes, 10 padres de familia de la Unidad Educativa Presbítero José María Echeverría, con una muestra de 50 alumnos, 5 docentes y 10 padres o representantes. En la presente investigación se concluye que la influencia que ejercen estos programas humorísticos sobre el comportamiento de los niños es negativa tanto en los aspectos sociales, morales y sexuales. **(Sánchez Urquiza, 2002)**

**(Arnold, 2002)** En su tesis: *“El comportamiento de las audiencias de televisión en Chile”*. Se identifican tres dimensiones: estructura temporal y horaria de la exposición televisiva, cuota de audiencia acaparada por los principales canales de la televisión abierta y la herencia de televidentes fieles en programas pareados. Para la medición del comportamiento del público o audiencia, Chile utiliza un mecanismo de última generación que permiten conocer las características de la muestra televisiva de la tele audiencia de Santiago. Esta muestra asciende aproximadamente a 450 hogares y 1800 personas en las cuáles se realizan las estimaciones según los comportamientos observados para la toma de decisiones en cuanto a programas e inversión. **(Arnold, 2002)**

Para la contratación de la hipótesis de la investigación, se aplicó la técnica de la observación sociológica en base a la información recogida del sistema líneas arriba mencionado. Dicha observación consistió en la identificación de la estructura de la exposición televisiva temporal y horaria (Chile 2001). Finalmente, se logró conocer el comportamiento televisivo de la audiencia chilena; además del aporte con respecto a mayores detalles sobre el objeto de estudio, convirtiéndose éste estudio en el primer antecedente en Chile.

## **2.2.Bases Teóricas**

### **2.2.1. PROGRAMA DE TELEVISIÓN REALITY.**

#### **LA EDUCACIÓN Y LA TELEVISIÓN**

**(CASTILLO SANTIAGO 2015)**, en su monografía titulada: *“Influencia de los Medios de Comunicación en la Educación Actual”*, determina la relación

existente de los medios de comunicación en el comportamiento de los estudiantes en su proceso formativo y escenarios:

## **EN LO REFERENTE A LA SOCIEDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Se identifican los beneficios como resultado de un apropiado manejo de la información, además de su utilidad, lo cual se traduce en el siguiente paráfraseo: "...Quién tiene la información tiene el poder...", considerándola como uno de los principales logros de la humanidad ya que a través de ella se enriquece el conocimiento de la humanidad.

Considera una problemática la excesiva presencia de los medios de comunicación en la sociedad de manera que se puede trivializar la información que nos proporciona la influencia que sobre nosotros tienen.

Es por ello que se puede concluir en los medios de comunicación ejercen un mayor control dentro de una sociedad sobre la transmisión y difusión de la información, entre ellas costumbres, tradiciones, conocimientos, valores, etc. por lo que tienen una vertiente claramente formativa asumiendo funciones que en las instituciones educativas se viene desarrollando.

La información es transmitida a gran velocidad mediante los diferentes medios comunicacionales; por lo que las actualizaciones de las mismas son constantes y rápidas, obligando a las personas a tener la misma capacidad de respuesta según el nivel de preparación que ésta tenga.

La debilidad y amenaza a su vez de estos medios es que son administrados por un grupo reducido que responden a intereses con fines comerciales, quienes maneja un oligopolio de la información, aquella que es masificada a un gran número de espectadores pasivos, que por su bajo nivel cultural no discriminan la información recibida.

De aquí surge la preocupación principal cuando se analiza la influencia que los medios comunicaciones tienen en nuestra sociedad ya que esta viene dada por la demanda que se realiza de este medio y no por la

calidad del mismo o de sus contenidos, cómo muchos de ellos que son difundidos sin ningún tipo de parámetros en cuanto a los contenidos que estén definidos por las instancias competentes. (**Castillo Santiago, 2015**)

## **2.2.2. CONDUCTA DE LOS ESTUDIANTES**

### **LA CONDUCTA**

Para su mayor comprensión se distinguen y definen dos escenarios para la conceptualización de la “Conducta”:

- El primer escenario está referido a la acción que la persona realiza.
- En el segundo escenario se establece la asociación y sus elementos.

Entendiéndose que al hablar de “acción” se está asumiendo su sentido ordinario a nivel científico y técnico

Según (Skinner, 1938) por conducta se entiende a todo movimiento de cualquier organismo motivado por varios factores externos. Es decir, la acción del mismo en el entorno que lo rodea ocasionando efectos sobre el mismo dependiendo a las acciones realizadas.

### **TEORÍA DE APRENDIZAJE SOCIAL**

**MONTGOMERY 1843-1904**, propuso que el aprendizaje social tenía lugar a través de cuatro etapas principales:

- Contacto cercano.
- Imitación de los superiores.
- Comprensión de los conceptos.
- Comportamiento del modelo a seguir.

(**ROTTER 1945**), en *Aprendizaje Social y Psicología Clínica* (1945), Rotter afirma que para desarrollo de un comportamiento positivo, el ser humano debe estar motivado y orientado hacia ello; por lo que determina la relevancia de los factores externos además de la parte psicológica del individuo. (**Rotter, 1945**)

(**BANDURA 1977**) complementa a Rotter, y a Miller y Dollard (1941), relacionándolas con las teorías del aprendizaje social de Vygotsky y Lave

(aprendizaje cognitivo y conductual). En cuanto al aprendizaje conductual se destaca el elevado nivel de influencia en el comportamiento de un individuo el entorno o medio físico en el que éste se desarrolle. En tanto el aprendizaje cognitivo es determinados por factores psicológicos quienes orientan la conducta de los individuos. En el aprendizaje social interactúan ambos aprendizajes, tanto el conductual como el cognitivo determinando así la conducta en la persona. **(Bandura, 1977)**

De aquí se extrae las condiciones para que los individuos puedan modelar su conducta: la de retención que implica el recuerdo de lo observado, la de reproducción, donde está implícito la habilidad de desarrollar la conducta y la motivación que consiste en tener una causa para poder determinar el comportamiento.

## **LOS JÓVENES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Asigna una gran responsabilidad a los medios de comunicación ya que estos abastecen de información a los jóvenes estudiantes, una realidad distinta a la de las instituciones educativas pues para adquirirla los estudiantes tienen que asistir a ella. Pese a ello no todos los males sociales que afectan el proceso formativo del estudiantes es responsabilidad de estos medios ya que estos reciben influencias internas y externas dentro de este proceso; ahora es tarea de los educadores orientarlos sobre el cómo deberán discriminar la información recibida.

El autor afirma que los niños deben de tener la capacidad de discriminación de la información recibida, con el fin de valorar aquella que enriquecerá su conocimiento, diferenciando entre la fantasía o ficción con la realidad; además de la habilidad de poder diferenciar los diferentes tipos de lenguaje que son utilizados en los programas de televisión que éstos visualizan.

Manifiesta también que son los padres de familia los primeros responsables del consumo de éstos programas televisivos, seguido por las instituciones educativas y la comunidad, quienes deberían reforzar las normas o reglas estandarizadas para los escenarios indicados; con la

finalidad de evitar que los niños y adolescentes no adopten estereotipos mostrados en los programas de televisión que ven; no sólo por los contenidos no apropiados que puedan éstos mostrar, sino también por la transculturización que se viene dando, el cuál debilita las raíces culturales de los mismos. Se hace referencia también sobre el reforzamiento de antivalores de éstos programas, ya que sus fines son más comerciales que educacionales.

Por lo tanto, mediante el sustento del autor es que dada la realidad expuesta, es necesario crear mecanismos de control ejercidos por padres de familia (hogar), docentes (instituciones educativas) y el compromiso de la sociedad sobre los adolescentes y niños, el cual conlleve a una administración de la información, aquella que esté permitida en el hogar e instituciones educativas y programas cuyos contenidos estén alineados hacia fines educativos y no sólo a lo que el morbo vende.

## **EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Según estadísticas de un informe de los años setenta afirma que sólo un 20% de la población estudiantil adquiere la información gracias a su institución educativa mientras que un 80 % la adquiere fuera de ella. Existe la necesidad de articular la educación tradicional con aquella que vincula a los medios de comunicación con la finalidad de poder recibir y transmitir mensajes provechosos para la juventud de hoy.

El autor da a conocer la resistencia de muchos docentes en la inclusión de la tecnología y la comunicación dentro de sus estrategias y herramientas pedagógicas específicamente de aquellos docentes de antaño mientras que en contraposición los maestros más jóvenes muestran una mejor predisposición al cambio. Asimismo insta a aceptar la incorporación de los medios de comunicación al aula ya que despierta el interés del estudiante haciendo que éste preste atención porque se siente más cómodo, familiarizado e interactúa mucho más con sus compañeros y docentes.

Sin embargo para que se pueda garantizar mayores beneficios educativos los actores involucrados tanto desde el seno familiar, padres de familia, sociedad los administradores del mundo tecnológico y de

comunicaciones deben establecer un entorno legal para que la utilización de todos estos medios esté regulado para el aprovechamiento de los estudiantes. Así se podrá reducir los factores de riesgo y consecuencias negativas.

El autor detalla las razones para que los medios de comunicación sean integrados en los currículos de manera explícita, como parte de una educación de calidad actual, y entre todas ellas podemos destacar las siguientes:

-Los distintos Medios de Comunicación o tecnológicos que están presentes en la sociedad actual: ordenadores, teléfonos móviles, Internet, televisión, videojuegos, entre otros son considerados herramientas comunes aplicadas en el día a día por los estudiantes en búsqueda de recopilar información de su pertinencia; quedando en la obsolescencia los materiales tradicionalmente utilizados como cuadernos, lápices, lapiceros, libros, considerando que en éste último no se puede mantener a la velocidad en la que hoy en día se mueve la información actualizado.

-El consumo de Medios de Comunicación y tecnología ha aumentado de manera exponencial en los últimos años, existiendo una excesiva presencia en nuestras vidas, en el plano educativo y social.

-El poder manipulador que tienen estos medios a la hora de crear comportamientos en aquellos que reciben sus mensajes propagandísticos, ya sean a nivel consumista, a nivel ideológico, etc., sin tener en cuenta si la información que aportan es beneficiosa, perjudicial, verdadera o incierta, etc.

- Sin dejar de reconocer la importancia de la tecnología audiovisual tanto en el manejo de la información como en el comportamiento del individuo; es necesario considerar que una de las desventajas de los mismos es la ambigüedad de los mensajes, la falta de retroalimentación inmediata y su carácter impersonal para la recepción clara y precisa de lo que se quiere comunicar. Debilidades que a la fecha aún no se han podido levantar y que limitan el entendimiento entre los usuarios.

Los Medios de Comunicación son siempre educativos, pues influyen en todo el proceso formativo de una audiencia cuyo segmento son también estudiantes; sin necesidad de dejar de utilizarlos se debe encontrar un equilibrio asertivo donde puedan converger los fines educacionales, los contenidos audio visuales afines a los objetivos curriculares y elementos inter activos como lo son las imágenes, sonidos, texto, pizarra, entre otros, haciendo la clase más atractiva y motivadora para los estudiantes, quienes son los que se desarrollan en toda esta era de la tecnología y comunicación. De esta manera los medios de comunicación tendrían una influencia no sólo positiva sino también fructífera para el ciudadano y la sociedad en general.

### 2.3. Definición de Términos

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Un medio de comunicación es el elemento o el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Los medios de comunicación son considerados medios masivos por su alto índice de alcance hacia la población donde se desarrolla; pero también existen otras sub clasificaciones de estos medios donde tienen un nicho más específico de carácter exclusivamente interpersonal. (<http://concepto.de/medios-de-comunicacion/#ixzz4uhFFJlit>).

**INFLUENCIA:** Entendemos como influencia al efecto de llegar hacia una persona. Es decir, se trata del grado de alcance y aceptación de una persona sobre otra en referencia a un fin específico y de interés común. Es como el ejercicio de autoridad o poder sobre otro individuo. Son utilizados para la consecución de diferentes cometidos como los fines comerciales, sociales, culturales, políticos, entre otros. En pocas palabras es aquella facultad de un sujeto de ejercer control con capacidad de modificación de la percepción de las personas. (Perez, 2009)

**TELEVISIÓN:** Es un conjunto de sistemas que permiten la transmisión de imágenes y sonidos cuyo alcance abarca grandes distancias, gracias a la emisión de ondas electromagnéticas hacia el aparato receptor. (Real Academia Española , 2015)

**PROGRAMA:** (término derivado del latín programma cuyo significado es “escrito con anterioridad”, que, a su vez, tiene su origen en un vocablo griego πρόγραμμα



que significaba “a la orden del día”). Se entiende como el contenido de una secuencia de lo que se pretende ofrecer; ya sea un discurso; presentación u organización de materias de una asignatura, y fases de eventos artísticos. En referencia a televisión o radio, se entiende como la secuencia ordenada de transmisiones emitidas bajo un mismo formato; como por ejemplo tenemos los diferentes programas que encontramos en los medios de comunicación tanto nacionales como extranjeros; estos pueden ser programas de concurso, de entretenimiento, humorísticos, documentales, deportivos, etc. **(Merino, Mauricio - Pérez Porto, Julián, 2012, pág. 22)**

**REALITY:** Terminología inglesa adoptada en el idioma español. Se trata de programas cuyos contenidos están basado en la transmisión de hechos reales en función a formatos específicos sobre personajes que pueden ser ciudadanos comunes (espectáculo de la realidad, “demostración de la realidad). Según el autor los individuos reales que forman parte de este tipo de programas deben representar a su propia persona en sus momentos de rutina diaria, sin la utilización de guiones o libretos. **(Pérez Porto y Gardey, 2015)**

**CONDUCTA:** Forma en que una persona se desenvuelve en la sociedad a través de sus actitudes o comportamiento. Dícese de "...conducta antisocial; patrones de conducta social; tuvo una conducta ejemplar; aquella conducta huidiza me hizo sospechar que escondía algo...". (Diccionario Real de la Academia Española, 2015).

**ESTUDIANTE:** Referido a la persona cuya actividad consiste en el desarrollo académico (aprehensión, lectura, conocimiento, disciplina, arte, deporte, ciencia, etc.). Suele formar parte de una institución donde se imparte educación o ser auto didacta **(Pérez Porto, 2008)**.

## **2.4. Hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis General:**

**Hi:** Los programas televisivos de reality influyen negativamente en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.

**H0:** Los programas televisivos de reality influyen positivamente en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.

### **2.4.2. Hipótesis Derivadas**

**H1:** Contenidos y mensajes de los programas reality de la televisión peruana influyen negativamente en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.

**H2:** La percepción que tienen los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto, acerca de los programas televisivos “reality” influye negativamente en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.

**H3:** Incidencia en el comportamiento de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto que tienen los programas televisivos reallitties sobre ellos influyen negativamente en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.

## **2.5. Variables**

### **2.5.1. Identificación de Variables.**

X: Variable Independiente: Programas televisivos de reality.

Y: Variable Dependiente: Conducta de los estudiantes.

### **2.5.2. Definición de Variables.**

#### **2.5.2.1. Definición conceptual**

**Variable Independiente: Programas televisivos de reality.** Terminología inglesa adoptada en el idioma español. Se trata de programas cuyos contenidos están basados en la transmisión de hechos reales en función a formatos específicos sobre personajes que pueden ser ciudadanos comunes (espectáculo de la realidad, demostración de la realidad).

**Variable Dependiente: Conducta de los estudiantes.** Forma en que una persona se desenvuelve en la sociedad a través de sus actitudes o comportamiento. Dícese de "...conducta antisocial; patrones de conducta social; tuvo una conducta ejemplar; aquella conducta huidiza me hizo sospechar que escondía algo...".

### 2.5.2.2. Definición Operacional.

**Variable Independiente:** Programas de televisión de reality: Para su medición se ha considerado como dimensión la influencia interpersonal siendo sus indicadores los niveles de relación entre los actores.

**Variable dependiente.** Conducta de los estudiantes. Para su medición se ha considerado tres dimensiones: emocionales, cognitivas y corporales, teniendo como indicadores niveles referidos a los aspectos conductuales.

## 2.6. Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>X: Programas de televisión reality.</b>	Terminología inglesa adoptada en el idioma español. Se trata de programas cuyos contenidos están basados en la transmisión de hechos reales en función a formatos específicos sobre personajes que pueden ser ciudadanos comunes (espectáculo de la realidad, "demostración de la realidad.	Influencia interpersonal	- Relación con los padres - Relación con su entorno - Relación con sus docentes
		Influencia socio cultural	- Identificación cultural - Alienación - Inserción en la sociedad.
		Influencia en la imagen personal	- Corte de pelo - Prendas de vestir - Tatuajes.
		Influencia en el lenguaje	Lenguaje popular. Lenguaje estándar

			Lenguaje técnico Lenguaje inapropiado.
--	--	--	--

<b>VARIABLE</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>Y: Conducta de los estudiantes.</b>	Conducta de los estudiantes. Forma en que una persona se desenvuelve en la sociedad a través de sus actitudes o comportamiento. Dícese de "...conducta antisocial; patrones de conducta social; tuvo una conducta ejemplar; aquella conducta huidiza me hizo sospechar que escondía algo...".	Dimensión socio-emocional de la conducta.	Nivel de autonomía Nivel de seguridad Nivel de confianza
		Dimensión cognoscitiva de la conducta	Nivel de procesamiento de la información
		Dimensión corporal de la conducta.	Nivel de condición biológica y física

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. Nivel y Tipo de Investigación**

#### **3.1.1. Nivel de Investigación**

La presente investigación según los objetivos establecidos el nivel de investigación es descriptiva – correlacional.

#### **3.1.2. Tipo de Investigación**

De acuerdo al enfoque es una investigación cuantitativa y de naturaleza aplicada.

### **3.2. Diseño de Investigación**

Para el logro de los objetivos el diseño de la investigación es:

- **Por su enfoque:** Investigación Cuantitativa
- **Por su naturaleza:** Aplicada.
- **Por su diseño de contrastación:** Explicativa.

### **3.3. Población y Muestra.**

#### **3.3.1. Población**

La población está constituida por 2344 de estudiantes de quinto grado de secundaria correspondiente a Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto (Datos obtenidos de Censo 2018).

#### **3.3.2. Muestra**

El muestreo en la presente investigación es probabilístico, ya que los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos. Se obtuvieron según la siguiente fórmula:

$$\frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N + 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

p = Probabilidad de éxito. (0.9) proporción de estudiantes a los que se estudiará su comportamiento.

q = Probabilidad de fracaso (0.1) proporción de estudiantes a los que se estudiará su comportamiento.

e = Margen de error (0.05)

z = Valor de “z” para intervalo de confianza de 95% de confianza. El valor de “z” es igual a 1.96.

N = Población

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.9 \times 0.1 \times 2344}{0.05^2 (2344 + 1) + 1.96^2 \times 0.9 \times 0.1}$$

**N=130**

## **UNIDAD DE ANÁLISIS**

Está conformado por los 130 estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto con los siguientes criterios:

### **Criterios de Inclusión:**

Participación voluntaria y firma del consentimiento informado.

### **Criterios de Exclusión:**

No tener firma del consentimiento informado.

### **3.4.2. Instrumentos de Recolección de Datos**

Considerando la naturaleza del problema y sus objetivos para la recolección de datos, el investigador optó por utilizar como instrumento el cuestionario.

El cuestionario para obtener información necesaria permitió tener mayor objetividad de las respuestas.

El cuestionario constó de 18 preguntas.

### **3.4.3. Procedimientos de Recolección de Datos**

**Primer momento:** Se coordinó con las autoridades educativas a fin de obtener la autorización y los permisos respectivos.

**Segundo Momento:** Se aplicó el instrumento y se explicó cómo llenar correctamente y se aplicó de manera individualizada, lo cual duró aproximadamente 5 minutos.

**Tercer momento:** Al finalizar el desarrollo del cuestionario se realizó la tabulación de datos.

## **3.4. Procesamiento y Análisis de la Información.**

**3.4.1. Procesamiento de la Información.** La información fue obtenida por los estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto, posterior a la aplicación del cuestionario.

**3.4.2. Análisis de la Información.** Los resultados se tabularon usando el paquete estadístico IBM SPSS versión 25, los resultados se realizaron en cuadros y gráficos.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados

En el capítulo IV que se expone a continuación, se presentan los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto, el 05 de abril del 2019.

Para llevar a cabo el procesamiento de datos se utilizó el programa estadístico IBM SPSS versión 25 cuyos resultados se mostrarán en tablas y gráficos.

Se recopilaron datos sobre el consumo televisivo, los formatos de preferencia y la influencia de los mismos en los estudiantes, logrando tener resultados sobre el comportamiento de la muestra de estudio.

El tamaño de la muestra es de 130 estudiantes del quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto.

#### 4.1.1 Análisis Descriptivo

#### CUADRO N° 1

#### CONSUMO TELEVISIVO DE ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO

#### ¿CUÁNTAS HORAS AL DÍA VES TELEVISIÓN?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 HORA	3	2,3	2,3	2,3
	2 HORAS	13	10,0	10,0	12,3
	3 HORAS	39	30,0	30,0	42,3
	4 HORAS	41	31,5	31,5	73,8
	MÁS DE 4 HORAS	34	26,2	26,2	100,0
	Total		130	100,0	100,0

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.



## GRÁFICO N° 1

### CONSUMO TELEVISIVO DE ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO



FUENTE: Cuadro N° 1

### INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 1 y gráfico N° 1, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos son los siguientes en relación las horas de ver televisión:

- El 31,54 % correspondiente a 41 alumnos, miran televisión 4 horas al día.
- El 30 % correspondiente a 39 alumnos, miran televisión 3 horas al día.
- El 26,15 % correspondiente a 34 alumnos, miran televisión más de 4 horas.
- El 10 % correspondiente a 13 alumnos, miran televisión 3 horas al día.
- El 2,31 % correspondiente a 3 alumnos, miran televisión 1 hora al día.

Donde observamos que los estudiantes tienen una frecuencia alta en constancia de entretenerse más de 4 horas al día y solo el 2,31% tiene horarios establecidos para ver televisión máximo de 1 hora.

**CUADRO N° 2**

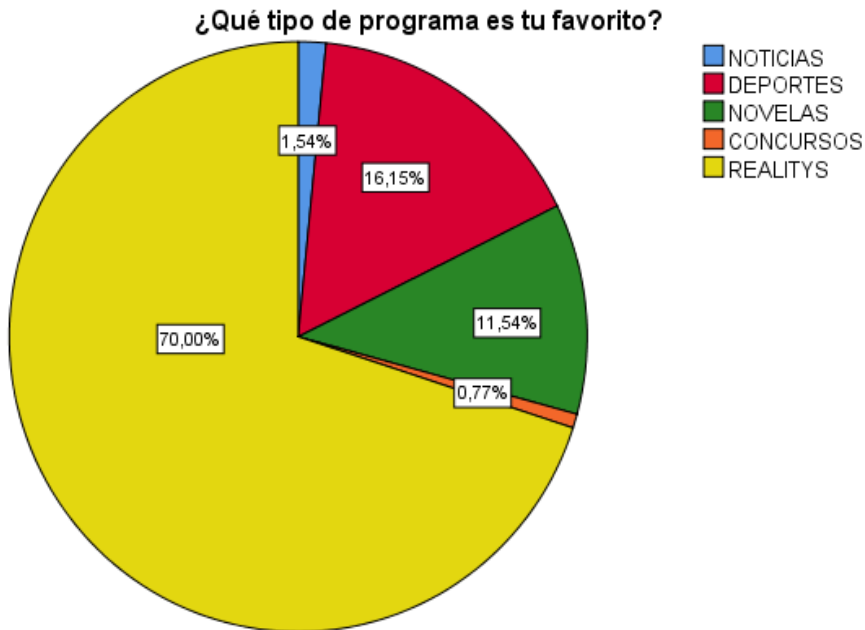
**TIPO DE PROGRAMA FAVORITO DE LOS ESTUDIANTES DEL  
DISTRITO DE TARAPOTO**

**¿QUÉ TIPO DE PROGRAMA ES TU FAVORITO?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NOTICIAS	2	1,5	1,5	1,5
	DEPORTES	21	16,2	16,2	17,7
	NOVELAS	15	11,5	11,5	29,2
	CONCURSOS	1	,8	,8	30,0
	REALITY	91	70,0	70,0	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE: Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.**

**GRÁFICO N° 2**



FUENTE: Cuadro N° 2

## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 2 y gráfico N° 2, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos referentes al tipo de programa favorito, se concluye que

- El 70 %, correspondiente a 91 estudiantes y siendo más del 50 % de la población encuestada, responden que son los reality su programa favorito.
- Los porcentajes más bajos observados son el 1,54% donde son las noticias, mientras que el 0,77% son los concursos sus programas favoritos.

Finalizando que los estudiantes se dedican y tienen como programa de televisión favorito a los reality y se observan pocos estudiantes que miran noticias en su día a día.

### CUADRO N° 3

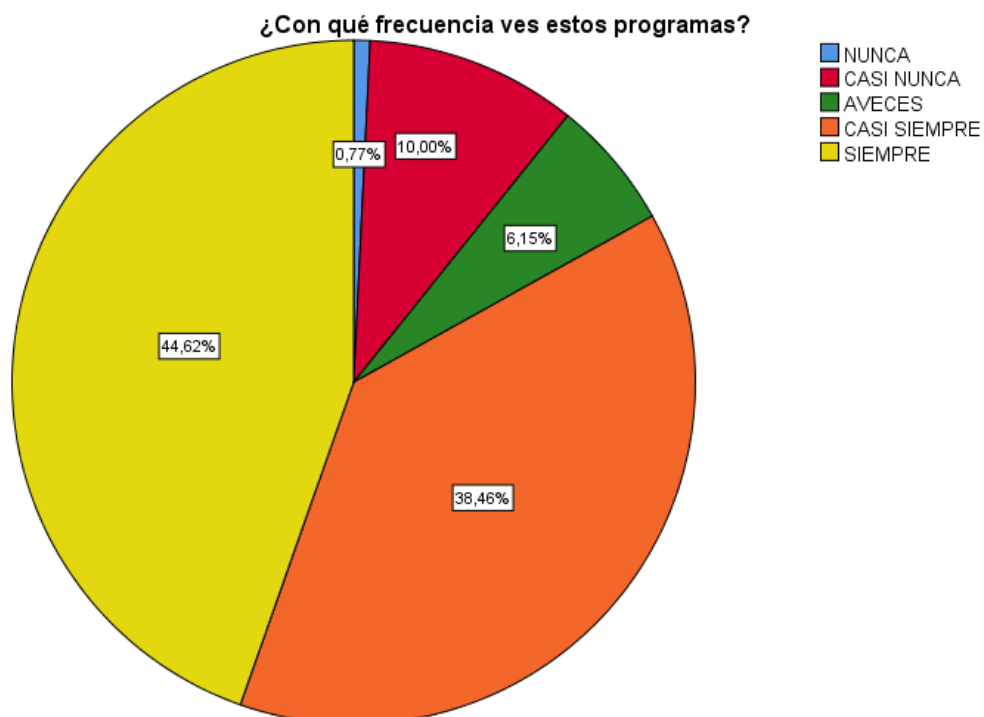
#### FRECUENCIA DE VISUALIZACIÓN DE PROGRAMAS REALITY DE LOS ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO

##### ¿CON QUÉ FRECUENCIA VES ESTOS PROGRAMAS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	,8	,8	,8
	CASI NUNCA	13	10,0	10,0	10,8
	A VECES	8	6,2	6,2	16,9
	CASI SIEMPRE	50	38,5	38,5	55,4
	SIEMPRE	58	44,6	44,6	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

### GRÁFICO N° 3



FUENTE: Cuadro N° 3

### INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 3 y gráfico N° 3, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos son los siguientes:

- El 44 % correspondiente a 58 alumnos, indican que es siempre la frecuencia de ver programas de reality.
- El 38 % correspondiente a 50 alumnos, indican que es casi siempre la frecuencia de ver programas de reality.
- El 10 % correspondiente a 13 alumnos, indican que es casi nunca la frecuencia de ver programas de reality.
- El 6,2 % correspondiente a 8 alumnos, indican que es a veces la frecuencia de ver programas de reality.
- El 0,8 % correspondiente a 1 alumno, indica que es nunca la frecuencia de ver programas de reality.

Donde se puede concluir que existe un alto porcentaje donde los estudiantes indican que siempre es la frecuencia de ver programas de reality y una mínima que indica que es nunca su frecuencia, donde los estudiantes en lugar de leer libros, hacer las tareas, ayudar en casa o ver noticias, prefieren dedicar su tiempo a éste tipo de programas.

#### CUADRO N° 4

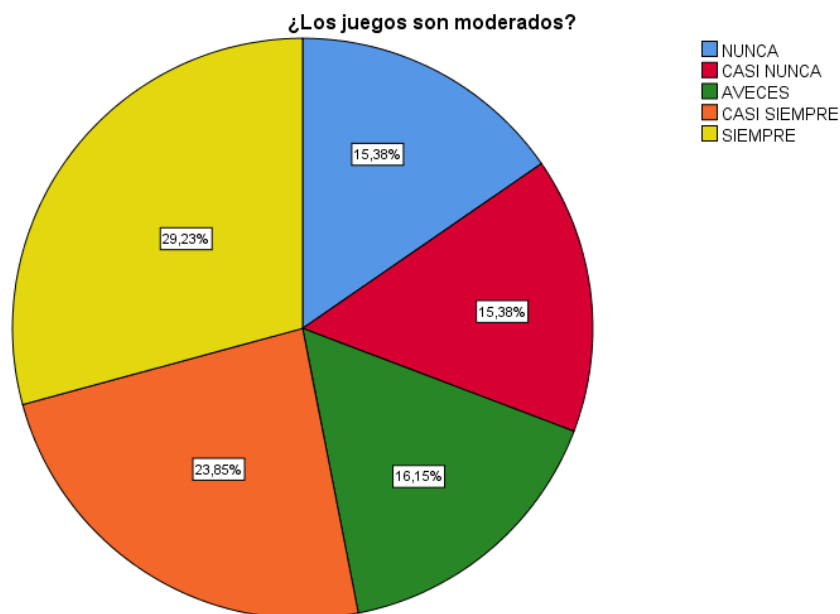
### PENSAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS JUEGOS DE LOS PROGRAMAS DE REALITY

#### ¿LOS JUEGOS SON MODERADOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	20	15,4	15,4	15,4
	CASI NUNCA	20	15,4	15,4	30,8
	A VECES	21	16,2	16,2	46,9
	CASI SIEMPRE	31	23,8	23,8	70,8
	SIEMPRE	38	29,2	29,2	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

#### GRÁFICO N° 4



FUENTE: Cuadro N° 4

## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 4 y gráfico N° 4, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos para ver el pensamiento de los estudiantes sobre los juegos de programas son los siguientes:

- El 29,2% correspondiente a 38 alumnos, indican que los juegos son siempre moderados en los programas de reality.
- El 23,8% correspondiente a 31 alumnos, indican que los juegos son casi siempre moderados en los programas de reality.
- El 16,2% correspondiente a 21 alumnos, indican que los juegos son a veces moderados en los programas de reality.
- El 15,4% correspondiente a 20 alumnos y teniendo igualdad en el porcentaje, indican que los juegos son casi nunca y nunca moderados en los programas de reality.

Donde los estudiantes indican que existe la confianza al momento de visualizar los juegos, ya que son siempre moderados los juegos en los programas de reality, son 20 personas que indican que casi nunca y nunca sus juegos son moderados.

### CUADRO N° 5

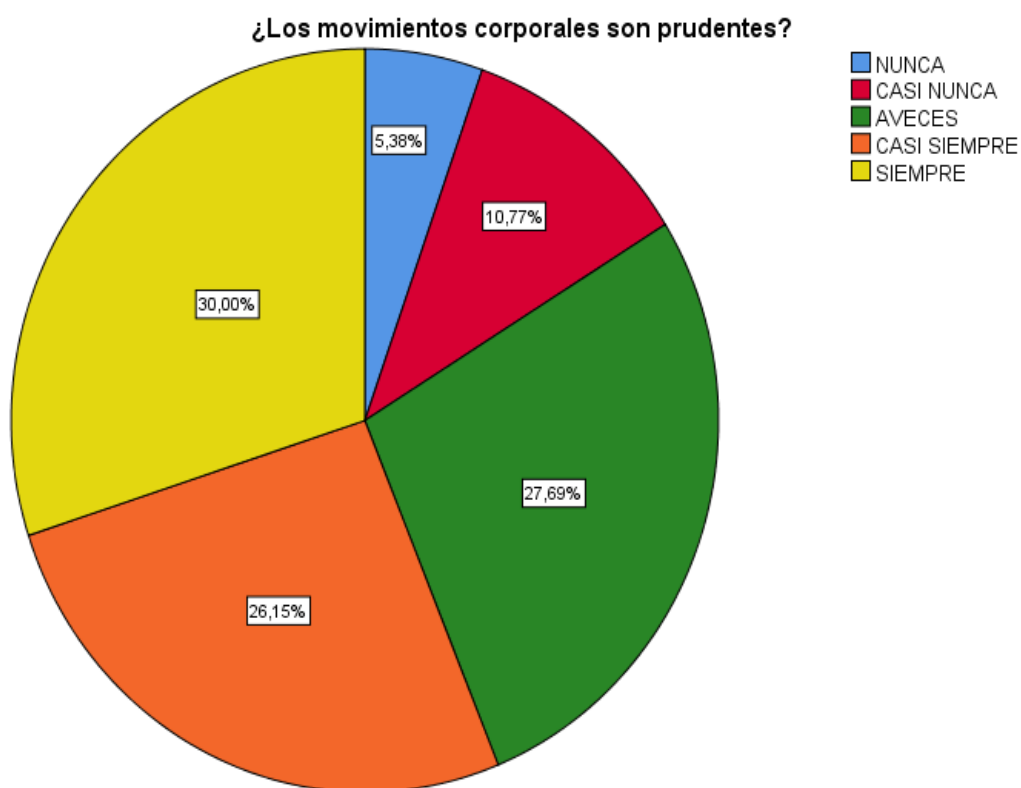
#### PENSAMIENTO ESTUDIANTIL SOBRE LOS MOVIMIENTOS CORPORALES DE LOS CONCURSANTES EN LOS PROGRAMAS DE REALITY

##### ¿LOS MOVIMIENTOS CORPORALES SON PRUDENTES?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	7	5,4	5,4	5,4
CASI NUNCA	14	10,8	10,8	16,2
A VECES	36	27,7	27,7	43,8
CASI SIEMPRE	34	26,2	26,2	70,0
SIEMPRE	39	30,0	30,0	100,0
Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

## GRÁFICO N° 5



FUENTE: Cuadro N° 5

### INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 5 y gráfico N° 5, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos de los pensamientos de los estudiantes sobre los movimientos corporales de los concursantes son los siguientes:

- El 30 % correspondiente a 39 estudiantes indican que siempre los movimientos corporales de los concursantes son prudentes.
- El 37,7 % correspondiente a 36 estudiantes indican que a veces los movimientos corporales de los concursantes son prudentes.
- El 26,2 % correspondiente a 34 estudiantes indican que casi siempre los movimientos corporales de los concursantes son prudentes.
- El 10,8% correspondiente a 14 estudiantes indican que casi nunca los movimientos corporales de los concursantes son prudentes.
- El 5,4 % correspondiente a 7 estudiantes indican que nunca los movimientos corporales de los concursantes son prudentes.

**CUADRO N° 6**

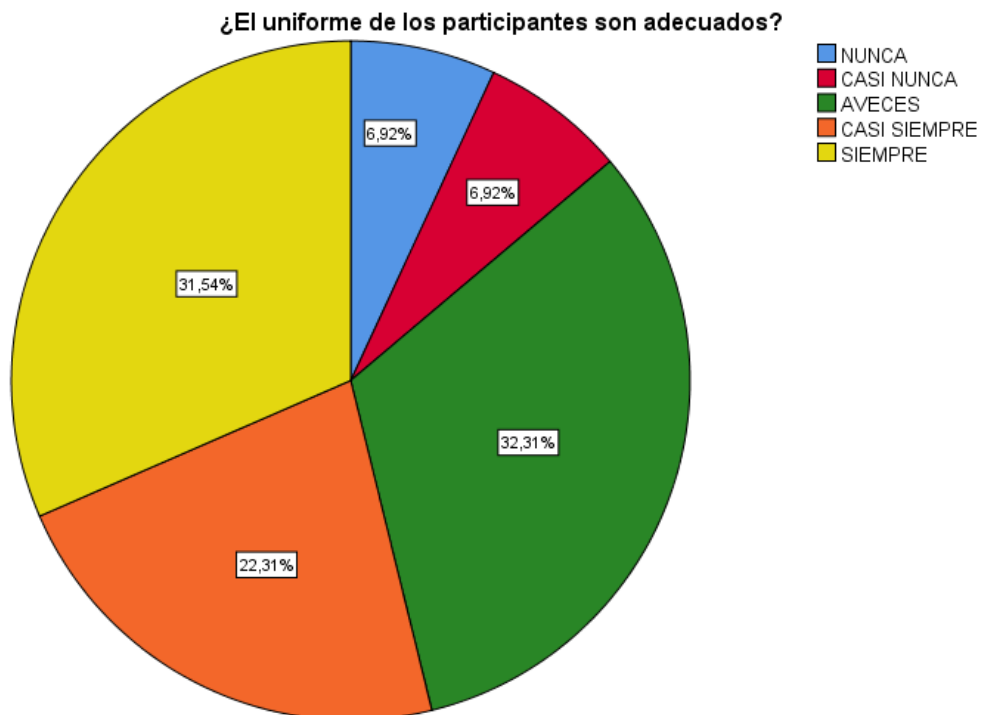
**PENSAMIENTO ESTUDIANTIL SOBRE LOS UNIFORMES DE LOS  
CONCURSANTES EN LOS PROGRAMAS DE REALITY**

**¿EL UNIFORME DE LOS PARTICIPANTES ES EL ADECUADO?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	9	6,9	6,9	6,9
CASI NUNCA	9	6,9	6,9	13,8
A VECES	42	32,3	32,3	46,2
CASI SIEMPRE	29	22,3	22,3	68,5
SIEMPRE	41	31,5	31,5	100,0
Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

**GRÁFICO N° 6**



FUENTE: Cuadro N° 6



## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 6 y gráfico N° 6, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos son los siguientes:

- El 32,2 % correspondiente a 42 estudiantes, indican que a veces el uniforme de los concursantes es el adecuado en los programas de reality.
- El 31,5% correspondiente a 41 estudiantes, indican que siempre el uniforme de los concursantes es el adecuado en los programas de reality.
- El 22,3 correspondiente a 29 estudiantes, indican que casi siempre el uniforme de los concursantes es el adecuado en los programas de reality.
- El 6,9 % correspondiente a 9 estudiantes, indican que nunca y casi nunca el uniforme de los concursantes es el adecuado en los programas de reality.

Donde podemos observar el agrado de los estudiantes con el uniforme que utilizan los concursantes en estos tipos de programas, por más que solo podemos identificar personas superficiales, su mayor parte del tiempo se dedican a los gimnasios para poder lucir bien ante cámaras.

## CUADRO N° 7

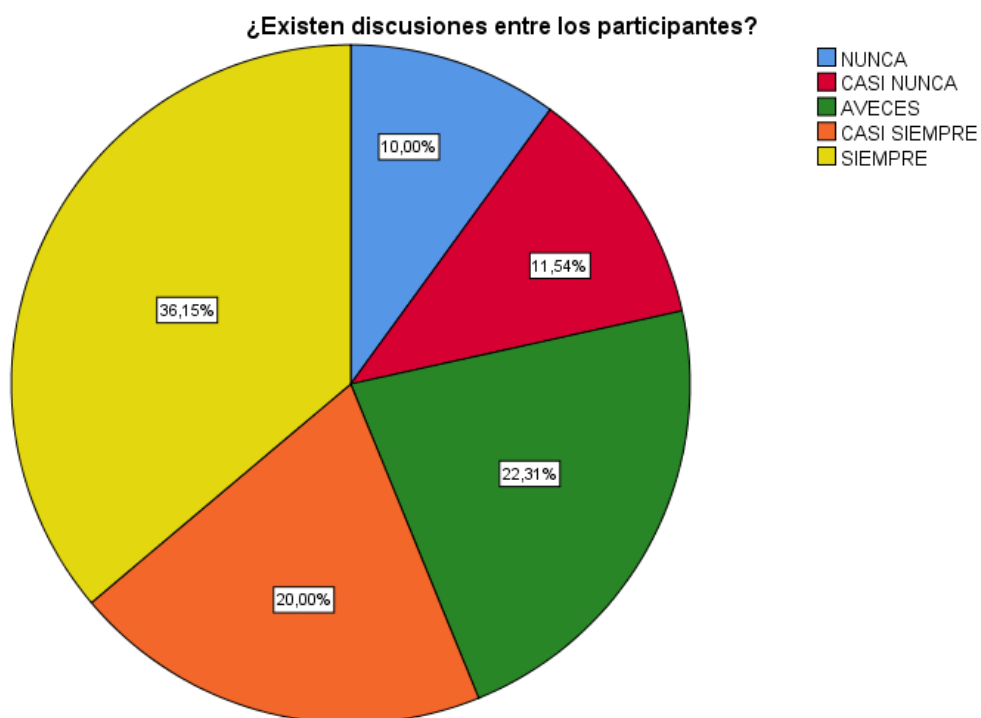
### FRECUENCIA DE LAS DISCUSIONES ENTRE LOS PARTICIPANTES DE LOS PROGRAMAS DE REALITY

#### ¿EXISTEN DISCUSIONES ENTRE LOS PARTICIPANTES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	13	10,0	10,0	10,0
	CASI NUNCA	15	11,5	11,5	21,5
	A VECES	29	22,3	22,3	43,8
	CASI SIEMPRE	26	20,0	20,0	63,8
	SIEMPRE	47	36,2	36,2	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

## GRÁFICO N° 7



FUENTE: Cuadro N° 7

## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 7 y gráfico N° 7, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos son los siguientes:

- El 36,2 % correspondiente a 47 alumnos, indican que siempre existe discusiones entre los participantes de los programas de reality.
- El 20 % correspondiente a 26 alumnos, indican que casi siempre existe discusiones entre los participantes de los programas de reality.
- El 22,3% correspondiente a 29 alumnos, indican que a veces existen discusiones entre los participantes de los programas de reality.
- El 11,5 % correspondiente a 15 alumnos, indican que casi nunca existe discusiones entre los participantes de los programas de reality.
- El 10% correspondiente a 13 alumnos, indican que nunca existe discusiones entre los participantes de los programas de reality.

Es importante identificar la aceptación de los encuestados sobre esta pregunta, porque es repercutible en las actitudes de los estudiantes, donde el mayor porcentaje indican

que siempre existen discusiones entre los participantes de los programas, donde los gestos y palabras utilizadas tienen impacto dentro de los televidentes.

**CUADRO N° 8**

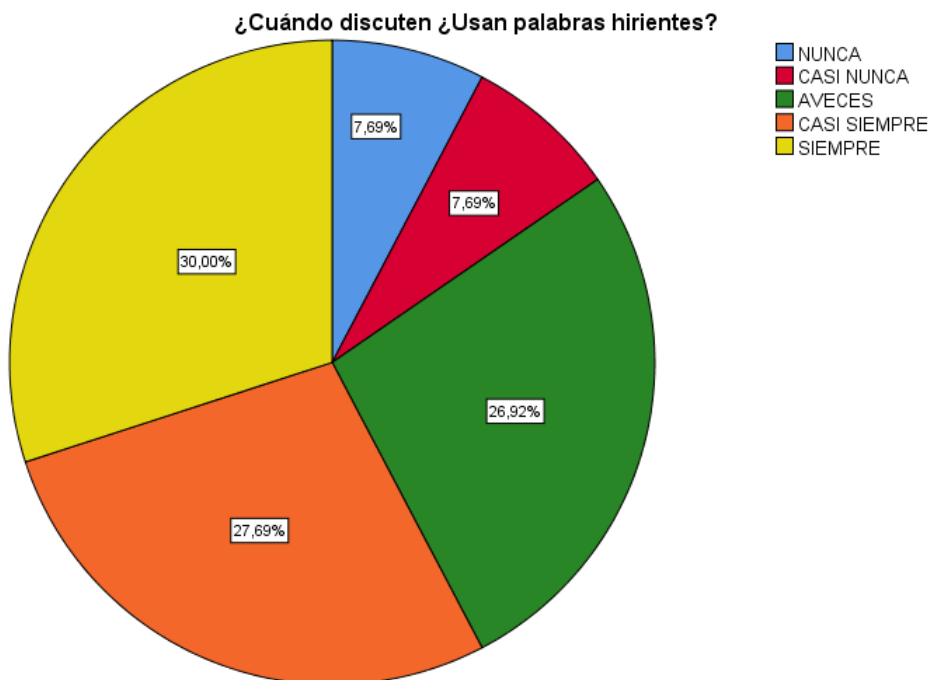
**FRECUENCIA DE LAS PALABRAS HIRIENTES QUE USAN LOS PARTICIPANTES DE LOS PROGRAMAS DE REALITY**

**CUÁNDO DISCUTEN ¿USAN PALABRAS HIRIENTES?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	10	7,7	7,7	7,7
	CASI NUNCA	10	7,7	7,7	15,4
	A VECES	35	26,9	26,9	42,3
	CASI SIEMPRE	36	27,7	27,7	70,0
	SIEMPRE	39	30,0	30,0	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

**GRÁFICO N° 8**



FUENTE: Cuadro N° 8

## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 8 y gráfico N° 8, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos son los siguientes:

- El 30% de 39 estudiantes, mencionan que en los programas de reality siempre utilizan palabras hirientes en los participantes.
- El 27,7% de 36 estudiantes, mencionan que en los programas de reality casi siempre utilizan palabras hirientes en los participantes.
- El 26,9% de 35 estudiantes, mencionan que en los programas de reality a veces utilizan palabras hirientes en los participantes.
- El 7,7% de 10 estudiantes, mencionan que en los programas de reality casi nunca y nunca utilizan palabras hirientes en los participantes.

Existe un alto porcentaje de alumnos que indican que siempre utilizan palabras hirientes entre los participantes, y es un índice alarmante porque influye en el comportamiento de estudiantes y su entorno.

## CUADRO N° 9

### LENGUAJE QUE ULIZAN LOS PARTICIPANTES DE LOS PROGRAMAS DE REALITY

#### ¿EL LENGUAJE UTILIZADO POR LOS PARTICIPANTES ES EL CORRECTO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	3,8	3,8	3,8
	CASI NUNCA	5	3,8	3,8	7,7
	A VECES	38	29,2	29,2	36,9
	CASI SIEMPRE	38	29,2	29,2	66,2
	SIEMPRE	44	33,8	33,8	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

## GRÁFICO N° 9



FUENTE: Cuadro N° 9

### INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 9 y gráfico N° 9, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos son los siguientes:

- El 33,8% representando a 44 estudiantes indican que el lenguaje de los participantes es siempre correcto entre los participantes.
- El 25,2% representando a 38 estudiantes indican que el lenguaje de los participantes es casi siempre y a veces es correcto entre los participantes.
- El 3,8% representando a 5 estudiantes indican que el lenguaje de los participantes es casi nunca y nunca correcto entre los participantes.

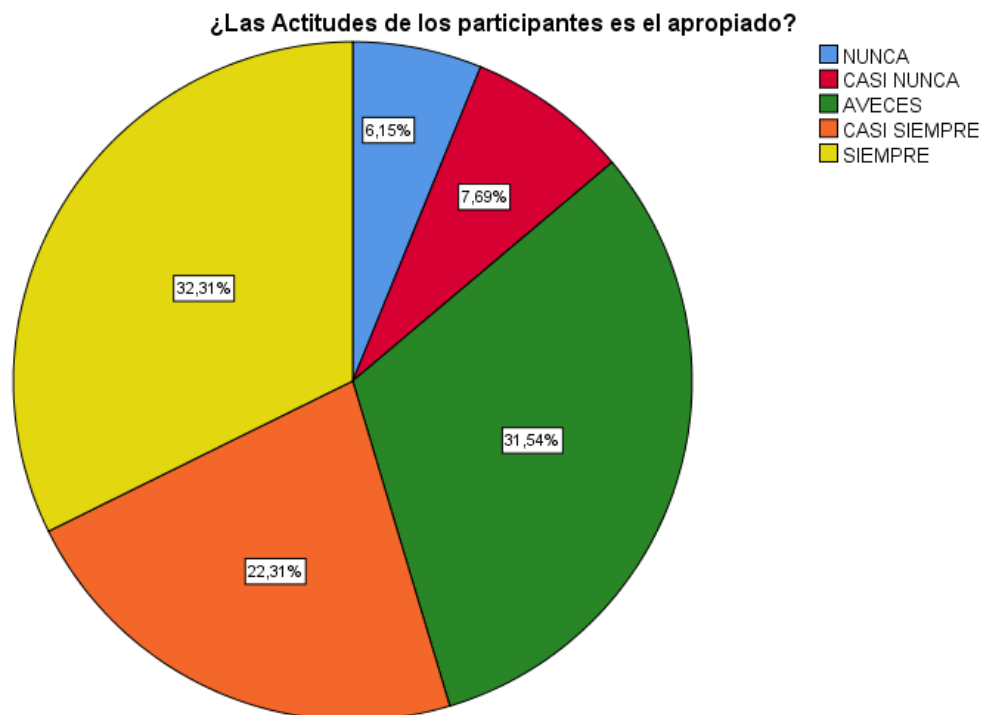
**CUADRO N° 10**  
**EL COMPORTAMIENTO DE LOS PARTICIPANTES DE LOS**  
**PROGRAMAS DE REALITY**

**¿LAS ACTITUDES DE LOS PARTICIPANTES ES APROPIADA?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	8	6,2	6,2	6,2
	CASI NUNCA	10	7,7	7,7	13,8
	A VECES	41	31,5	31,5	45,4
	CASI SIEMPRE	29	22,3	22,3	67,7
	SIEMPRE	42	32,3	32,3	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

**GRÁFICO N° 10**



FUENTE: Cuadro N° 10

## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 10 y gráfico N° 10, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos son los siguientes:

- 42 estudiantes que representa el 32,3% indican que las actitudes de los participantes de los programas de reality, es siempre la correcta.
- 41 estudiantes que representa el 31,5% indican que las actitudes de los participantes de los programas de reality, a veces es la correcta.
- 29 estudiantes que representa el 22,3% indican que las actitudes de los participantes de los programas de reality, casi siempre es la correcta.
- 10 estudiantes que representa el 7,7% indican que las actitudes de los participantes de los programas de reality, casi nunca es la correcta.
- 8 estudiantes que representa el 6,2% indican que las actitudes de los participantes de los programas de reality nunca es la correcta.

## CUADRO N° 11

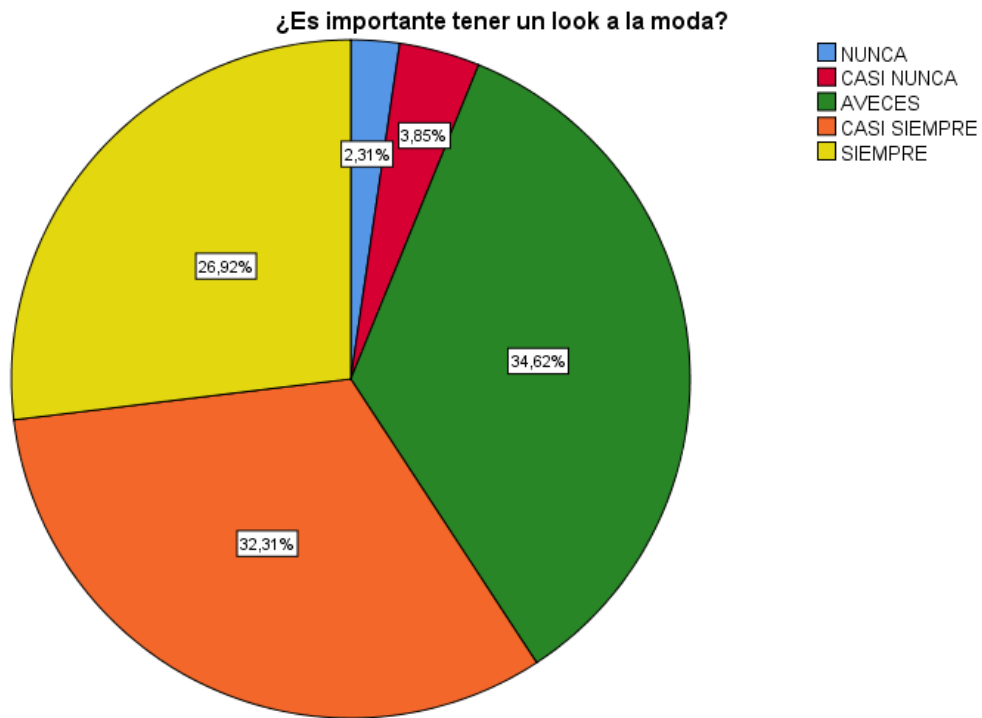
### IMPORTANCIA DE UN “LOOK” A LA MODA PARA LOS ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO

#### ¿ES IMPORTANTE TENER UN LOOK A LA MODA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	2,3	2,3	2,3
	CASI NUNCA	5	3,8	3,8	6,2
	A VECES	45	34,6	34,6	40,8
	CASI SIEMPRE	42	32,3	32,3	73,1
	SIEMPRE	35	26,9	26,9	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

## GRÁFICO N° 11



FUENTE: Cuadro N° 11

### INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 11 y gráfico N° 11, de un total de 130 encuestados, los resultados obtenidos respecto a la importancia de un “look” a la moda para los estudiantes del distrito de Tarapoto.

- El 2,3% manifiestan que nunca es importante tener un look a la moda.
- El 3,8% nos manifiestan que casi nunca es importante tener un look a la moda.
- El 34,6% nos manifiestan que a veces es importante tener un look a la moda.
- El 32,3% nos manifiestan que casi siempre es importante tener un look a la moda.
- El 26,9% nos manifiestan que siempre es importante tener un look a la moda.



## CUADRO N° 12

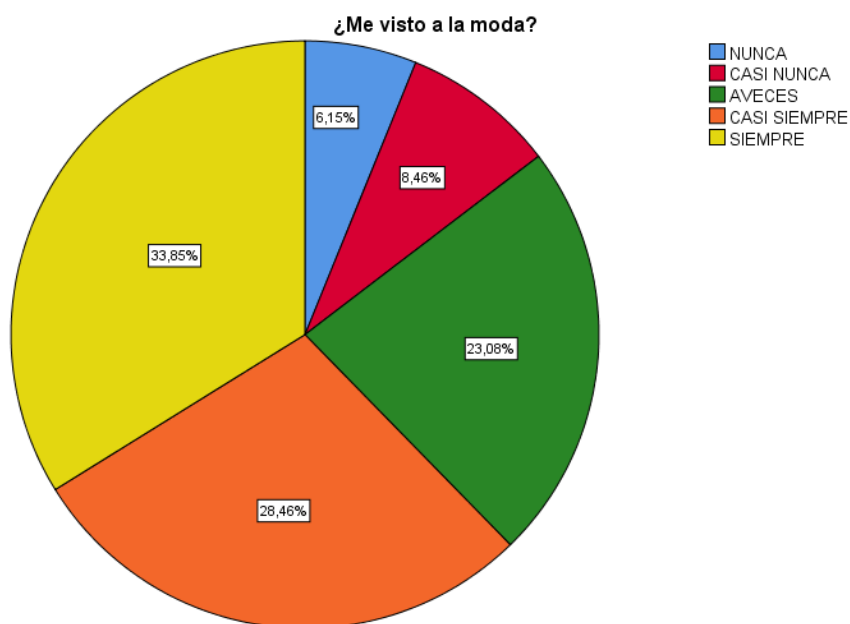
### IMPORTANCIA DE VESTIRSE A LA MODA PARA LOS ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO

#### ¿ME VISTO A LA MODA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	8	6,2	6,2	6,2
	CASI NUNCA	11	8,5	8,5	14,6
	AVECES	30	23,1	23,1	37,7
	CASI SIEMPRE	37	28,5	28,5	66,2
	SIEMPRE	44	33,8	33,8	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

## GRÁFICO N° 12



FUENTE: Cuadro N° 12

### INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 12 y gráfico N° 12, de un total de 130 encuestados, los resultados obtenidos de la importancia de vestirse a la moda para los estudiantes del distrito de Tarapoto son los siguientes:

- El 33,8 % de 44 estudiantes indican que siempre visten a la moda.
- El 28,5 % de 37 estudiantes indican que casi siempre visten a la moda.

- El 23,1 % de 30 estudiantes nos indican que a veces visten a la moda.
- El 8,5% de 11 estudiantes nos indican que casi nunca visten a la moda.
- El 6,2% de 8 estudiantes nos indican que nunca visten a la moda.

### CUADRO N° 13

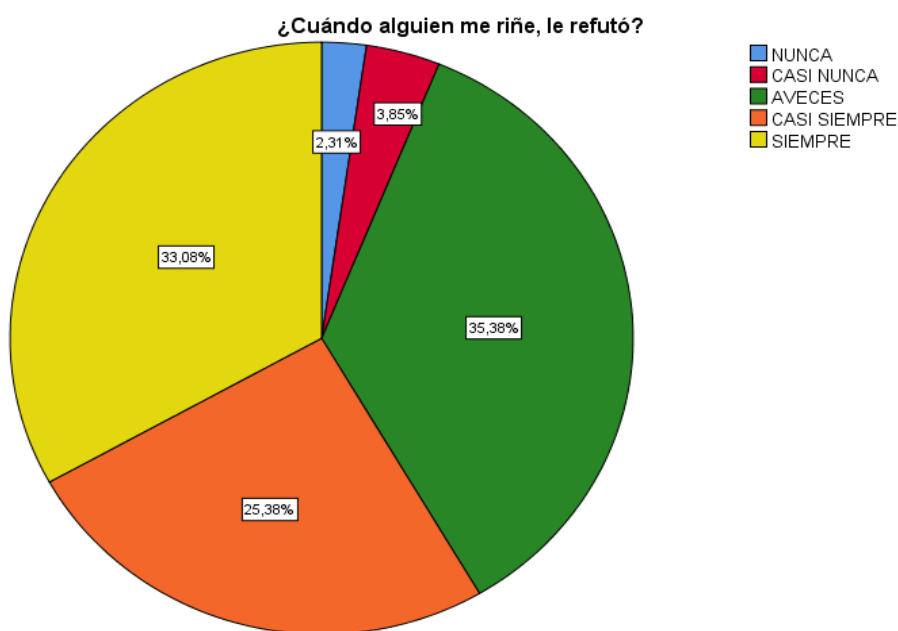
#### REACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO CUANDO ALGUIEN LES REGAÑA

##### ¿CUÁNDO ALGUIEN ME RIÑE, LE REFUTÓ?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	2,3	2,3	2,3
	CASI NUNCA	5	3,8	3,8	6,2
	AVECES	46	35,4	35,4	41,5
	CASI SIEMPRE	33	25,4	25,4	66,9
	SIEMPRE	43	33,1	33,1	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

### GRÁFICO N° 13



FUENTE: Cuadro N° 13

## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 13 y gráfico N° 13, de un total de 130 encuestados, los resultados obtenidos de la reacción de los estudiantes del distrito de Tarapoto cuando alguien los regaña son los siguientes:

- El 35,4 % indica que a veces cuando alguien les riñe, refutan.
- El 25,4 % indica que casi siempre cuando alguien les riñe, refutan.
- El 35,1 % indica que siempre cuando alguien les riñe, refutan.
- El 3,8 % indica que casi nunca cuando alguien les riñe, refutan.
- El 2,3 % indica que nunca cuando alguien les riñe, refutan.

## CUADRO N° 14

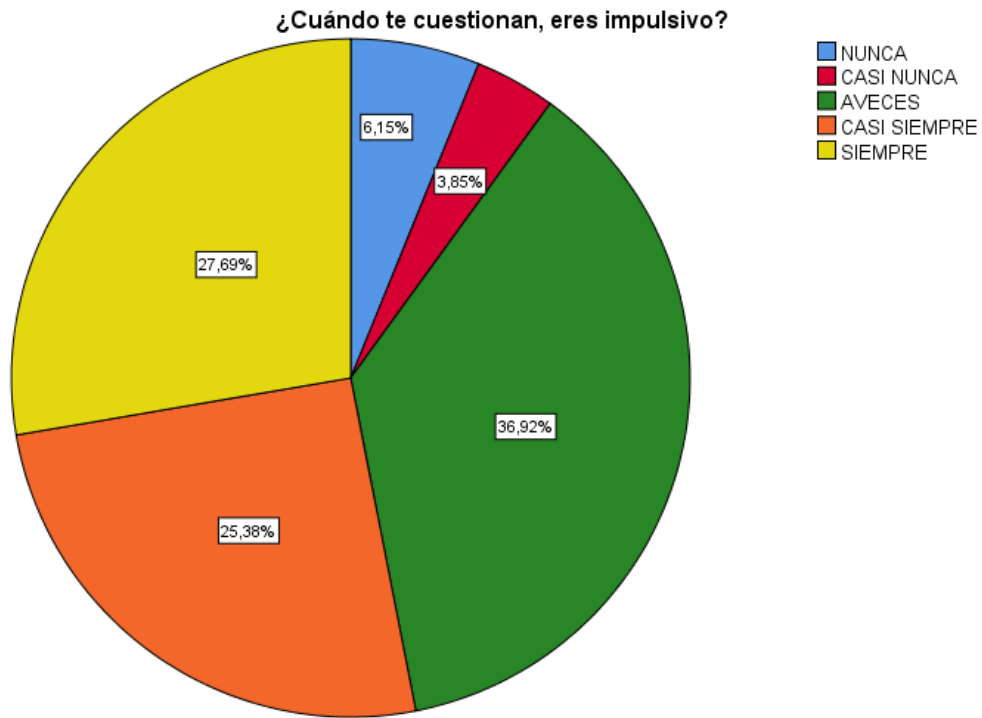
### REACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO CUANDO ALGUIEN LES CUESTIONA

#### ¿CUÁNDO TE CUESTIONAN, ERES IMPULSIVO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	8	6,2	6,2	6,2
	CASI NUNCA	5	3,8	3,8	10,0
	AVECES	48	36,9	36,9	46,9
	CASI SIEMPRE	33	25,4	25,4	72,3
	SIEMPRE	36	27,7	27,7	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

**GRÁFICO N° 14**



FUENTE: Cuadro N° 14

### INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 14 y gráfico N° 14, de un total de 130 encuestados los resultados obtenidos de la reacción de los estudiantes del distrito de Tarapoto cuando alguien los cuestiona son los siguientes:

- 48 estudiantes que corresponden al 36,9 %, manifiestan que a veces son impulsivos cuando les cuestionan.
- 36 estudiantes que corresponden al 27,7 %, manifiestan que siempre son impulsivos cuando les cuestionan.
- 33 estudiantes que corresponden al 25,4 %, manifiestan que casi siempre son impulsivos cuando les cuestionan.
- 8 estudiantes que corresponden al 6,2 %, manifiestan que nunca son impulsivos cuando les cuestionan.
- 5 estudiantes que corresponden al 3,8 %, manifiestan que casi nunca son impulsivos cuando les cuestionan.

**CUADRO N° 15**

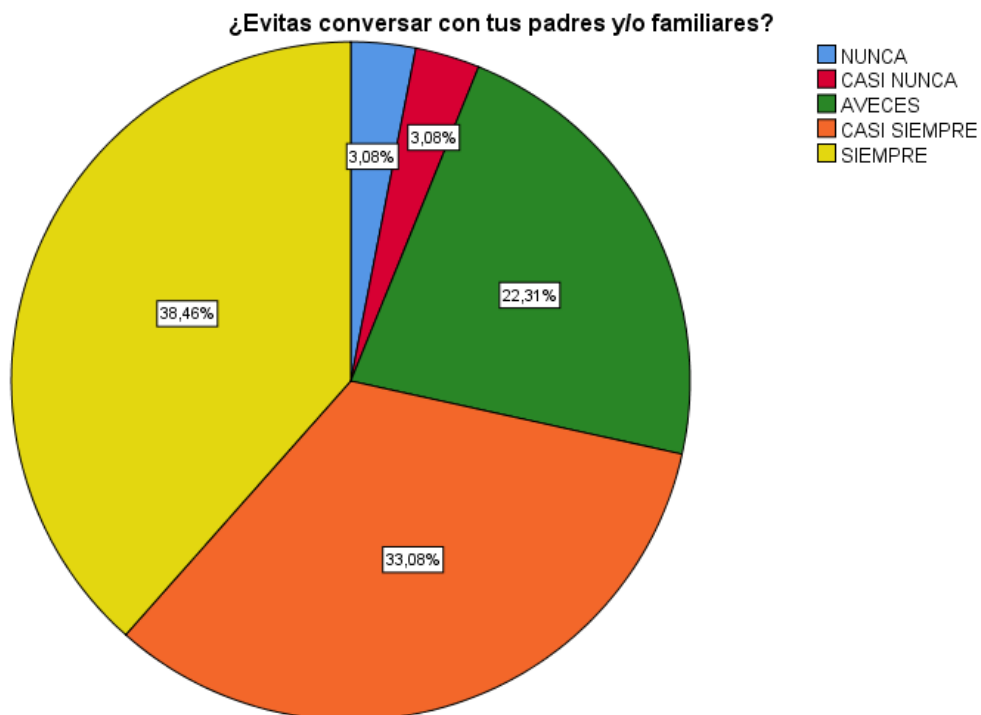
**SOCIABILIDAD DE LOS ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE  
TARAPOTO CON SUS PADRES Y/O FAMILIARES**

**¿EVITAS CONVERSAR CON TUS PADRES Y/O FAMILIARES?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	4	3,1	3,1	3,1
CASI NUNCA	4	3,1	3,1	6,2
AVECES	29	22,3	22,3	28,5
CASI SIEMPRE	43	33,1	33,1	61,5
SIEMPRE	50	38,5	38,5	100,0
Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

**GRÁFICO N° 15**



FUENTE: Cuadro N° 15

## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 15 y gráfico N° 15, de un total de 130 encuestados, los resultados obtenidos sobre la sociabilidad de los estudiantes del distrito de Tarapoto con sus padres y/o familiares son los siguientes:

- El 38,5 % de estudiantes manifiestan que siempre evitan conversar con sus padres y/o familiares.
- El 33,1 % de estudiantes manifiestan que casi siempre evitan conversar con sus padres y/o familiares.
- El 22,3 % de estudiantes manifiestan que a veces evitan conversar con sus padres y/o familiares.
- El 3,1 % de estudiantes manifiestan que nunca y casi nunca evitan conversar con sus padres y/o familiares.

## CUADRO N° 16

### APOYO DE LOS ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO CON SUS COMPAÑEROS CUANDO LES NECESITAN

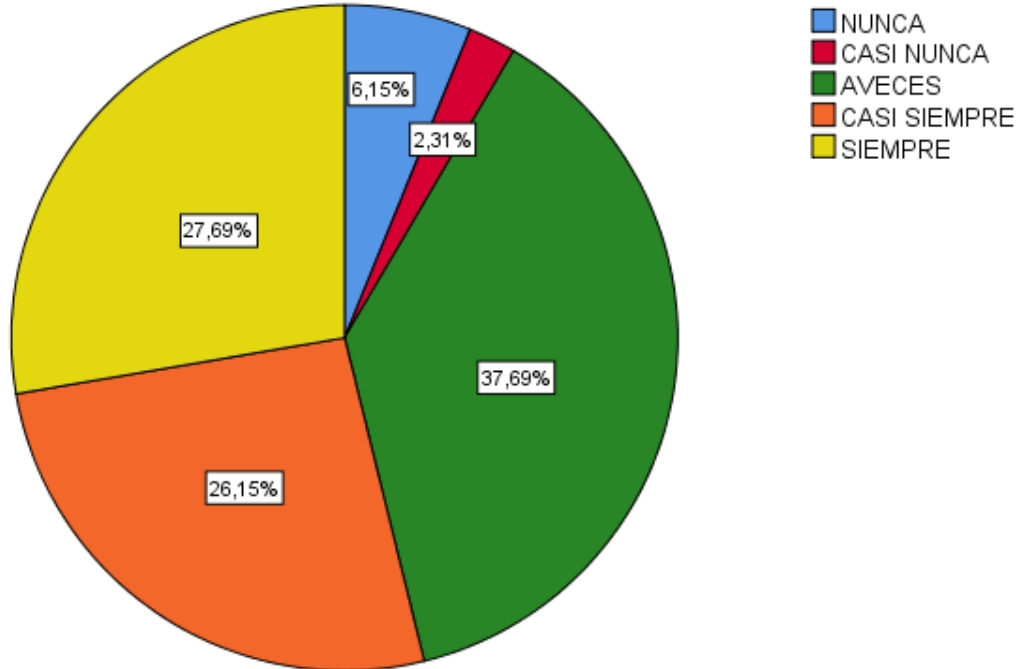
#### ¿CUÁNDO UN COMPAÑERO ESTÁ EN PROBLEMAS, EVITAS APOYARLO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	8	6,2	6,2	6,2
	CASI NUNCA	3	2,3	2,3	8,5
	AVECES	49	37,7	37,7	46,2
	CASI SIEMPRE	34	26,2	26,2	72,3
	SIEMPRE	36	27,7	27,7	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

**GRÁFICO N° 16**

**¿Cuándo un compañero está en problemas, evitas apoyarlo?**



FUENTE: Cuadro N° 16

### **INTERPRETACIÓN**

En el cuadro N° 16 y gráfico N° 16, de un total de 130 encuestados, los resultados obtenidos sobre el apoyo de los estudiantes del distrito de Tarapoto con sus compañeros cuando los necesitan son los siguientes:

- El 37,7 % de los estudiantes manifiestan que a veces evitan apoyar a sus compañeros cuando están en problemas.
- El 27,7 % de los estudiantes manifiestan que siempre evitan apoyar a sus compañeros cuando están en problemas.
- El 26,2 % de los estudiantes manifiestan que casi siempre evitan apoyar a sus compañeros cuando están en problemas
- El 6,2 % de los estudiantes manifiestan que nunca evitan apoyar a sus compañeros cuando están en problemas
- El 2,3 % de los estudiantes manifiestan que casi nunca evitan apoyar a sus compañeros cuando están en problemas

**CUADRO N° 17**

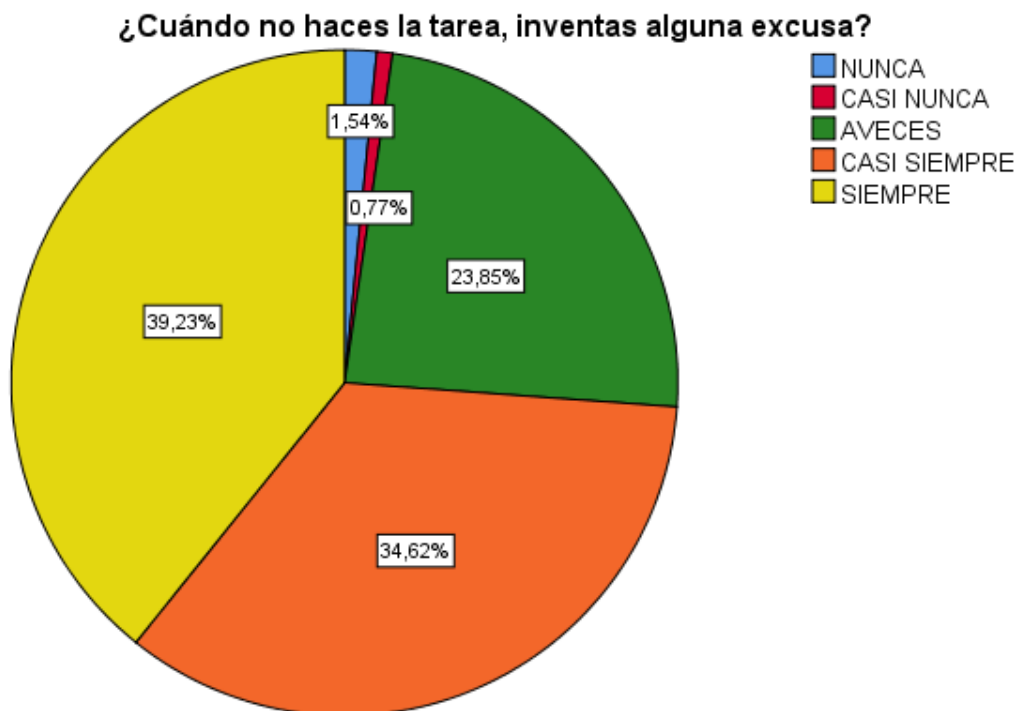
**FRECUENCIA DE LAS EXCUSAS DE LOS ESTUDIANTES DEL  
DISTRITO DE TARAPOTO CUANDO NO REALIZAN LA TAREA**

**¿CUÁNDO NO HACES LA TAREA, INVENTAS ALGUNA EXCUSA?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NUNCA	2	1,5	1,5	1,5
CASI NUNCA	1	,8	,8	2,3
AVECES	31	23,8	23,8	26,2
CASI SIEMPRE	45	34,6	34,6	60,8
SIEMPRE	51	39,2	39,2	100,0
Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

**GRÁFICO N° 17**



FUENTE: Cuadro N° 17



## INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 17 y gráfico N° 17, de un total de 130 encuestados, los resultados obtenidos son los siguientes a la frecuencia de las excusas de los estudiantes del distrito de Tarapoto cuando no realizan la tarea.

- El 39,2 % de estudiantes manifiestan que cuando no hacen la tarea siempre inventan una excusa.
- El 34,6 % de estudiantes manifiestan que cuando no hacen la tarea casi siempre inventan una excusa.
- El 23,8 % de estudiantes manifiestan que cuando no hacen la tarea a veces inventan una excusa.
- El 1,5 % de estudiantes manifiestan que cuando no hacen la tarea nunca inventan una excusa.
- El 0,8 % de estudiantes manifiestan que cuando no hacen la tarea casi nunca inventan una excusa.

## CUADRO N° 18

### SIMPATÍA POR SUS PERSONAJES FAVORITOS DE LOS ESTUDIANTES DEL DISTRITO DE TARAPOTO

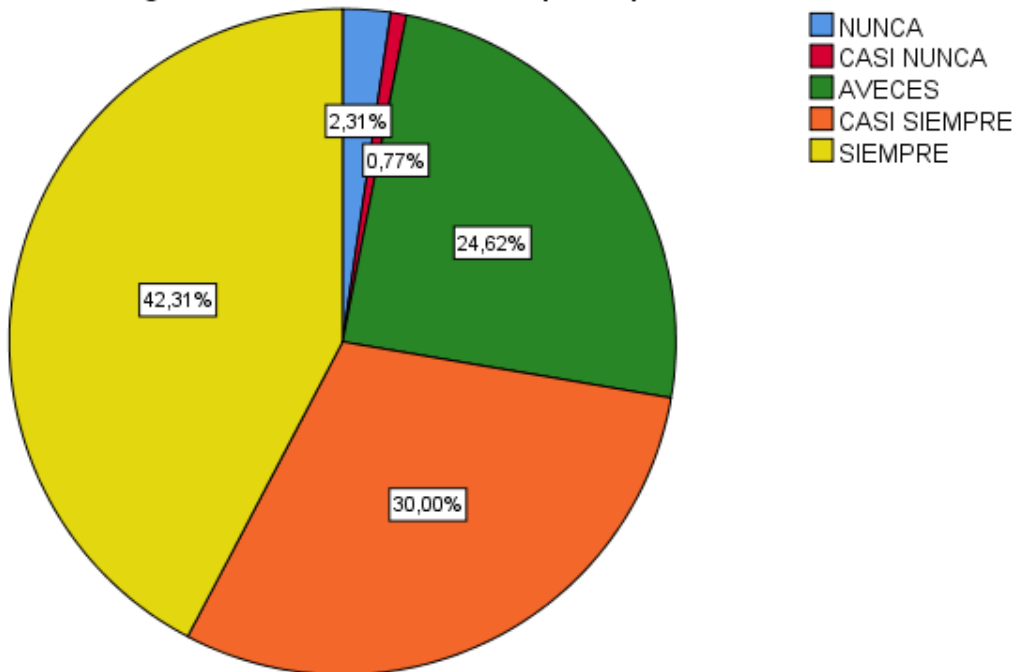
#### ¿IMITAS LAS ACTITUDES DE TU PARTICIPANTE FAVORITO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	2,3	2,3	2,3
	CASI NUNCA	1	,8	,8	3,1
	AVECES	32	24,6	24,6	27,7
	CASI SIEMPRE	39	30,0	30,0	57,7
	SIEMPRE	55	42,3	42,3	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

**FUENTE:** Encuesta a estudiantes de quinto de secundaria del distrito de Tarapoto 05/04/2019, Procesado en SPSS Vs. 25.

## GRÁFICO N° 18

¿Emulas las actitudes de tu participante favorito?



FUENTE: Cuadro N° 18

### INTERPRETACIÓN

En el cuadro N° 18 y gráfico N° 18, de un total de 130 encuestados (estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto), los resultados obtenidos son los siguientes:

- El 42 % de 55 estudiantes, indican que siempre imitan las actitudes de sus participantes favoritos de los programas de reality.
- El 30 % de 39 estudiantes, indican que casi siempre imitan las actitudes de sus participantes favoritos de los programas de reality.
- El 24,6 % de 32 estudiantes, indican que a veces imitan las actitudes de sus participantes favoritos de los programas de reality.
- El 0,8 % de 1 estudiante, indica que casi nunca imita las actitudes de sus participantes favoritos de los programas de reality.
- El 2,3 % de 3 estudiantes, indican que nunca imitan las actitudes de sus participantes favoritos de los programas de reality.

#### 4.2. Prueba de hipótesis:

### ACEPTACIÓN DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS POR LOS ESTUDIANTES DE QUINTO AÑO DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO

#### *Aceptación de Programas Televisivos de Reality*

Calificación	Rango		Frec.	%
	Desde	Hasta		
Baja	8	18	0	0%
Media	19	29	61	46.92%
Alta	30	40	69	53.08%
Total			130	100%

*Nota:* Elaboración Propia

Interpretación:

En cuanto a la presente tabla se puede observar que la aceptación de los programas televisivos de reality por los estudiantes es Media en un 46.92%, y Alta en un 53.08%; con lo cual se puede afirmar que la aceptación de los programas televisivos de reality es en su mayoría Alta.

### INCIDENCIA DE FORMA NEGATIVA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO AÑO DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE REALITY

#### *Incidencia de forma negativa en la conducta de los Estudiantes*

Calificación	Rango		Frec.	%
	Desde	Hasta		
Baja	8	18	0	0%
Media	19	29	35	26.92%
Alta	30	40	95	73.08%
Total			130	100%

*Nota:* Elaboración Propia

Interpretación:

En cuanto a la presente tabla se puede observar que la incidencia de forma negativa en la conducta de los estudiantes es Media en un 26.92%, y Alta en un 73.08%; con lo cual se puede afirmar que la incidencia de los programas televisivos de reality mayormente se da de manera negativa.

**PRUEBA DE RHO DE SPEARMAN PARA ENCONTRAR LA CORRELACIÓN  
ENTRE LA ACEPTACIÓN DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE  
REALITYS Y LA CONDUCTA NEGATIVA DE LOS ESTUDIANTES DE QUINTO  
AÑO DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DE TARAPOTO**

**CORRELACIÓN**

			REALITYS	CONDUCTA NEGATIVA
Rho de Spearman	REALITYS	Coefficiente de correlación	1,000	,201*
		Sig. (bilateral)	.	,022
		N	130	130
	CONDUCTA NEGATIVA	Coefficiente de correlación	,201*	1,000
		Sig. (bilateral)	,022	.
		N	130	130

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación:

Conforme a la presente tabla N° 21, se identifica el resultado obtenido por la prueba no paramétrica Rho de Spearman. Asimismo, se obtuvo un p – valor de 0.000 menor al margen de error 0.05; indicando de esta manera que existe una influencia significativa entre las variables programas televisivos de reality y conducta de los estudiantes. De igual manera, el coeficiente de correlación fue positiva considerable.

En conclusión, se pudo establecer que mientras más alta sea la aceptación de los programas televisivos de reality más alta será la influencia de forma negativa en la conducta de los estudiantes de quinto grado de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto. De esta

manera se acepta la Hipótesis de investigación (HI). “Los programas televisivos de reality influyen negativamente en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.”.

### **4.3. Discusión**

En la presente tesis de investigación se ha llegado a la conclusión que los estudiantes de quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto tienen un alto índice de apego a los programas de reality emitidos en los medios de comunicación nacionales y esto ha generado que adopten pensamientos y comportamientos que perjudican su desarrollo cognoscitivo y emocional.

La influencia que están ocasionando los programas de reality están ligados con el deseo negativo de competitividad, el dominio sobre la mujer, la inclinación por la apariencia física, la obtención de dinero o el estatus social, lo que genera una percepción errada de la vida y un aprendizaje negativo.

La presente investigación se relaciona con el estudio de El Consejo Consultivo de Radio y Televisión CONCORTV (2014), en su informe: *Evaluación de géneros televisivos y radiales de adolescentes en la ciudad de Tarapoto* y con Manuel Arboccó de los Heros, Jorge O'Brien Arboccó (2012) con su estudio: *Impacto de la televisión basura en la mente y la conducta de niños y adolescentes*, ya que ambos direccionan sus bases en la influencia que genera de manera directa los programas televisivos en niños y adolescentes, esto a su vez el impacto social en su desarrollo, ya que en el proceso de crecimiento y aprendizaje van adoptando personalidades que pueden llegar a ser destructivas.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones:**

- a) La influencia de los programas televisivos de reality influye negativamente en la conducta de los estudiantes del quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto.
- b) Se determinó que los programas televisivos de reality presentan contenidos que promueven el culto al cuerpo, la violencia, el egocentrismo y la superficialidad.
- c) Los estudiantes del quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto consideran que la mentira y la ausencia de responsabilidades escolares son normales y aceptados en la sociedad. Además se inclinan por actividades no acordes a su edad.
- d) Los estudiantes del quinto grado de secundaria del distrito de Tarapoto consideran a los personajes de reality como modelos a seguir, tomando como percepción que la vida libertina con carga de violencia es positiva para sus vidas.

## **5.2. Recomendaciones**

a) Es necesario establecer programas de asesoría académica dentro de las instituciones educativas, que promueva acercamiento con los estudiantes, la detección de problemas y la solución de los mismos.

b) Diseñar y ejecutar en los colegios el programa comunicacional “Reporteros Escolares”, con la finalidad de fomentar la investigación de temas sociales que se presentan dentro del plantel y la repercusión fuera del mismo. En este programa los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UCP formarían parte del proyecto como parte de sus prácticas pre- profesionales.

c) Establecer alianzas estratégicas con las universidades para un apoyo formativo y vocacional y con los medios de comunicación para la difusión de los mejores trabajos desarrollados en el programa “Reporteros Escolares”, como una manera de motivar a los estudiantes y replicar en otros colegios a nivel regional y nacional.

La ejecución de estas recomendaciones no solo disminuiría el apego a los formatos televisivos de reality, sino que fomentaría en los estudiantes el desarrollo de actividades formativas y productivas que les permitirían tener un proyecto de vida ideal.

## Referencias Bibliográficas

- Asociación de Comunicadores Sociales Calandria . (2016). *ESTUDIO CUANTITATIVO SOBRE CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL EN NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES*. Lima Perú: CONCORTV.
- Pérez Porto y Gardey. (2015). *Definición de reality show*. España: Copyright © 2008-2019 - Definicion.de .
- Arboccó de los Heros, Manuel - O'Brien Arboccó, Jorge. (2012). *Impacto de la televisión basura en la maente y la conducta de los niños y adolescentes*. Lima Perú: UNIFE.
- Arnold, U. (2002). *El comportamiento de las audiencias de televisión en Chile*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. EEUU: General Learning Press.
- Castillo Santiago, M. S. (2015). *Influencia de los Medios de Comunicación en la Educación Actual* . Perú: ISBN: 978-84-692-6466-9 .
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) . (2014). *Evaluación de géneros televisivos y radiales de adolescentes en la ciudad de Tarapoto*. Lima Perú: [www.concortv.gob.pe](http://www.concortv.gob.pe).
- MANSOUL Y MEDINA. (2003). *Incidencia de la Televisión en elComportamiento de los Niños en Edades Comprendidas de 6 a 9 a añosdel Colegio "San Vicente de Paúl*. Venezuela: Universidad Rafael Beloso Chacín.
- Merino, Mauricio - Pérez Porto, Julián. (2012). *Definición de Programa*. España: (<https://definicion.de/programa/>).
- Pérez Porto, J. (2008). *Definición de Estudiante*. España: Copyright © 2008-2019 - Definicion.de .
- Perez, C. C. (2009). *El Color del Marketing*:. Pensilvania: <http://marketisimo.blogspot.com/2009/>.
- Real Academia Española . (2015). *Diccionario de la Real Academia Española* . España: Real Academia Española © Todos los derechos reservados.



Renker, T. (2013). *Influencia de los programas de concursos televisivos en la construcción de identidad cultural en jóvenes cusqueños*. Cusco Perú: Independent Study Project (ISP) Collection.

Rotter, J. B. (1945). *Social Learning and Clinical Psychology*. . EEUU: Prentice-Hall.

Sánchez Urquiza. (2002). *Diseño de un Reportaje Sobre la Incidencia de los Programas Humorísticos en el Comportamiento de de Niños en Edades Comprendida entre 5 a 10 Años*. Venezuela: Universidad RafaelBelloso Chacín.

Skinner, B. F. (1938). *La conducta de los organismos*. Massachusetts: ISBN 1-58390-007-1, ISBN 0-87411-487-X.

### **Linkografías:**

[http://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2635&context=isp\\_collection](http://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2635&context=isp_collection)

Información extraída de fuentes de internet.

<http://www.detrasdela cortina.com.pe/download/Impactotvbasura.pdf>

Información extraída de fuentes de internet.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa\\_del\\_aprendizaje\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_aprendizaje_social)

# **ANEXOS**

**Anexo N° 01: Matriz de Consistencia.**

Título	Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas de recolección
Influencia de los programas televisivos de “Reality” en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019”	¿Cómo influyen los programas televisivos “reality” en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las Instituciones Educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019?	<b>Objetivo General</b> Determinar la influencia de los programas televisivos “reality” en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.	Hi: Los programas televisivos de reality influyen negativamente en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.	<b>X: Programas de televisión reality</b>	Influencia interpersonal	- Relación con los padres - Relación con su entorno - Relación con sus docentes	Encuesta
		<b>Objetivos Específicos</b> Describir y analizar el contenido y mensajes de los programas televisivos “reality” de la televisión peruana. Medir y explicar el nivel de percepción	H0: Los programas televisivos de reality influyen positivamente en la conducta de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones		Influencia socio cultural	- Identificación cultural - Alienación - Inserción en la sociedad.	
					Influencia en la imagen personal	- Corte de pelo - Prendas de vestir - Tatuajes.	
					Influencia en el lenguaje	Lenguaje popular. Lenguaje estándar Lenguaje técnico Lenguaje	

		que tienen los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto, acerca de los programas televisivos “reality”. Explicar la incidencia en el comportamiento de los estudiantes de quinto grado de secundaria de las instituciones educativas del distrito de Tarapoto que tienen los programas televisivos reallitties sobre ellos.	educativas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019.			inapropiado.	
				<b>Y: Conducta de los estudiantes.</b>	Dimensión socio-emocional de la conducta.	Nivel de autonomía Nivel de seguridad Nivel de confianza	Encuesta
					Dimensión cognoscitiva de la conducta	Nivel de procesamiento de la información	
					Dimensión corporal de la conducta.	Nivel de condición biológica y física	

## Anexo 02: Instrumento de recopilación de datos



### ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE 5TO DE SECUNDARIA DEL DISTRITO DE TARAPOTO

**Objetivo:** Mediante la presente encuesta buscamos determinar la influencia de los programas televisivos de reality, en la conducta de los estudiantes de Instituciones Educativas Públicas del distrito de Tarapoto – región San Martín – 2019

#### I. Datos del Encuestado

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Institución Educativa: \_\_\_\_\_

#### II. Instrucciones

Marque con una “x” en el ítem de su consideración (solo una alternativa), y responda de manera clara y precisa las preguntas.

PREGUNTAS					
1. ¿Cuántas horas al día ves televisión?	1 HORA	2 HORAS	3 HORAS	4 HORAS	MAS DE 4 HORAS
2. ¿Qué tipo de programas es tu favorito?	NOTICIAS	DEPORTES	NOVELAS	CONCURSOS	REALITYS
SOBRE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE “REALITY”					
3. ¿Con qué frecuencia ves estos programas?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
4. ¿Los juegos son moderados?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
5. ¿Los movimientos corporales son prudentes?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
6. ¿Los uniformes de los participantes son adecuados?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
7. ¿Existen discusiones entre los participantes?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
8. Cuándo discuten ¿Usan palabras hirientes?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

9. ¿El lenguaje utilizado por los participantes es el correcto?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
10. ¿Las actitudes de los participantes es la apropiada?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

<b>SOBRE LA CONDUCTA DE LOS ESTUDIANTES</b>					
11. ¿Es importante tener un look a la moda?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
12. ¿Me visto a la moda?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
13. ¿Cuándo alguien me riñe, le refutó?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
14. ¿Cuándo te cuestionan, eres impulsivo?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
15. ¿Evitas conversar con tus padres y/o familiares?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
16. ¿Cuándo un compañero está en problemas, evitas apoyarlo?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
17. ¿Cuándo no haces la tarea, inventas alguna excusa?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
18. ¿Imitas las actitudes de tu participante favorito?	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

Muchas gracias por su apoyo.