

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE EDUCACIÓN



TESIS

**INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE
REALITY EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ALUMNOS
DEL 6TO. GRADO DE PRIMARIA DE LA I.E.Nº20827
“MERCEDES INDACOCHEA LOZANO”- HUACHO, 2018**

Para optar el título de Licenciado en Educación Primaria y Problemas de Aprendizaje

Presentado por:

Bach. ROGER MICCHAEL MATIAS PEÑA

Asesor:

Dra. LIDIA ALANYA SACCSA

HUACHO – PERU

2018

**INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE
REALITY EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ALUMNOS
DEL 6TO. GRADO DE PRIMARIA DE LA I.E.Nº20827
“MERCEDES INDACOCHEA LOZANO” – HUACHO, 2018**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO:

PRESIDENTE:

Mg. GLADYS VICTORIA ARANA RIZABAL

SECRETARIO:

Mg. VIRGINIA ISABEL AYALA OCROSPOMA

VOCAL:

Lic. ROBERTO CARLOS LOZA LANDA

ASESOR:

Dra. LIDIA ALANYA SACCSA

DEDICATORIA

Dedico esta tesis con mucho afecto a mis queridos padres: Juan Matías y Antonia Peña, también a mis 4 hermanos que con sus sabios consejos y apoyos incondicionales se hicieron el motor y motivo de mi profesión, supieron brindarme su tiempo, su aliento y me enseñaron a encarar las adversidades sin perder nunca la fe en DIOS y así concluir satisfactoriamente mis estudios superiores. “La corona del anciano son sus nietos; el orgullo de los hijos son sus padres” Prov. 17:6.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es para el Señor DIOS todo poderoso, el que era, el que es y el que será siempre soberano ya que con su gran poder me dio las fuerzas y me ayudó durante todo mi caminar superando obstáculos y realizando triunfos. Eres escudo alrededor de mí, mi gloria y el que levanta mi cabeza, “Bendito seas Jehová, mi roca, quien adiestra mis manos para la batalla y mis dedos para la guerra”. Salmos, 144: 1.

ÍNDICE:

Asesor y miembros del jurado.....	Pág. iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos.....	v
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstrac.....	xii
Introducción.....	xiii

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1. Descripción de la realidad Problemática.....	16
1.2. Formulación del Problema.....	18
1.2.1. Problema General.	
1.2.2. Problemas Específicos.	
1.3. Objetivos de la Investigación.....	19
1.3.1. Objetivo General.	
1.3.2. Objetivos Específicos.	
1.4. Justificación de la Investigación.....	21

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.

2.1.	Antecedentes de la Investigación.....	22
2.2.	Bases Teóricas.....	30
2.3.	Definición de Términos Básicos.....	51
2.4.	Formulación de Hipótesis.....	56
	2.4.1. Hipótesis General.	
	2.4.2. Hipótesis Específicas.	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.

3.1.	Diseño Metodológico.....	58
	3.1.1. Tipo.	
	3.1.2. Enfoque.	
3.2.	Población y Muestra.....	59
3.3.	Operacionalización de variables e indicadores.....	61
3.4.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	63
	3.4.1. Técnicas a Emplear: Encuesta	
	3.4.2. Descripción del Instrumento: Escala de Likert	
3.5.	Técnicas para el procesamiento de la información.....	68

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1.	Descripción de resultados.....	71
4.2.	Prueba de normalidad.....	83
4.3.	Contrastación de las hipótesis.....	84

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Discusión.....	92
5.2. Conclusiones.....	95
5.3. Recomendaciones.....	97

CAPÍTULO VI: FUENTES DE INFORMACIÓN.

5.1. Fuentes Documentales y Bibliográficas.....	99
5.2. Fuentes Electrónicas.....	101

ANEXOS:

01. Matriz de Consistencia.....	103
02. Instrumento para la toma de datos: Escala de Likert.....	104
03. Tabla de datos estadísticos.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

01. Población escolar.
02. Operacionalización de variables.
03. Escala de medición de la variable independiente.
04. Escala de medición de la variable dependiente.
05. Estadísticos de fiabilidad de la variable “x”.
06. Estadísticos total-elemento de la variable “x”.
07. Estadísticos de fiabilidad de la variable “y”.
08. Estadísticos total-elemento de la variable “y”.
09. Resumen de las dimensiones de la variable programas televisivos.
10. Los programas televisivos de reality.
11. Entretiene a los espectadores y crea intriga.
12. Muestra la hiperrealidad televisiva.
13. De la cantidad variable de concursantes.
14. Resumen de las dimensiones de la variable identidad cultural.
15. La identidad cultural.
16. De la historia, tradiciones y costumbres.
17. De las creencias, experiencias y valores.
18. De las formas de expresión y sentido de pertenencia.
19. Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.
20. Contrastación de la hipótesis general.
21. Contrastación de la hipótesis específica 1.
22. Contrastación de la hipótesis específica 2.

23. Contrastación de la hipótesis específica 3.
24. Matriz de consistencia.
25. Tabla de datos de la variable “x”.
26. Tabla de datos de la variable “y”.

ÍNDICE DE FIGURAS

01. Resumen de las dimensiones y variable de los programas televisivos.
02. Programas televisivos de reality.
03. Entretiene a los espectadores.
04. La hiperrealidad televisiva.
05. Competencia y cantidad variable de concursantes.
06. Resumen de la variable identidad cultural.
07. La identidad cultural.
08. De la historia, tradiciones y costumbres.
09. De las creencias, experiencias y valores.
10. De las formas de expresión y sentido de pertenencia.
11. Programas televisivos de reality y la identidad cultural.
12. Los reality y la historia, tradiciones y costumbres.
13. Los reality y las creencias, experiencias y valores,
14. Los reality y las formas de expresión y sentido de pertenencia.

RESUMEN

La presente Tesis, ha sido realizada con el objeto de poder conocer y determinar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E. N° 20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

El desarrollo metodológico de la investigación, se basó en las orientaciones de Hernández, Fernández y Baptista (2015), mientras que para la definición conceptual de las variables y dimensiones se tomaron en cuenta los conceptos de María Belén R. (2014) y Alberto Cajal (2018).

El estudio presenta un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, y de diseño no experimental, transversal. La muestra de estudio es no probabilística, determinada por conveniencia, correspondiéndole al 6to. “B” compuesto por 26 estudiantes, entre varones y mujeres. Para tomar la información, se hizo uso de la técnica de la Encuesta, mediante la aplicación de la Escala de Lickert, cuya validez del instrumento fue realizada a Juicio de Expertos, y la Confiabilidad sometida a la técnica del Alfa de Cronbach, para luego ser procesados haciendo uso del Paquete Estadístico SPSS en su versión actualizada en español. Al realizar el análisis estadístico se utilizaron las tablas de frecuencia y las tablas de contingencia. Finalmente, los resultados obtenidos pudieron confirmar nuestra hipótesis de investigación, señalando que existe una influencia significativa de los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los estudiantes.

PALABRAS CLAVE:

Programas televisivos – Identidad cultural.

ABSTRAC

This thesis has been carried out in order to know and determine the level of influence of reality television programs on the cultural identity of the students of the 6th. Primary grade of the I.E. No. 80827 "Mercedes Indacochea Lozano" - Huacho, 2018.

The methodological development of the research was based on the orientations of Hernández, Fernández and Baptista (2015), while the concepts of María Belén R. (2014) and Alberto Cajal were taken into account for the conceptual definition of the variables and dimensions. (2018).

The study presents a quantitative approach, descriptive correlational type, and non-experimental, transversal design. The study sample is not probabilistic, determined by convenience, corresponding to the 6th. "B" composed of 26 students, between men and women. To take the information, the survey technique was used, through the application of the Lickert Scale, whose validity of the instrument was made by Expert Judgment, and the Reliability submitted to the Cronmbah Alpha technique, to be later processed using the SPSS Statistical Package in its updated version in Spanish. When performing the statistical analysis, the frequency tables and the contingency tables were used. Finally, the results obtained were able to confirm our research hypothesis, pointing out that there is a significant influence of the reality television programs on the cultural identity of the students.

KEYWORDS:

Television programs - Cultural identity.

INTRODUCCIÓN

La influencia educativa de los programas televisivos están basados profundamente en las creencias y valores que han influenciado a toda una sociedad a permanecer varias horas frente al televisor, principalmente en los denominados “programas de reality”, donde los niños y adolescentes están envueltos en una sociedad de consumo que los lleva a crear una imagen de lo que quiere.

Observamos que como consecuencia de esto, los niños y niñas, púber y adolescentes manifiestan su deseo de ser actores del programa de concurso; esto permite determinar que los cambios de conducta y comportamiento devienen como consecuencia de la manipulación de los medios de comunicación afectando en el proceso de formación de su identidad cultural.

La comunicación emitida a través de la televisión, es unidireccional, y a la vez los convierte sólo en unos receptores, donde no existe retroalimentación, y no se pueden llevar acabo cuestionamientos, sólo recibir información aceptando como verdad los hechos ocurridos. De esta manera, el televidente se ve influenciado por la programación que es presentada por este medio.

Los programas de reality, producidos en la televisión son manejados con una tecnología tan avanzada que permite manipular la participación de los concursantes y las imágenes (rostros más hermosos, efectos especiales que hacen sentir diferentes sensaciones) de tal forma que el niño o la niña

y los espectadores en general, ponen más atención en programas o comerciales que son de su interés. La publicidad comercial, es usada en tiempo real, para monitorear las acciones según el proyecto que se tiene creando una admiración de un mundo ficticio, para mostrar una serie de elementos que presenta el mercado dirigido a ambos sexos. De esta manera los niños y niñas adoptan las actitudes y comportamientos de los personajes que se presentan en los programas de reality influenciando de manera negativa sobre los modos de vida, las costumbres, las creencias, los valores, la identidad cultural y la configuración de la dinámica familiar y comunal.

Estos hechos, han servido para desarrollar el presente trabajo de investigación, con la finalidad de poder determinar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” de la ciudad de Huacho, provincia de Huaura, UGEL.09 y de la Región Lima Provincias.

Este trabajo ha sido estructurado en base a seis capítulos, con sus correspondientes conclusiones y sugerencias, así como las fuentes de información consultadas y sus anexos correspondientes.

El **Capítulo I** hace conocer el Planteamiento del Problema, en tanto que el **Capítulo II** trata sobre el Marco Teórico; de igual forma el **Capítulo III** corresponde a la Metodología de la Educación; mientras que el **Capítulo IV** sirve para hacer conocer los Resultados de la Investigación; a continuación el **Capítulo V** refiere a la Discusión de los Resultados, las

Conclusiones del trabajo realizado, y las Recomendaciones pertinentes; de otra parte el **Capítulo VI** nos muestra las principales Fuentes de Información consultadas. Finalmente se presentan los Anexos, como evidencias del trabajo realizado.

Roger M. Matías Peña

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática.

La irrupción y consolidación de los medios audiovisuales constituyen un gran avance no sólo a nivel tecnológico, sino principalmente cultural. Actualmente, estos asumen un rol protagónico en la vida cotidiana de las personas, incorporándose paulatinamente al ámbito doméstico. 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 asiste al pasaje, junto con el desarrollo tecnológico, de una nueva organización de los espacios domésticos en la que la mayor parte de las personas utilizan los aparatos tecnológicos de manera individual. Este proceso ha introducido modificaciones sustanciales en la comunicación y la dinámica del funcionamiento de las familias. El impacto visual de estos medios condiciona y modifica la manera de actuar de los sujetos. Asimismo, la intimidad y la privacidad han sufrido mutaciones similares a raíz de la introducción de estas tecnologías. En este sentido, los reality shows que se transmiten por los medios audiovisuales influyen sobre los modos de configuración de la dinámica familiar, modificando la concepción de intimidad y privacidad.

Teóricamente **Rodríguez M. (2014)** define la intimidad como, “....la esfera personal de cada individuo; es una necesidad humana

y un derecho natural del hombre. Corresponde al ámbito personal y psicológico, e incluye las creencias y la moral de las personas y de las familias”. (.....) “..... Además, en el ámbito de la intimidad se transmiten los valores humanos y personales desde los comportamientos, acciones y expresiones que se desea no alcancen el conocimiento público. A su vez, la intimidad es la que protege un ámbito reservado a la curiosidad de los demás, por lo que es un refuerzo de protección de la persona contra intromisiones e indiscreciones ajenas”.

Al mismo tiempo, **Sibilia (2008)** agrega que, “.....los avances de la civilización de la imagen y la sociedad del espectáculo llevaron a que el consumo de la TV se imponga como actividad preponderante de la mayoría de la población mundial”.

En consecuencia, consideramos que es posible percibir que, los reality shows transmitidos en los medios audiovisuales afectan e influyen sobre los modos de vida, las costumbres, las creencias, los valores, la identidad cultural, y las formas en que las niñas y los niños, y las personas en general interactúan y comprenden la realidad que las rodea. Sin embargo, esta situación varía en función de la permeabilidad de las personas hacia los mensajes provenientes de los medios audiovisuales. Una de las causas posibles para que el mensaje de los medios sea recibido acríticamente es que estas personas poseen un núcleo familiar empobrecido, atravesado por carencias en la adquisición de sus necesidades básicas, por el

contrario que poseen una base familiar fuerte, con creencias y valores fortalecidos resultan públicos con mayores capacidades para rechazar estos mensajes, ya que no lo consideran algo positivo o un aspiracional.

Estos hechos, motivaron la realización del presente trabajo de investigación con la finalidad de poder determinar el nivel de influencia de los programas televisivos reality en la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano”, localizado en la ciudad de Huacho, perteneciente a la UGEL.09, provincia de Huaura y la Región Lima Provincias.

1.2. Formulación del problema.

1.2.1. Problema General.

¿De qué manera influyen los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018?

1.2.2. Problemas Específicos.

Problema 1.

¿Cuál es el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018?

Problema 2.

¿Cuál es el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018?

Problema 3.

¿Cuál es el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos de 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General.

Determinar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos.

Objetivo 1.

Establecer el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del

6to.grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Objetivo 2.

Identificar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Objetivo 3.

Caracterizar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

1.4. Justificación de la Investigación.

Tomando en consideración las orientaciones de **Hernández, Fernández y Baptista** (2010, pp. 39-40), según su necesidad e importancia, el presente estudio se justifica de acuerdo a los siguientes fundamentos:

Es conveniente, debido a que los resultados que se obtengan nos permitirán determinar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la identidad de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano”- Huacho, 2018.

Es relevante, por la importancia que se debe prestar al presente estudio al abordar un tema de bastante preocupación, referido a la influencia que ejercen los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos.

Además **tiene un valor teórico** porque la información que se obtenga puede servir para comprender mejor el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos, sugiriendo algunas ideas, para futuros estudios.

Finalmente, **tiene una utilidad metodológica**, al contribuir la investigación en la definición de las variables e indicadores al recolectar y analizar los datos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación.

2.1.1. Antecedentes Nacionales.

En la Universidad Mayor de San Marcos de Lima, Perú, con motivo de optar al Grado de Magister en Comunicación Social, **Ricardo Arturo Pauta Guevara (2015)**, desarrolló su Tesis: *Los niños, la Influencia de la Televisión y el Rendimiento Escolar*.

El objetivo de la investigación fue, mostrar la influencia que ejerce la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar de los niños de 6 a 9 años de edad, de clase media de Lima.

Se ha utilizado el método cualitativo, el tipo de estudio es básica y sustantiva, nivel de investigación descriptivo-correlacional y de diseño no experimental.

La población comprende a 1084 alumnos de educación primaria de la Institución Educativa Claretiano. Para la muestra se consideraron a 219 alumnos entre hombres y mujeres, de los grados 1º, 2º, 3º, y 4º, en una edad promedio de 6 a 9 años de edad.

Entre las conclusiones se consideran las siguientes:

1º La comunicación familiar lleva al niño a estar muchas horas frente a la pantalla de la TV, según lo indica más del 50% de los niños encuestados. Afirmándose el criterio que la TV se configura en un

estímulo que influye en el comportamiento de los niños y niñas reflejado en el uso de frases y términos lingüísticos.

2º A la luz de lo expresado en el diagrama de dispersión del rendimiento académico vs horas de observación televisiva, se pudo comprobar el enunciado de hipótesis que sostiene que si el niño ve muchas horas televisión, entonces tendrá un bajo rendimiento escolar.

3º También se pudo comprobar que la televisión emite programas no aptos para niños y niñas, y que producen cambios en la conducta de estos, a la vez que introduce nuevas palabras a su vocabulario, por lo general frases grotescas, y otra graciosas y burlonas de los programas preferidos de los niños y niñas.

De otra parte en la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, de Ayacucho, Perú. **Curi Centeno Ruth y Quintana Marquina Tania (2015)**, con motivo de optar al Título Profesional de Licenciado en Educación Inicial desarrolló su Tesis: *Los programas infantiles de televisión y el comportamiento de los niños y niñas de la Institución Educativa Inicial la Cabañita de Jesús, Ayacucho, 2014.*

La investigación tuvo como objetivo, determinar el grado de relación que existe entre los programas televisivos y el comportamiento de los niños y niñas de la I.E.I. la Cabañita de Jesús.

Desde el punto de vista metodológico, el estudio presenta un enfoque cualitativo – positivista, de tipo básica o no experimental, de nivel descriptivo y de diseño transaccional – correlacional.

La población, está constituida por un total de 135 niños y niñas de 3 a 5 años de edad y que asisten a la I.E.I. la Cabañita de Jesús. En tanto que la muestra, es de tipo aleatoria o no probabilística, determinada por conveniencia, comprendiendo un total de 24 niños y niñas de 5 años de edad que pertenecen a la I.E.I. la Cabañita de Jesús.

Entre las conclusiones que presenta se señalan las siguientes:

1º Existe una relación significativa entre los programas televisivos infantiles y el comportamiento en los niños y niñas de la I.E.I. la Cabañita de Jesús, ya que estos influyen directamente en el comportamiento de los escolares.

2º Existe una correlación positiva fuerte entre los programas televisivos infantiles educativos y el comportamiento asertivo de los niños y niñas de la I.E.I. La Cabañita de Jesús. En donde la correlación de Spearman demostró la existencia de una correlación de 0,788, con un nivel de significancia de $p = 0,000 < 0,05$; el cual a su vez implica una relación directa, es decir, a mayor observación de programas infantiles educativos, el comportamiento asertivo de los niños y niñas es mayor.

3º Existe una correlación positiva fuerte entre los programas televisivos infantiles no educativos y el comportamiento agresivo en

los niños y niñas de la I.E.I. la Cabañita de Jesús. En donde la correlación de Spearman comprobó la existencia de una correlación de 0,795, con un nivel de significancia de $p= 0,000 < 0,05$, lo que significa un grado de correlación positiva fuerte, es decir, a mayor observación de programas televisivos infantiles no educativos, el comportamiento agresivo de los niños y niñas es mayor.

A su vez, en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú. **Palma Ticona Mayra y Quispe Ramos Carol (2014)**, con motivo de optar al Título Profesional de Segunda Especialidad, con mención en Educación Inicial desarrolló su Tesis: *Influencia de los programas de la televisión peruana en la conducta de los niños de 5 años de la Institución Educativa Particular Marianista del distrito de Hunter.*

La investigación tuvo como objetivo, demostrar que los programas televisivos observados por los niños de 5 años de la I.E.P. Marianista influyen de manera negativa en la conducta de los niños.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación presenta un enfoque cuantitativo, de carácter descriptivo – explicativo, y de diseño no experimental y transversal.

El universo poblacional está constituido por 135 niños y niñas de 3, 4 y 5 años de edad, de la I.E.I.P. Marianista, Hunter. La muestra,

es de tipo no probabilística, por conveniencia, integrada por 45 estudiantes (5 años “A” = 22 y 5 años “B” = 23).

Entre las conclusiones a las que arribó tenemos:

1º Los niños de 5 años de la Institución Educativa Particular Marianista, son influenciados mayoritariamente por series y programas concurso denominados actualmente “realities” emitidos en horarios estelares de la televisión peruana, tales como: “Esto es guerra”, “Combate”, “Al fondo hay sitio”, etc.

2º El nivel de influencia que tienen los programas de la televisión peruana, en la conducta de los niños y niñas de 5 años de la I.E.P. Marianista, es negativo; porque al aplicar la ficha de observación, se comprobó que durante algunos juegos, los niños presentan actitudes agresivas y tienen a imitar a los personajes de estos programas televisivos.

3º En cuanto a los programas aquí analizados, puede concluirse que son los favoritos de los engreídos del hogar, habiéndose demostrado que el niño y la niña está expuesto a situaciones violentas o circunstancias inapropiadas para su edad, generando imitaciones e influenciando negativamente en su conducta.

2.1.2. Antecedentes Internacionales.

En la Universidad de Málaga, España, con motivo de optar al Título de Doctor en Pedagogía, **Francisco M. Gómez O. (2010)**, desarrolló

su Tesis: *La Influencia de la Televisión en el Alumnado del Tercer Ciclo de Primaria en el Ámbito Rural y Urbano, Estudio de Casos.*

El estudio tiene como objetivo ayudar al profesorado, a la comunidad educativa y a la sociedad a comprender el modo en que influyen los medios audiovisuales y la televisión en particular, en la vida de los niños/as.

Metodológicamente, la investigación persigue ser naturalista en razón de que los procedimientos y técnicas empleadas se caracterizan por conducir a un análisis cualitativo. Tiene como paradigma, el ser positivista, interpretativa y crítica.

La muestra de estudio está constituida en base a dos planteles educativos: 20 estudiantes del CEIP. Torrijos y 51 estudiantes del CEIP. Gandhi, lo que hace un total de 71 estudiantes.

Entre las conclusiones se señalan las siguientes:

1º En la actualidad los niños y niñas usan más pantallas de internet, videojuegos, televisión, etc, que redundan en un mayor entretenimiento y evasión. Es así que las múltipantallas siguen desplazando cada vez más otras actividades socializadoras de contacto directo, especialmente los juegos tradicionales.

2º Lo más violento, es que el niño y la niña se encuentran solos. Se encuentran en un mundo con gran dominio simbólico, que para entenderlo le faltan muchas claves, y lo peor es que aquellos que pueden y deben ayudarles, lo hacen inadecuadamente o simplemente no lo hacen (instituciones, profesores/as, adultos

familiares, padres/madres. Muchos/as de ellos/as se escudan en que son los otros/as que tienen que actuar, cuando todos y cada uno de ellos deberían asumir sus responsabilidades.

3º A algunos niños y niñas se les califica como teleadictos a causa de su gran consumo, aunque pocos/as reconocen esta adicción. Para ellos /ellas adicción es estar enganchados a las pantallas por mucho más tiempo, y no poder dejar. Se sorprenden que haya algún compañero o compañera que prefiera la TV en vez de jugar con el grupo.

4º La percepción que tienen los niños del mundo que les rodea, es muy parecida a lo que se le presta en los medios televisivos. La soledad y la falta de apoyo, para enfrentar los mensajes y fomentar su sentido reflexivo, crítico y selectivo de los niños, suponen una auténtica protección de los menores con respecto a los medios.

De igual manera, en la Universidad de Guayaquil, Ecuador, con motivo de optar al Título de Licenciado en Comunicación Social, **Carlos A. Mena M. (2015)** desarrolló su Tesis: *Los Reality Shows y su Papel en la Formación de Valores de los jóvenes de acuerdo al Sumak Kawayay.*

El objetivo de la investigación fue el determinar estrategias comunicativas para promover la práctica de valores en los programas de los reality shows, que permiten a los jóvenes

ecuatorianos tener una información con calidad humana acorde al Buen Vivir (Sumak Kawayay).

La metodología forma parte del paradigma cualitativo, en su tipología: explicativa, descriptiva y exploratoria.

La población estuvo conformada en base a la realización de 04 reality shows, conformado por 04 Directores de Producción, 50 concursantes y 270 que corresponde al público asistente, haciendo una población total de 324.

De otra parte, la muestra es de tipo probabilística, conformada por 04 Directores de Producción, 37 concursantes y 139 del público asistente, haciendo un total muestral de 179.

Entre las conclusiones encontramos:

1º Los reality shows son programas de fácil comercialización porque a la audiencia le gusta los conflictos sociales típicos de la modernidad, y cuyos protagonistas le dan el toque espectacular a las situaciones que se presentan.

2º En la mayor parte de los programas de los reality shows, los participantes sólo quieren aparecer para convertirse en famosos sin importar a lo que tiene que exponerse para conseguirlo.

3º Existe una conciencia práctica de los valores, por la misma naturaleza del programa que es competitivo, y se propone lograr la meta sin importar los medios para conseguirlo.

4º El impacto que generan los reality shows, en los menores y adolescentes es alarmante, en cuanto a su audiencia.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE REALITY.

a. Los Reality Show.

Pérez J. y Gardey A. (2015), manifiestan que el término “Reality Show” es una expresión de la lengua inglesa que puede traducirse como: “realista”, “espectáculo de la realidad” o “demostración de la realidad”. Se refiere a un formato televisivo que pretende mostrar sucesos reales que le ocurren a la gente común en un determinado marco.

Los participantes de un reality show son elegidos a través de un proceso de selección (casting) por el equipo de producción del programa. Por lo general, los productores intentan escoger personas con diferentes perfiles y temperamentos fuertes, para que surjan conflictos entre ellos que puedan resultar interesantes para los telespectadores. Lejos de ser un experimento de interés sociológico legítimo, el reality show vende más cuantas más peleas se produzcan entre sus integrantes, cuantos más insultos, amenazas, traiciones y actos de vulgaridad adornen sus emisiones. Los espectadores se sienten atraídos a los conflictos, ya que resultan ideales para escoger un bando, para entablar lazos con uno o más personajes, y entonces apoyarlos a través de los diferentes soportes disponibles, como ser el teléfono, el internet o el whatsapp, para evitar que sean expulsados del programa.

En el Diccionario Electrónico **Definición ABC. (s/f)**, se señala que, el reality show es un concepto muy reciente, que se utiliza en el ámbito de los medios de comunicación y del entretenimiento para hacer referencia a un tipo de programa de televisión que muestra de manera real y verídica las diferentes vivencias que una persona o un grupo de personas tienen a lo largo de su día. La idea del reality show justamente es la de evitar la ficción y mostrar la realidad que no sea intervenida o que lo sea de la mínima manera posible. El concepto de reality show es sin duda alguna uno de los más controversiales y discutidos de los últimos tiempos debido a que supone cierta invasión sobre la vida de aquellos retratados y cierta pérdida de la privacidad respecto a sus quehaceres o temas íntimos.

b. Referencia histórica de los Reality Show.

A lo largo de la segunda mitad del siglo xx se han desarrollado numerosos programas que tenían por objetivo mostrar de manera documental y real diferentes aspectos o temas de la vida de personas, por ejemplo, el trabajo de los policías en las calles, de documentalistas, de juegos, etc. Sin embargo, no es hasta la década de 1990 en que este tipo de programación televisiva explotó en popularidad a partir de diferentes programas que tenían por objetivo mostrar la vida simple y común de personas que no presentaban ninguna especialidad ni particularidad. Algunos de estos programas sólo retrataban la vida ordinaria de personas que perdían así su

privacidad e intimidad sin demostrar ningún tipo de talento o capacidad específica.

El programa que sin dudas hizo del concepto de reality show un suceso fue el conocido como “Big Brother” o “Gran Hermano”, en inglés. Este programa tiene por fin presentar en competencia a una cantidad variable de concursantes que lo único que tienen que hacer es convivir durante un período de tiempo particular en una casa, sin conocerse previamente y sin mantener ningún tipo de contacto con el exterior. Cada día realizan diferentes pruebas que les permiten obtener beneficios. El público, mientras tanto, debe decidir, con su voto, quién continúa en el programa y quién es eliminado. El ganador del “Big Brother” es el concursante que, gracias al público permanece en casa por más tiempo. Lo que sucede dentro de la casa es reproducido por un sinnúmero de cámaras, por lo cual no hay manera de que se haga algo que no sea visto por los televidentes. Éxito de popularidad en muchos países del mundo, este formato televisivo ha sido muy criticado por generar una realidad artificial e incluso a veces peligrosa para la salud mental de los participantes.

Luego, en el año 2005, en los Estados Unidos se realizó el show “The Biggest Loser”, reality que consistía en invitar a personas con sobrepeso y que compiten por perder mayor peso. Se han escrito varios artículos criticando la cantidad de aspectos negativos que dejan en la gente, y la crítica se centra específicamente en la

preocupación por la apariencia física, transmitiendo esto al público.

(Ibídem).

Los realitys y diversos programas de espectáculos son denominados hoy en día como la “televisión basura”, debido a los escándalos que difunden y alimentan.

“..... La cultura Light puede resumirse, entonces, en la cultura de lo liviano, del no-esfuerzo y del culto a la apariencia” (.....)...”La cultura light es aquella donde los seres humanos no se preocupan por los problemas que aquejan al mundo de hoy, y si se preocupan no hacen nada por evitarlos. Tampoco se preocupan por el arte, ni la política, ni por adquirir conocimientos de lo que se conoce como cultura general”. **(Martínez J., 2004).**

Al respecto, en la página electrónica **Wikipedia (26/06/18)** encontramos la siguiente definición: “.....el término telebasura se emplea a menudo para explicar una manera de concebir la televisión, definida por la utilización de la dolencia, los acontecimientos impactantes y el sensiblero como táctica de atracción de la audiencia”. La telebasura puede quedar definida por los asuntos que aborda, por los personajes que exhibe y coloca en primer plano y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dichos asuntos y personajes.

Según la **Real Academia de la Lengua Española (2012)**, el término “Telebasura”, es entendido como: “Conjunto de programas televisivos de contenidos zafios y vulgares”. “Conjunto de programas televisivos de muy baja calidad”.

Se estima que la telebasura existe desde los años 1980 en Estados Unidos, y desde 1990 en el resto del mundo audiovisual. Es un fenómeno televisivo extremadamente complejo en su definición. Esto es así, por una parte, porque no se circunscribe a un único género televisivo, sino que afecta a buena parte de los programas que componen las parrillas de programación. Y, por otra parte, no existen unos criterios inequívocos para catalogar un programa como telebasura. **(Wikipedia,op.cit.)**.

El Consejo Consultivo de Radio y Televisión – **CONCORTV (2015)**, refiere que a más de diez años de la promulgación de la Ley de Radio y Televisión (Ley N°28278) en el Perú, uno de los principales temas de debate en la coyuntura actual es la calidad de los contenidos televisivos. Según estudios del CONCORTV, la penetración de la televisión en el Perú urbano alcanza el 99% de la población, siendo el más sintonizado, pero a la vez el más cuestionado por sensacionalista (71%) y por sus contenidos inadecuados (80%). En este contexto, la Coordinadora Nacional de Juventudes Digitales (CNJD) el 27 de febrero del 2015 organizó la

primera “Marcha contra la televisión basura” con el objetivo de exigir el cumplimiento del artículo 40º de la Ley de Radio y Televisión, referido al Horario Familiar, el cual establece que entre las 6:00 y 22:00 horas la programación debe evitar contenidos violentos u obscenos.

De otra parte, en el mes de mayo del 2015, la Agencia de Estudios de Mercado de Investigación – IMA presentó los resultados de su última encuesta aplicada a 400 televidentes de Lima Metropolitana. Según esta investigación, el 83.5% de los encuestados considera la existencia de contenido calificativo como “basura” en la TV peruana, de estos, la mayoría opina que entre estos programas resaltan el reality juvenil “Esto es Guerra” (61.6%), seguido de “Combate” (29.0%). Entre las causas para considerar a estos programas como negativos para la sociedad, los entrevistados mencionaron que: no transmiten nada educativo, promueven el mal ejemplo entre los niños y niñas y adolescentes, difunden violencia, y exponen la vida privada de los artistas.

En el Perú, a fines de los años de 1990, el programa de tipo talk show de “Laura en América”, recibió muchas críticas por mostrar la sociedad sometida a humillaciones y vejaciones a cambio de dinero.

El programa de espectáculos y grabaciones indiscretas “Magaly TV fue bastante criticado durante sus años de transmisión,

catalogándolo de basura televisiva por promover el morbo y el escándalo.

Otros programas catalogados como basura son los programas “Combate” y “Esto es Guerra”, por exhibiciones de la vida personal de sus participantes. Además se incluyen los programas de espectáculos: “Amor, amor, amor”, “Al aire”, “Hola a todos”, “Estás en todas”, programas criticados por exponer la vida personal de los personajes de la farándula o figuretis, de manera que no respetan su intimidad. También el programa “El valor de la verdad” recibió la misma etiqueta por exponer la intimidad de los participantes al público a cambio de dinero”. **(Wikipedia. op.cit)** .

c. Características de los Reality shows.

En cuanto a las características fundamentales, **Lourdes P. (2012)**, considera las siguientes:

- *Muestra una serie de acciones* que, estrictamente, no pueden incluirse dentro de las categorías de la realidad y la ficción, sino que muestran la hiperrealidad televisiva.
- *Las acciones de los personajes*, suele basarse en mostrar públicamente hechos relacionados con su vida privada.
- *Exige la colaboración de personas no profesionales del medio*. El objetivo puede ser reforzar la interactividad entre la televisión y el espectador.

- *Entretiene a los espectadores y crea intriga y necesidad de saber qué pasará en otro episodio/ temporada.*

Según el **Consejo del Audiovisual de Cataluña**, en una publicación realizada en Wikipedia, el 26-06-18 al catalogar la programación de la telebasura consideró las siguientes características:

- La vulneración de derechos fundamentales, la falta de consideración hacia los valores democráticos o cívicos.
- El poco o ningún respeto a la vida privada o a la utilización de un lenguaje chillón, grosero e impúdico. Todo esto se lleva a cabo con la intención de convertir en espectáculo la vida de determinados personajes que, generalmente se prestan a ser manipulados a cambio de la celebridad que les da la televisión o a cambio de contraprestaciones económicas.
- Prima el mal gusto, lo escandaloso, enfrentamiento personal, el insulto y la denigración de los participantes y la agresión a/ de la intimidad
- Es un fenómeno televisivo que atenta contra la función social del medio; que menoscaba sus posibilidades expresivas y de contenido en términos tanto de información y formación como de entretenimiento, y que conculca valores constitucionales como el derecho a la veracidad, a la intimidad, a la dignidad de las personas, a la no discriminación y a la protección de la infancia.

- Elevado porcentaje de programación que ocupan en las parrillas televisivas, lo que perjudica la emisión de programas con otro tipo de contenido.
- Periodistas de prestigio que se pasan “al lado oscuro” de la telebasura para dotarla de prestigio ante la opinión pública y para confundir periodismo con espectáculo. Considera que las televisiones pagan a estos periodistas telebasureros sumas astronómicas de dinero con que compran su deontología profesional.

d. Los Reality shows y la Telerrealidad.

Para poder comprender mejor lo que significa la “Telerrealidad”, consultamos al diccionario electrónico **Definición ABC (s/f)**, en ella se menciona que, la Telerrealidad es un formato que ha revolucionado la forma de entender el entretenimiento como muestran programas como “Gran hermano” que ofrecen la vida en directo de los participantes como hilo conductor principal. Este tipo de formato cuenta con defensores pero también con muchos detractores puesto que uno de los primeros riesgos de este tipo de programas es la pérdida de intimidad de los participantes.

¿Qué diferencias encontramos entre la ficción y la telerrealidad?

Mientras que en una serie común de televisión o en una película, nos adentramos en el terreno de la ficción creativa, puesto que en este caso los integrantes son actores o actrices que interpretan un guion que ha sido creado por los guionistas de la serie, por el contrario, en el otro formato de la telerrealidad, los participantes son personas comunes que tienen por objetivo mostrar la vida simple y común de las personas, no presentan ninguna especialidad ni particularidad escénica. En este tipo de programas los espectadores pueden escuchar conversaciones en forma real, ver la evolución de las relaciones que se crean y se rompen. Además, pueden observar las discusiones y vivencias tan sencillas y cotidianas –como el momento de la cena.

Algunos expertos consideran que el éxito de este tipo de programa reside en la curiosidad que siente el espectador ante la posibilidad de estar curioseando aquello que ocurre en otro hogar. Dentro de este formato, el reality show se reinventa constantemente aunque su esencia siendo la misma.

Muchas cadenas de televisión apuestan por este tipo de programas que, en muchos casos, vienen acompañados por la popularidad rápida que alcanzan sus concursantes, pero también, por el rápido olvido posterior, puesto que no se trata de una fama basada en el trabajo y el esfuerzo que aporta una profesión.

Para crear ambientes atractivos al público, los productores de estos programas ponen a los personajes en situaciones anormales

y emotivas. Muchas veces, ellos deben competir entre sí para obtener un premio. Los jueces de los programas en estas competencias, por lo general, son los espectadores, que votan por teléfono.

La página electrónica **Rincón del Vago (1998)** distingue tres tipos de programas de telerrealidad:

➤ Observador pasivo.

La cámara observa pasivamente la actividad de una o más personas.

➤ Cámara escondida.

Suele utilizarse en programas de telerrealidad que gastan bromas a gente diversa, como personaje del ámbito local, a los que se somete a diversas situaciones y se observa sus reacciones para distraer la audiencia.

➤ Concurso.

Una persona o grupo de personas encerradas en un ambiente o set compite en algún ámbito para obtener un premio, mientras es observado por las cámaras.

En cuanto a los formatos se refiere, podemos señalar entre los más comunes:

➤ Objetivo supervivencia.

Un grupo heterogéneo es llevado a un lugar que no cuenta con instalaciones necesarias ni servicios básicos, en el cual deben encontrar medios para obtener su sustento y asegurar su supervivencia.

➤ Conviviendo juntos.

Un grupo de jóvenes, tanto hombres como mujeres, conviven en una casa, donde deben crear situaciones interesantes para no ser eliminados por la audiencia.

➤ Academias de talentos.

Un grupo elegido convive en una academia de canto o danza compitiendo entre ellos por ser elegidos por el público para ganar el premio que ofrece el concurso.

➤ Soltero codiciado.

Un soltero o soltera, generalmente rico, famoso o seleccionado por su atractivo físico, es pretendido por varios concursantes del sexo opuesto. El ganador o ganadora es seleccionado por el mismo soltero o soltera.

2.2.2. LA IDENTIDAD CULTURAL

a. Definición de conceptos.

En un primer momento abordaremos el concepto de “identidad”, para ello tomamos parte de la traducción realizada para **CIP-FUHEM (2002)** por Elsa Velasco. Artículo extraído del dossier para una

Educación Intercultural, Teoría: El Concepto de Identidad, perteneciente a la campaña de Educación para el Desarrollo Annoncer la Colour, iniciativa de la Secretaría de Estado para la Cooperación al Desarrollo de Bélgica.

El particular interés que ha adquirido la noción de identidad a partir de 1950, refleja las preocupaciones del mundo moderno, Esta noción se ha impuesto a causa de importantes cambios culturales provocados por las profundas modificaciones en la sociedad, la globalización de la economía, la introducción de nuevas tecnologías y de medios de comunicación, el éxodo rural y las transformaciones urbanas que han dado lugar a grandes ciudades donde es difícil conservar los lazos sociales, entre otras. Esta evolución ha alcanzado a la identidad individual y colectiva y ha provocado efectos psicológicos, sociales y políticos concretos. La sociedad occidental ha pasado de una forma comunitaria a otra en la cual el individuo es el centro. El individualismo, es así, uno de los cambios más importantes de nuestra época.

¿Qué es la identidad? : La identidad es un conjunto articulado de rasgos específicos de un individuo o de un grupo. La identidad constituye también un sistema de símbolos y de valores que permite afrontar diferentes situaciones cotidianas. Opera como un filtro que ayuda a decodificarlas, a comprenderlas para que después funcione. Esto explica que frente a tal situación, un individuo, con sus valores

y su modo de pensar, de sentir y de actuar reaccionará probablemente de una manera definida. Para esto se cuenta con un repertorio de formas de pensar, de sentir y de actuar que, en un momento dado, se puede combinar. Este repertorio está en constante recreación.

En la Enciclopedia Electrónica **Wikipedia (s/f)**, encontramos la siguiente definición: “.....Identidad cultural, es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo conforman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad al interior de las mismas en respuesta a los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante.

De otro lado citando a Jaime Fisher dice que, “.....la identidad cultural es el sentido de pertenencia a un determinado grupo social y es un criterio para diferenciarse de la otredad colectiva. Así, un individuo puede identificarse con alguno o algunos de los contenidos culturales de un grupo social (tradiciones, costumbres, valores)”. Pero –y esto es significativo para comprender el concepto de identidad cultural desde Fisher –dentro de un mismo grupo aparentemente homogéneo existen varias identidades, puesto que

cada uno de sus integrantes se identifica con varios –no todos, ni de la misma manera –con los componentes señalados.

Para **Cajal Alberto (s/f)**, la identidad cultural es, “.....el sello distintivo de un pueblo, su historia, tradición y costumbres, en el marco de una determinada geografía”.

La identidad, se gesta en el entramado de la nacionalidad, etnicidad, religión, clase social, generación, localidad. Es parte de la “autoconcepción” y “autopercepción” de un individuo, por lo tanto, la identidad cultural es tanto característica del individuo como del grupo de miembros, culturalmente idénticos, que comparten la misma identidad cultural.

Identidad individual y cultura se vinculan por la experiencia. Una persona experimenta diferentes procesos a lo largo de la vida para luego adherirse a algún colectivo y desarrollar el sentido de pertenencia. Cuando una cantidad suficiente de personas comparten las mismas creencias, experiencias y valores, se va delineando una cultura. Las experiencias varían de persona a persona, y la valoración es subjetiva.

La corporeidad del ser humano es una característica distintiva de la especie humana, junto con la estructura del sistema cognitivo, la capacidad de razonar y pensar, el individuo interactúa, percibe, recibe información, siente y le da significado al mundo exterior y a la

relación con sus pares, otorgándole sentido a la existencia humana en la tierra.

b. Elementos de la identidad cultural.

La identidad y la cultura, nos dice Cajal, “...son los componentes básicos que hacen que las construcciones e interacciones sociales funcionen y se influyan mutuamente”.

Desarrollar una identidad requiere alguna forma de interacción y perspectiva personal durante un período de tiempo.

La cultura, como elemento fundamental de la sociedad, también requiere de un marco histórico, de interacción simbólica y elaboración tangible. La cultura se trasmite de una generación a la siguiente. De esta manera, se va construyendo el entramado sociocultural.

La contribución consciente, inconsciente y constructiva que cada individuo aporta a su cultura, realimenta la afirmación de la identidad y el sentido de pertenencia. Cuando la contribución individual y la respuesta social funcionan en sintonía, la cultura y la identidad personal se amalgaman, crecen y se fortalecen. **(Ibíd.)**

c. Características de la identidad cultural.

El concepto de la identidad es fundamental para poder comprender la situación intercultural. En esta perspectiva el estudio realizado en **FUHEM (op.cit., 2002)** considera las siguientes características:

➤ La identidad es compuesta.

Cada cultura y cada subcultura transportan valores e indicadores de acciones, de pensamientos y sentimientos. A ejemplo de la cultura, la identidad está, a menudo, relacionada con grandes corrientes culturales y también limitada a ellas: la procedencia territorial, el color de la piel, la religión....

La identidad es entendida como la síntesis que cada uno hace de los valores y de los indicadores de comportamientos transmitidos por los diferentes medios a los que pertenece. Integra esos valores y esas prescripciones según sus características individuales y su propia trayectoria de vida.

➤ La identidad es dinámica.

“Soy yo”, responderá una persona a la que se pregunta lo que representa su identidad; llevándola más lejos en su razonamiento dirá: “es lo que en mí permanece igual”. La permanencia aparece, efectivamente como la característica más evidente de la identidad. Está ligada a elementos que se repiten continuamente y que nos parecen permanentes: “soy así”, “soy siempre la misma persona”. Se confunde, de este modo, la identidad con lo que, en una persona, es inmutable.

Este punto de vista no es totalmente erróneo, pero los comportamientos, las ideas y los sentimientos cambian según las transformaciones del contexto familiar, institucional y social en el

cual vivimos. En definitiva, nuestra identidad es constante a la vez que cambiante, en el transcurso de nuestra vida.

➤ La identidad es dialéctica.

La construcción de la identidad no es un trabajo solitario e individual. Se modifica en el encuentro con el otro, cuya mirada tiene un efecto sobre ella. La identidad se sitúa siempre en un juego de influencias con los otros: “estoy influido por la identidad del otro y mi identidad influye en la suya”. En un constante movimiento de ida y vuelta, los otros me definen y yo me defino con relación a ellos. Estas mutuas definiciones revisten la vía de señales con mensajes verbales y no verbales, como la elección de una indumentaria o de un peinado.

Incluso cuando el otro no mira, siempre hay una interacción, que se produce en el interior de un contexto, influyendo la relación con el otro, entre dos personas o dos comunidades diferentes.

d. Identidad cultural: Un concepto que evoluciona.

Para poder comprender el concepto de identidad cultural, es necesario conocer la evolución del concepto de cultura y cómo ha llegado hasta nuestros días.

Al respecto **Adam Kuper (2007)**, en una publicación realizada en la Revista Opera, N°7, de la Universidad Externado de Colombia, elabora una historia interesante sobre la evolución del concepto de

cultura, en la cual explica que esta palabra tiene su origen en discusiones intelectuales que se remontan al siglo XVIII en Europa. En Francia y Gran Bretaña, el origen está precedido por la palabra “civilización”, que denotaba orden político (cualidades de civismo, cortesía y sabiduría administrativa). Lo opuesto era considerado barbarie y salvajismo. Este concepto se va articulando con la idea de la superioridad de la civilización, por lo tanto, de la historia de las naciones que se consideraban civilizadas. El concepto evoluciona y se introducen niveles y fases de civilización, y el significado de la palabra se asocia a progreso material.

En el siglo XIX numerosos intelectuales reconocen el plural del concepto cultura, que equivale a reconocer la no existencia de una cultura universal y las diferencias de ver y vivir la vida por parte de los diferentes pueblos en el mundo.

Recién hacia mediados del siglo XX, el concepto de cultura se amplía a una visión más humanista, relacionada con el desarrollo intelectual o espiritual de un individuo, que incluía todas las actividades, características y los intereses de un pueblo.

Del avance en el concepto de cultura, relacionado con lo interno del ser humano y no sólo con la organización político administrativa, al plural de la palabra atribuida a un pueblo, nación o territorio, las discusiones siguieron enriqueciéndose en el transcurso de los años y se pasó de una definición antropológica a un concepto transversal relacionado con el desarrollo; hacia los años 50 el desarrollo era un

concepto economicista; en los 80 se introduce el concepto de desarrollo humano y hacia los 90, sobre todo luego de la cumbre de Río, éste evoluciona a un concepto de sostenibilidad, donde la cultura juega un rol fundamental. El cambio y evolución del pensamiento se ve reflejado en esta declaración, realizada por expertos de la UNESCO en los años 90: “...La **UNESCO** defiende la causa de la indivisibilidad de la cultura y el desarrollo, entendido no sólo en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceder a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria. Este desarrollo puede definirse como un conjunto de capacidades que permite a grupos, comunidades y naciones proyectar su futuro de manera íntegra”.

Aunque existen diversas definiciones, en general, todas coinciden en que cultura es lo que le da vida al ser humano: sus tradiciones, costumbres, fiestas, conocimientos, creencias, moral.... Se podría decir que la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales, que generan:

- . Un modo de vivir,
- . Cohesión social,
- . Creación de riqueza y empleo.
- . Equilibrio territorial.

En este estudio, se cita a su vez a **Verhelts (1994)** que conceptúa a la cultura como, “.....algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo”.

¿Qué es la identidad?

Del latín *identitas*, la identidad es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una comunidad. Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás. La identidad también es la conciencia que una persona tiene respecto de sí misma y que la convierte en alguien distinto a los demás. En este sentido, la idea de identidad se asocia con algo propio.

De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro. Aunque el concepto de identidad trascienda las fronteras (como el caso de los emigrantes), el origen de este concepto se encuentra con frecuencia vinculado a un territorio.

En esta ocasión, se cita también a **González Varas (2000)** que al respecto dice:”....La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma

su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (.....). Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad”.

En consecuencia, podemos manifestar que la identidad, es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia.

Esta colectividad puede estar por lo general localizada geográficamente, pero no de manera necesaria (por ejemplo, el caso de los refugiados, desplazados, emigrantes, etc.). Sin embargo, hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana.

2.3. Definición de Términos Básicos.

- **ACULTURACIÓN – TRANSCULTURACIÓN.**

La aculturación es el proceso y modelo conceptual de cambio cultural y cambio psicológico que resulta de la reunión entre culturas. Los efectos de la aculturación pueden verse en múltiples niveles en ambas culturas interactuantes.

La aculturación es un cambio directo de la cultura de uno a través del dominio sobre la cultura de otro, por medio de la conquista militar, económica, o política.

- **ARENA CULTURAL.**

A los contextos socioculturales, el ambiente y la sociedad en la que viven y se desarrollan, **Barnett y Casper (2001)** les llama la “arena cultural”. Es decir, la cultura en la que el individuo fue educado o vive, y las personas e instituciones con las que interactúa.

La interacción puede ser en persona a través de agentes, como los medios de comunicación, incluso de forma anónima y unidireccional y sin implicar la igualdad del estatus social.

El entorno, el medio ambiente, la gente, son factores fundamentales que condicionan al individuo en relación con la cultura a la que pertenece o elige pertenecer. Así, la identidad cultural es capaz de tomar muchas formas y puede cambiar dependiendo del contexto y el lugar. Esta plasticidad es lo que permite a las personas sentirse parte de la sociedad dondequiera que vayan.

- **AUTOPERCEPCIÓN – AUTOIDENTIDAD.**

La teoría de la autopercepción (**Bern, 1972**) da cuenta de que las personas desarrollan sus actitudes –cuando no hay actitud previa debido a la falta de experiencia y la respuesta emocional

es ambigua- observando su propio comportamiento y concluyendo qué actitudes debieron haber causado determinada conducta.

La persona interpreta racionalmente sus propios comportamientos de la misma manera que intenta explicar los de los demás.

El concepto de uno mismo, también llamado autoconstrucción, autoidentidad, auto perspectiva o autoestructura, se forma a partir de un conjunto de creencias sobre uno mismo, que incluye el aspecto intelectual, identidad de género, sexualidad e identidad racial.

- **CULTURA.**

El Centro de Investigación Avanzada sobre Adquisición del Lenguaje, define la cultura como los códigos compartidos de comportamientos e interacciones, construcciones cognitivas y comprensión, que se aprenden mediante la socialización.

Por lo tanto, puede ser visto como el crecimiento de una identidad de grupo fomentada por patrones sociales únicos para ese grupo. La cultura es la característica distintiva y el conocimiento de un grupo particular de personas, constituidos por el lenguaje, la religión, la forma de alimentarse y la gastronomía, los hábitos sociales, la música, las artes, etc.

Para la mayoría de los científicos sociales, la cultura se define más por los aspectos simbólicos, ideológicos e intangibles de las sociedades humanas, que por sus artefactos, herramientas, tecnología u otros elementos culturales tangibles.

Multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades.

- **EXPRESIONES CULTURALES.**

Son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural.

- **IDENTIDAD CULTURAL.**

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior.

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad

de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que le ayudan a construir el futuro.

- **REALITY SHOW**

El reality show es un concepto muy reciente que se utiliza en el ámbito de los medios de comunicación y del entretenimiento para hacer referencia a un tipo de programa de televisión que se caracteriza por mostrar de manera real y verídica las diferentes vivencias que una persona o un grupo de personas tienen a lo largo de su día. La idea del reality show es justamente el evitar la ficción y mostrar una realidad que no sea intervenida o que lo sea de la mínima manera posible.

Reality, en inglés significa “realidad”, y “show” significa “mostrar”. El reality show es, por lo tanto, un programa de televisión de realidad o una muestra de la realidad. El nombre que se le ha asignado en español, aunque no es muy difundido, es “Telerrealidad”. En estos programas se muestra, en distintos formatos, lo que ocurre a personas reales, a diferencia de otros programas que muestran actores, que representan personajes de ficción.

- **TRANSCULTURACIÓN.**

Es un término acuñado por el antropólogo cubano Fernando Ortiz, en 1947, para describir el fenómeno de la fusión y convergencia de culturas.

La transculturación significa más que la transición de una cultura a otra. No consiste simplemente en adquirir otra cultura (aculturación), o en perder o desarraigar una cultura anterior (desculturación), más bien fusiona estos conceptos y, además, conlleva la idea de la creación de nuevos fenómenos culturales (enculturación).

En un sentido amplio, la transculturación abarca la guerra, los conflictos étnicos, el racismo, el matrimonio interracial, etc. involucrando a más de una cultura.

2.4. Formulación de Hipótesis.

2.4.1. Hipótesis General.

Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

2.4.2. Hipótesis Específicas.

Hipótesis 1.

Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Hipótesis 2.

Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Hipótesis 3.

Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre las formas de expresión y el sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano”, 2018.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño Metodológico.

3.1.1. Tipo.

De acuerdo a las orientaciones dadas a conocer por **Hernández, Fernández y Baptista (2010 pp. 149-152)**, la presente investigación se caracteriza por ser del tipo No Experimental, transaccional o Transversal.

Es No Experimental debido a que la investigación propuesta, se realizará sin la manipulación deliberada de las variables en los que sólo se observarán los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. A su vez, es Transaccional o Transversal porque los datos serán recopilados en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

De otra parte, el nivel de estudio se enmarca dentro de la forma Descriptiva Correlacional. Es Descriptiva, porque su propósito es el buscar especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población **(op. cit. pp. 80-81)**. Así también, es Correlacional, dada a que el estudio tiene como finalidad conocer la relación o

grado de asociación que exista entre las variables en un contexto en particular.

3.1.2. Enfoque.

En cuanto al enfoque es del tipo Cuantitativo, cuya característica es el usar la recolección de datos para probar las hipótesis planteadas, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer los patrones de comportamiento y probar la teoría (**op. cit. pp. 4-5**).

3.2. Población y Muestra.

3.2.1. Población.

Está conformada por los estudiantes del sexto grado “A”, “B”, “C”, y “D” del nivel primario, de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” del distrito de Huaura, de la provincia del mismo nombre, de la Región Lima Provincias. El universo poblacional está representado por un total de 98 estudiantes, y de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 01: POBLACIÓN ESCOLAR I.E.Nº20827

GRADO/SECCIÓN	TOTAL ALUMNOS
SEXTO GRADO “A”	22
SEXTO GRADO “B”	26
SEXTO GRADO “C”	25
SEXTO GRADO “D”	25
TOTAL:	98

FUENTE: Matrícula 2018.

3.2.2. Muestra.

Para el desarrollo de nuestra investigación, se seleccionaron a los estudiantes del sexto grado “B” de educación primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” - Huacho. En esta ocasión recurrimos a trabajar con la muestra no probabilística, determinado por conveniencia integrada por los 26 estudiantes de ambos sexos.

La muestra por “Conveniencia” es una técnica comúnmente usada. Consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho que sea accesible. Es decir, los individuos que se emplearan en la investigación se seleccionaron porque están fácilmente disponibles, al haberse coordinado con la Dirección del plantel y la docente del aula.

3.3. TABLA 2: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES: INFLUENCIA DE LOS PRORAMAS TELEVISIVOS DE REALITY EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ALUMNOS DEL 6TO. GRADO DE PRIMARIA DE LA I.E. Nº20827 “MERCEDES INDACOCHEA LOZANO”- HUACHO, 2018.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE REALITY</p> <p>AUTOR: María Belén Rodríguez (2014)</p>	<p>Se refiere a un formato televisivo que pretende mostrar sucesos reales que le ocurren a la gente común en un determinado marco. Los reality show influyen sobre los modos de configuración de la dinámica familiar, modificando la concepción de intimidad y privacidad.</p>	<p>1. ENTRETIEENE A LOS ESPECTADORES Y CREA INTRIGA.</p> <p>2. MUESTRA LA HIPERREALIDAD TELEVISIVA.</p> <p>3. PRESENTA EN COMPETENCIA A UNA CANTIDAD VARIABLE DE CONCURSANTES.</p>	<p>1.1. Identifica la intención de la comunicación. 1.2. Infiere la información nueva a partir de los datos explícitos del programa.</p> <p>2.1. Formula explicaciones sobre los protagonistas. 2.2. Relaciona sus experiencias personales con los hechos observados.</p> <p>3.1. Analiza el proceso de desarrollo de los programas televisivos. 3.2. Participa en forma permanente.</p>	<p>1. 01 – 02 – 03 – 04 – 05.</p> <p>2. 06 – 07 – 08 – 09 – 10.</p> <p>3. 11 – 12 – 13 – 14 – 15.</p>	<p>ALTO: 80.5 - 100%</p> <p>MODERADO: 50.5 – 80.0%</p> <p>BAJO: -50.0%</p>
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>LA IDENTIDAD CULTURAL</p> <p>AUTOR: Alberto Cajal (s/f).</p>	<p>La identidad cultural es el sello distintivo de un pueblo, su historia, tradición y costumbres, en el marco de una determinada geografía. La identidad y la cultura son los componentes básicos que hacen que las construcciones e interacciones sociales funcionen y se influyan mutuamente.</p>	<p>1. SU HISTORIA, TRADICIONES Y COSTRUMBRES</p> <p>2. SUS CREENCIAS, EXPERIENCIAS Y VALORES</p> <p>3. SUS FORMAS DE EXPRESIÓN Y SENTIDO DE PERTENENCIA.</p>	<p>1.1. Profundidad de pensamiento. 1.2. Originalidad. 1.3. Visión prospectiva.</p> <p>2.1. Sensibilidad a los problemas. 2.2. Fluidez imaginativa. 2.3. Autorregulación.</p> <p>3.1. Flexibilidad adaptativa. 3.2. Fluidez verbal. 3.2. Emplea vocabulario adecuado.</p>	<p>1. 16 – 17 – 18 – 19 – 20.</p> <p>2. 21 – 22 – 23 – 24 – 25.</p> <p>3. 26 – 27 – 28 – 29 – 30.</p>	<p>ALTO: 80.5 - 100%</p> <p>MODERADO: 50.5 – 80.0%</p> <p>BAJO: -50.0%</p>

3.3.1. Escala de medición de las variables por dimensiones.

Tabla 3: Escala de medición de la variable independiente (X).

Dimensiones	Indicadores	N ítems	Categorías	Intervalos
Entretiene a los espectadores y crea intriga		5	Bajo	5 -9
			Moderado	10 -14
			Alto	15 -20
Muestra la hiperrealidad televisiva		5	Bajo	5 -9
			Moderado	10 -14
			Alto	15 -20
Presenta en competencia a una cantidad variable de concursantes		5	Bajo	5 -9
			Moderado	10 -14
			Alto	15 -20
Los programas televisivos de reality		15	Bajo	15 -29
			Moderado	30 -44
			Alto	45 -60

Tabla 4: Escala de medición de la variable dependiente (Y).

Dimensiones	Indicadores	N ítems	Categorías	Intervalos
Su historia, tradiciones y costumbres		5	Bajo	5 -9
			Moderado	10 -14
			Alto	15 -20
Sus creencias, experiencias y valores		5	Bajo	5 -9
			Moderado	10 -14
			Alto	15 -20
Sus formas de expresión y sentido de pertinencia		5	Bajo	5 -9
			Moderado	10 -14
			Alto	15 -20
La identidad cultural		15	Bajo	15 -29
			Moderado	30 -44
			Alto	45 -60

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

3.4.1. Técnicas a Emplear.

Con respecto a este punto se proponen las estrategias de obtención de la información de cada aspecto, tanto de las variables e indicadores. Así tenemos que, para la presente investigación se aplicará la técnica de la *Encuesta*.

El **Ministerio de Educación (2001)** mediante la publicación “Evaluación de los Aprendizajes”, nos dice que, la encuesta es una técnica para la obtención de información en relación con un tema, un problema o una situación producida en el aula. Se realiza aplicando diversos cuestionarios orales o escritos. (p.30).

3.4.2. Descripción de los Instrumentos.

Tal como se ha señalado líneas arriba, la Encuesta es la técnica de recopilación de datos acerca de los hechos objetivos, opiniones, conocimientos, etc., basado en una interacción directa (la entrevista) o indirecta (el cuestionario) entre el investigador y el encuestado (el que responde).

De acuerdo a esta definición, la encuesta toma dos formas principales, el cuestionario y la entrevista, aunque en el lenguaje cotidiano se identifique principalmente con la primera de las modalidades.

Tomando como referencia a **Hernández et.al. (2010, p.217)**, nuestra investigación aplicará la técnica de la Encuesta y hará uso del instrumento denominado *Escala de Likert*. Este es un formulario impreso donde los estudiantes responderán por sí mismos sirviendo de instrumento para obtener la información deseada, a una escala masiva. El mismo está compuesto por preguntas previamente elaboradas que son significativas para la investigación y se aplican a la muestra de la unidad de análisis. El cuestionario diseñado es de tipo cerrado con preguntas politómicas, donde los interrogados deben circunscribir sus respuestas de manera estricta, admitiéndose para el caso más de dos opciones de respuestas que aparecen acompañados a las preguntas.

3.4.1.1. Validez del instrumento.

Hernández et.al. (2010) dice que, “.....la validez es el grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable en cuestión de acuerdo con expertos en el tema”. (p.204). La validez se encuentra también vinculada a la validez de contenido y la validez de hecho.

Para nuestra investigación hicimos uso de La “Escala de Likert”, como instrumento de recolección de la información, el mismo que para su validez fue sometido a criterio de dos profesionales en la educación, con grado de magister, que actuaron en calidad de “Jueces Expertos”, los mismos que procedieron a evaluar el

instrumento, nos hicieron llegar sus sugerencias y conformidad para la aplicación de la “Prueba Piloto”, y su posterior generalización.

3.4.1.2. Confiabilidad del instrumento.

La confiabilidad es la “exactitud o precisión de un instrumento de medición” (Kerlinger, p.459). Para determinar la confiabilidad de nuestro instrumento de recolección de la información: la Escala de Lickert, teniendo en consideración las características que presentan las alternativas de los ítems, se recurrió a la técnica del Alfa de Cronbach.

El Alfa de Cronbach, no deja de ser una media ponderada de las correlaciones entre las variables (o ítems) que forman parte de la escala. Puede calcularse de dos formas: a partir de las varianzas o de las correlaciones de los ítems. Hay que advertir que ambas fórmulas son versiones de la misma y que pueden deducirse la una de la otra.

A partir de las varianzas

A partir de las varianzas, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right],$$

Donde:

- S_i^2 es la varianza del ítem i ,
- S_t^2 es la varianza de la suma de todos los ítems y
- K es el número de preguntas o ítems.

A partir de las correlaciones entre los ítems

A partir de las correlaciones entre los ítems, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \frac{np}{1 + p(n - 1)},$$

Donde:

- n es el número de ítems y
- p es el promedio de las correlaciones lineales entre cada uno de los ítems.

Midiendo los ítems de la variable Programas televisivos de reality

Tabla 5: Estadísticos de fiabilidad de la variable "X"

Alfa de Cronbach	N de elementos
,822	15

Tabla 6: Estadísticos total-elemento de la variable "x".

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
PT1	35,15	75,503	,458	,812
PT2	35,10	80,832	,135	,828
PT3	34,75	69,987	,491	,809
PT4	34,90	71,042	,567	,803
PT5	34,65	72,871	,450	,811
PT6	34,60	73,832	,426	,813
PT7	34,55	67,418	,786	,788
PT8	34,55	71,103	,640	,799
PT9	34,70	72,747	,500	,808
PT10	35,05	88,155	-,261	,856
PT11	35,10	74,411	,428	,813
PT12	34,90	73,358	,555	,806
PT13	34,85	72,976	,486	,809
PT14	34,55	68,892	,642	,797
PT15	34,80	75,747	,357	,817

Midiendo los ítems de la variable Identidad cultural

Tabla 7: Estadísticos de fiabilidad de la variable “Y”

Alfa de Cronbach	N de elementos
,848	15

Tabla 8: Estadísticos total-elemento de la variable “Y”

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
IC1	34,45	84,155	,627	,831
IC2	34,40	90,463	,289	,849
IC3	33,75	92,197	,248	,850
IC4	33,30	89,800	,376	,844
IC5	34,00	74,842	,893	,810
IC6	34,20	84,168	,556	,834
IC7	33,95	91,103	,182	,858
IC8	33,95	85,629	,460	,840
IC9	34,05	79,208	,711	,824
IC10	34,55	89,313	,401	,843
IC11	34,20	93,011	,208	,851
IC12	34,25	79,250	,720	,823
IC13	34,10	77,568	,820	,817
IC14	34,35	77,713	,809	,818
IC15	34,20	101,116	-,218	,872

3.5. Técnicas para el procesamiento de la información.

El procesamiento de la información consiste en desarrollar una estadística descriptiva e inferencial con el fin de establecer cómo los datos cumplen o no, con los objetivos de la investigación.

- **Es Descriptiva**

Al permitir recopilar, clasificar, analizar e interpretar los datos de los ítems referidos en los cuestionarios aplicados a los estudiantes que constituyeron la muestra de población. Se hizo uso de las medidas de tendencia central y de dispersión.

Luego de la recolección de datos, se procedió al procesamiento de la información, con la elaboración de cuadros y gráficos estadísticos, se utilizó para ello el SPSS (programa informático Statistical Package for Social Sciences versión 19.0 en español), para hallar resultados de la aplicación de los cuestionarios

- Medidas de tendencia central
- Medida aritmética
- Análisis descriptivo por variables y dimensiones con tablas de frecuencias y gráficos.

- Es Inferencial

Al proporcionar la teoría necesaria para inferir o estimar la generalización o toma de decisiones sobre la base de la información parcial mediante técnicas descriptivas. Se sometieron a prueba:

- La Hipótesis Central
- Las Hipótesis específicas
- Análisis de los cuadros de doble entrada

Se pudo hallar también el **Coefficiente de correlación de Spearman**, ρ (ro) que es una medida para calcular de la correlación (la asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias continuas.

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Donde:

ρ = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman

d = Diferencia entre rangos (X menos Y)

n = número de datos

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. ANALISIS DESCRIPTIVO POR VARIABLES Y DIMENSIONES

TABLA 9

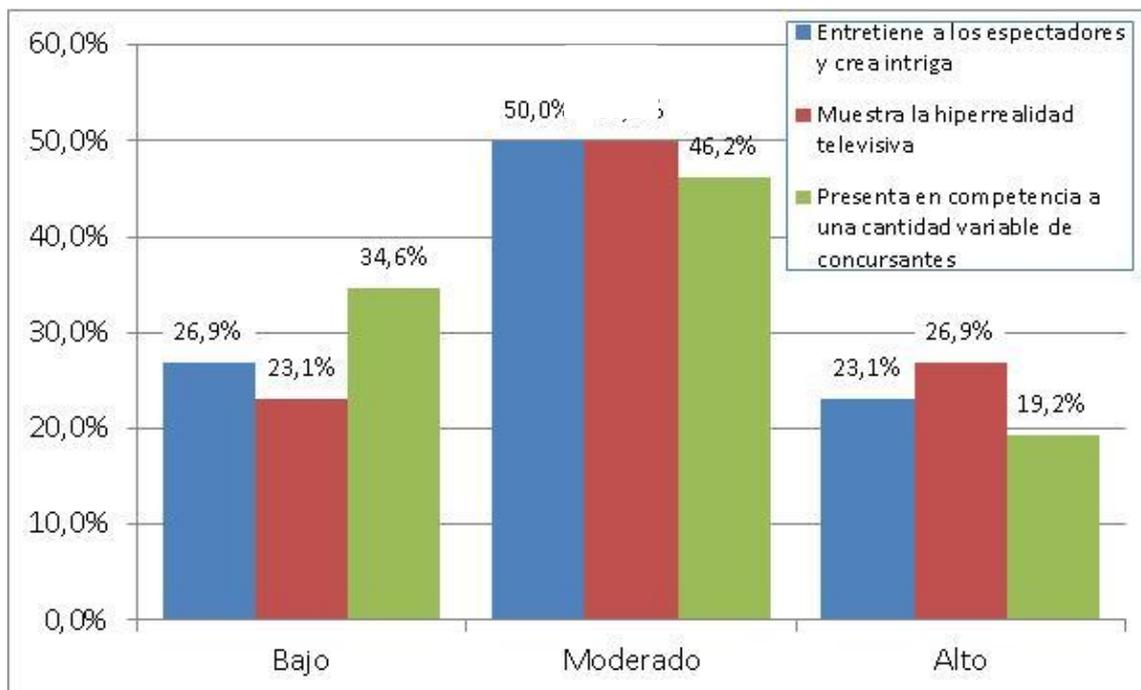
Resumen de las dimensiones de la variable programas televisivos de reality

Niveles	Entretiene a los espectadores y crea intriga		Muestra la hiperrealidad televisiva		Presenta en competencia a una cantidad variable de concursantes	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	7	26,9%	6	23,1%	9	34,6%
Moderado	13	50,0%	13	50,0%	12	46,2%
Alto	6	23,1%	7	26,9%	5	19,2%
Total	26	100,0%	26	100,0%	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 1



Observando la tabla 9 y la fig. 1, se afirma que:

- Un 50,0% alcanzaron un nivel moderado en la dimensión Entretiene a los espectadores y crea intriga, un 26,9% consiguieron un nivel bajo y un 23,1% lograron un nivel alto.
- Un 50,0% alcanzaron un nivel moderado en dimensión Muestra la hiperrealidad televisiva, un 26,9% consiguieron un nivel alto y un 23,1% lograron un nivel bajo.
- Un 46,2% alcanzaron un nivel moderado en la dimensión Presenta en competencia a una cantidad variable de concursantes, un 34,6% obtuvieron un nivel bajo y un 19,2% lograron un nivel alto.

TABLA 10

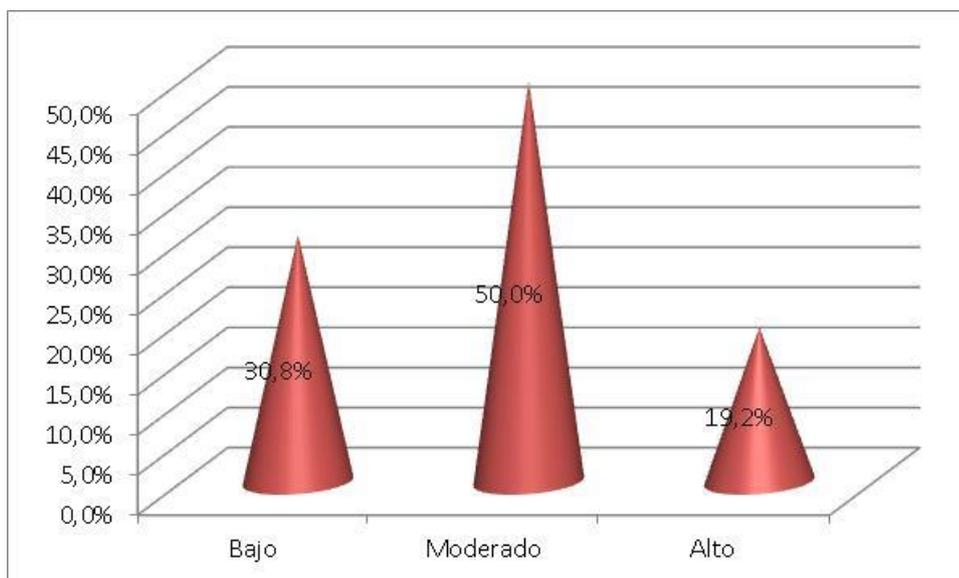
Los programas televisivos de reality

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	30,8%
Moderado	13	50,0%
Alto	5	19,2%
Total	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 2



Tomando en consideración la tabla 10 y la fig. 2, un 50,0% de alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, sostienen que en la variable programas televisivos de reality se alcanzó un nivel moderado, un 30,8% consiguieron un nivel bajo y un 19,2% obtuvieron un nivel alto.

TABLA 11

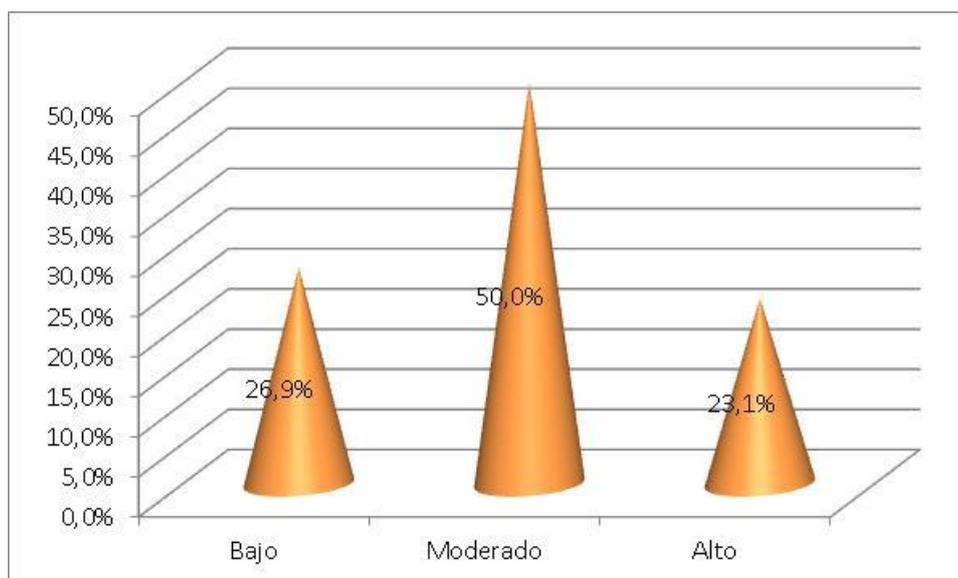
Entretiene a los espectadores y crea intriga

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	26,9%
Moderado	13	50,0%
Alto	6	23,1%
Total	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 3



De acuerdo con la tabla 11 y la fig. 3, un 50,0% de alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, sostienen que en la dimensión Entretiene a los espectadores y crea intriga se alcanzó un nivel moderado, un 26,9% consiguieron un nivel bajo y un 23,1% obtuvieron un nivel alto.

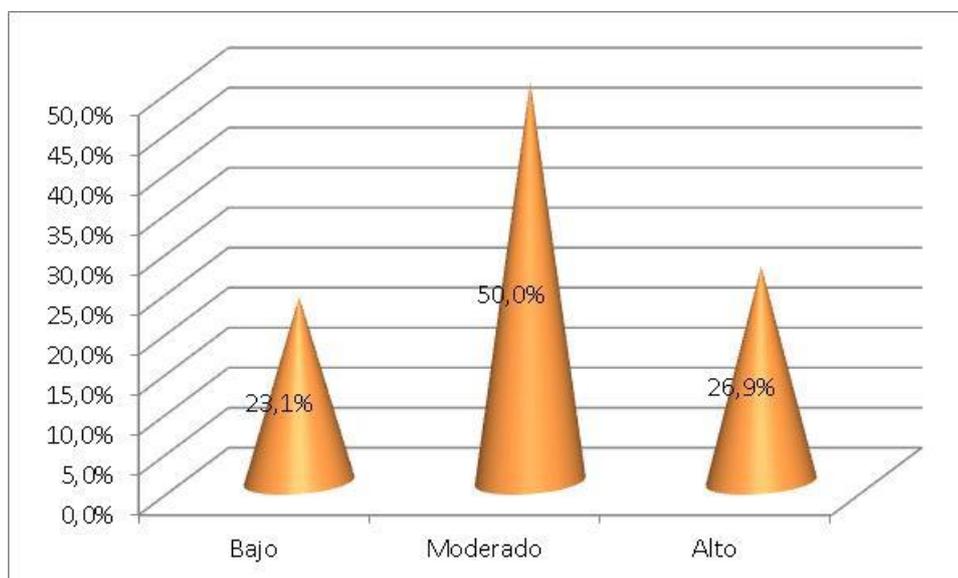
TABLA 12
Muestra la hiperrealidad televisiva

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	23,1%
Moderado	13	50,0%
Alto	7	26,9%
Total	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 4



Según la tabla 12 y la fig. 4, un 50,0% de alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, sostienen que en la dimensión Muestra la hiperrealidad televisiva se alcanzó un nivel moderado, un 26,9% consiguieron un nivel alto y un 23,1% obtuvieron un nivel bajo.

TABLA 13

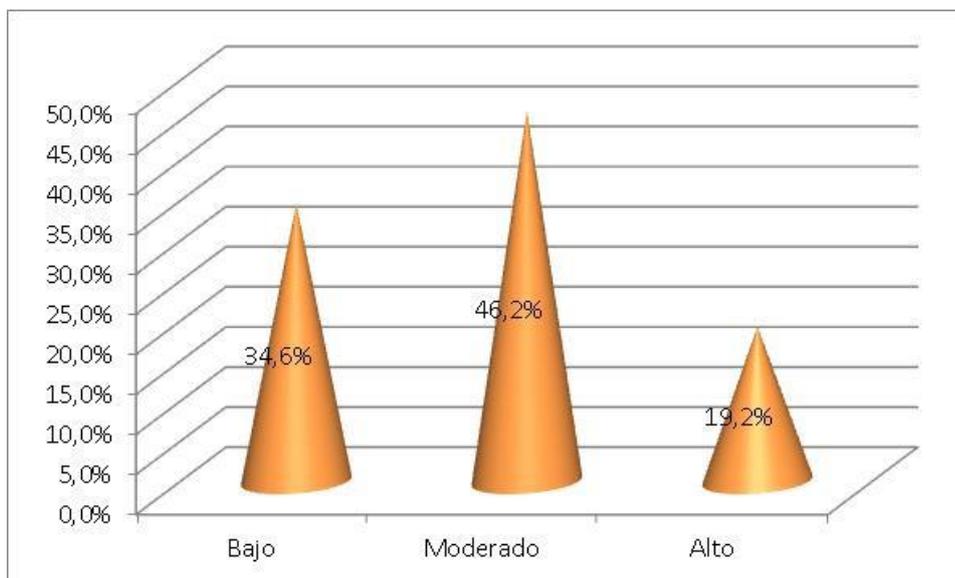
Presenta en competencia a una cantidad variable de concursantes

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	9	34,6%
Moderado	12	46,2%
Alto	5	19,2%
Total	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 5



De acuerdo con la tabla 13 y la fig. 5 se tiene que, un 46,2% de alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, sostienen que en la dimensión Presenta en competencia a una cantidad variable de concursantes se alcanzó un nivel moderado, un 34,6% consiguieron un nivel bajo y un 19,2% obtuvieron un nivel alto.

TABLA 14

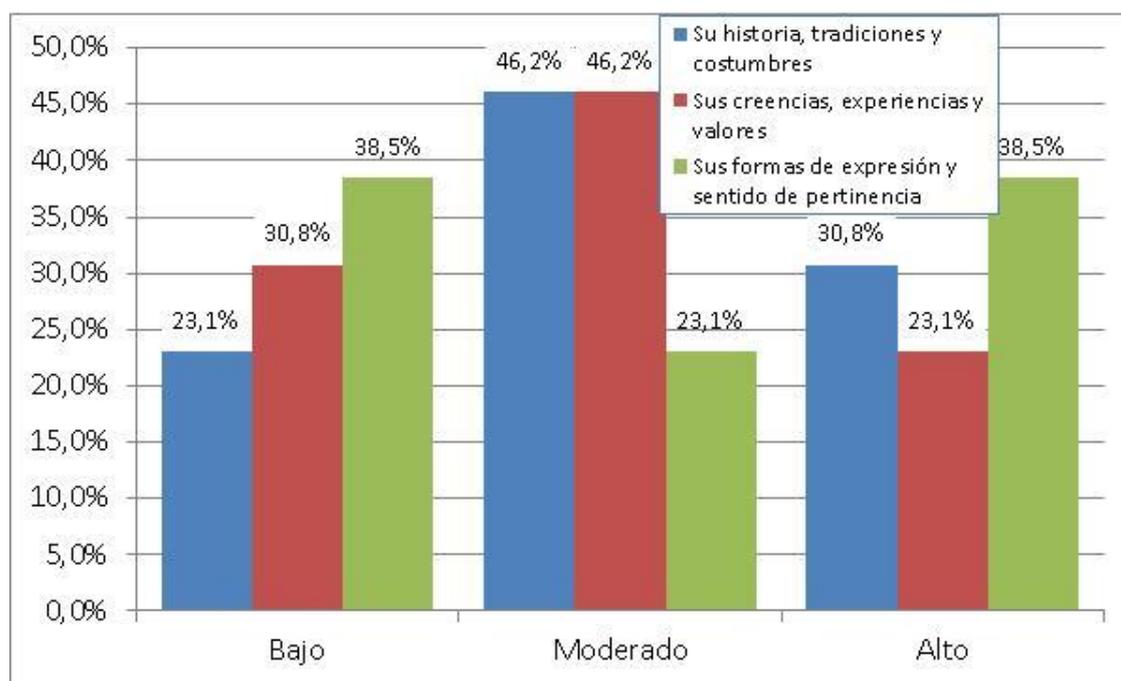
Resumen de las dimensiones de la variable Identidad cultural

Niveles	Su historia, tradiciones y costumbres		Sus creencias, experiencias y valores		Sus formas de expresión y sentido de pertinencia	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	6	23,1%	8	30,8%	10	38,5%
Moderado	12	46,2%	12	46,2%	6	23,1%
Alto	8	30,8%	6	23,1%	10	38,5%
Total	26	100,0%	26	100,0%	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 6



Observando la tabla 14 y la fig. 6, se puede afirmar que:

- Un 46,2% de los alumnos alcanzaron un nivel moderado en la dimensión Su historia, tradiciones y costumbres, un 39,8% consiguieron un nivel alto y un 23,1% lograron un nivel bajo.

- Un 46,2% de los alumnos alcanzaron un nivel moderado en dimensión Sus creencias, experiencias y valores, un 30,8% consiguieron un nivel bajo y un 23,1% lograron un nivel alto.
- Un 38,5% de los alumnos alcanzaron un nivel alto en la dimensión Sus formas de expresión y sentido de pertinencia, otro 38,5% obtuvieron un nivel bajo y un 23,1% lograron un nivel moderado.

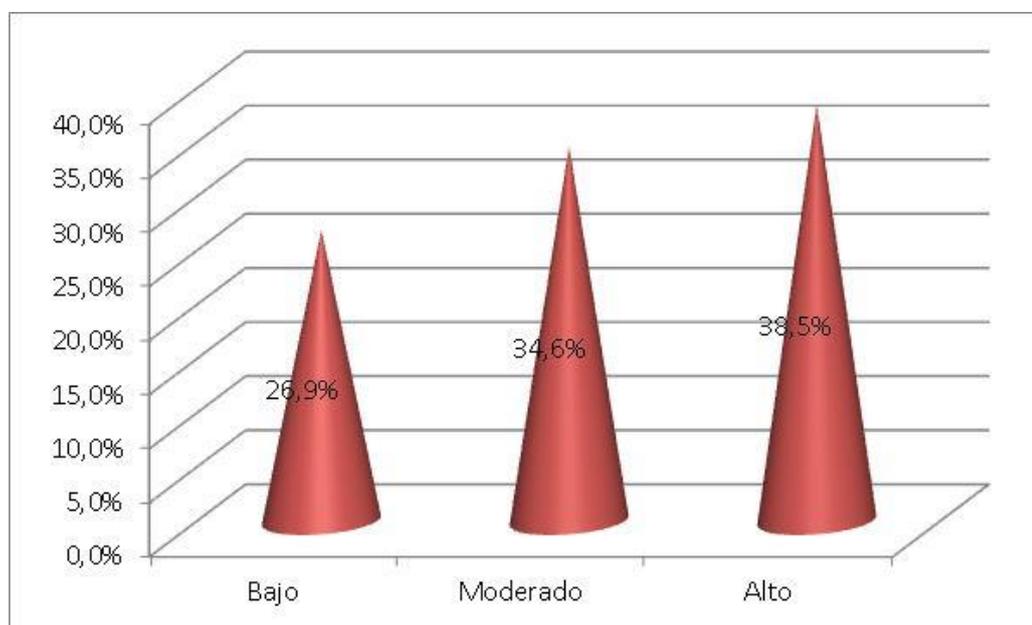
TABLA 15
La identidad cultural

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	26,9%
Moderado	9	34,6%
Alto	10	38,5%
Total	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 7



Según la tabla 15 y la fig. 7, un 38,5% de alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, sostienen que en la variable identidad cultural se alcanzó un nivel alto, un 34,6% consiguieron un nivel moderado y un 26,9% obtuvieron un nivel bajo.

TABLA 16

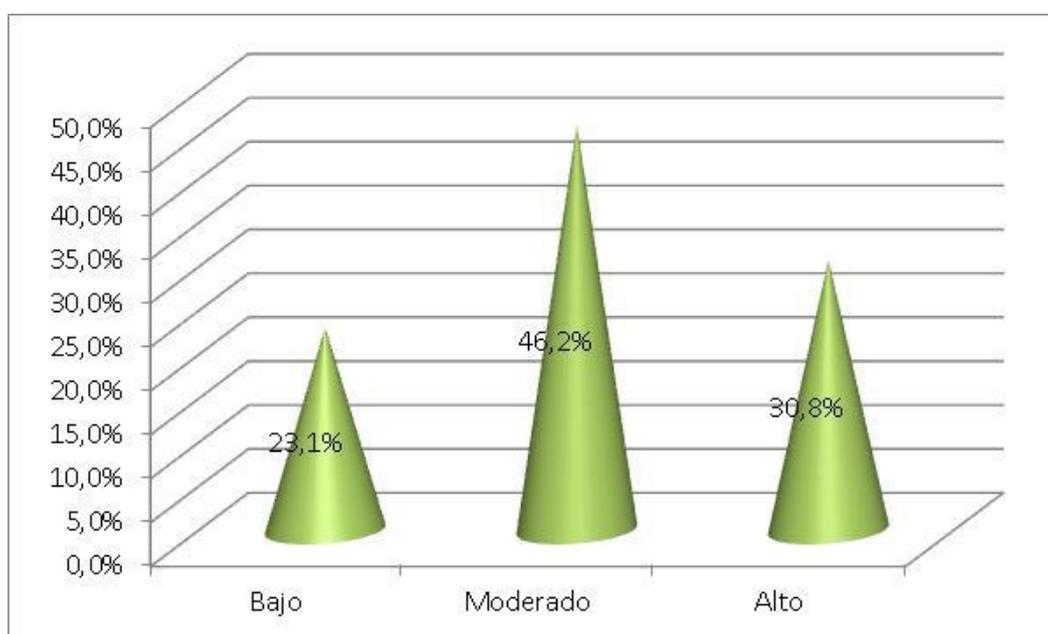
Su historia, tradiciones y costumbres

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	23,1%
Moderado	12	46,2%
Alto	8	30,8%
Total	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 8



Según la tabla 16 y la fig. 8, un 46,2% de alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, sostienen que en la dimensión Su historia, tradiciones y costumbres se alcanzó un nivel moderado, un 30,8% consiguieron un nivel alto y un 23,1% obtuvieron un nivel bajo.

TABLA 17

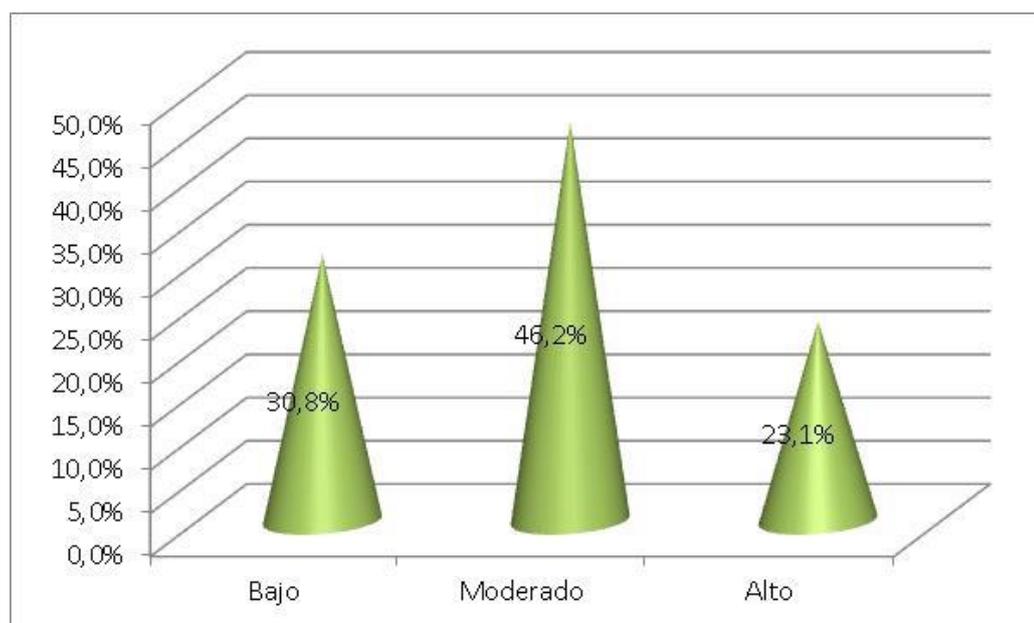
Sus creencias, experiencias y valores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	30,8%
Moderado	12	46,2%
Alto	6	23,1%
Total	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 9



Tomando en consideración la tabla 17 y la fig. 9, un 46,2% de alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, sostienen que en la dimensión Sus creencias, experiencias y valores se alcanzó un nivel moderado, un 30,8% consiguieron un nivel bajo y un 23,1% obtuvieron un nivel alto.

TABLA 18

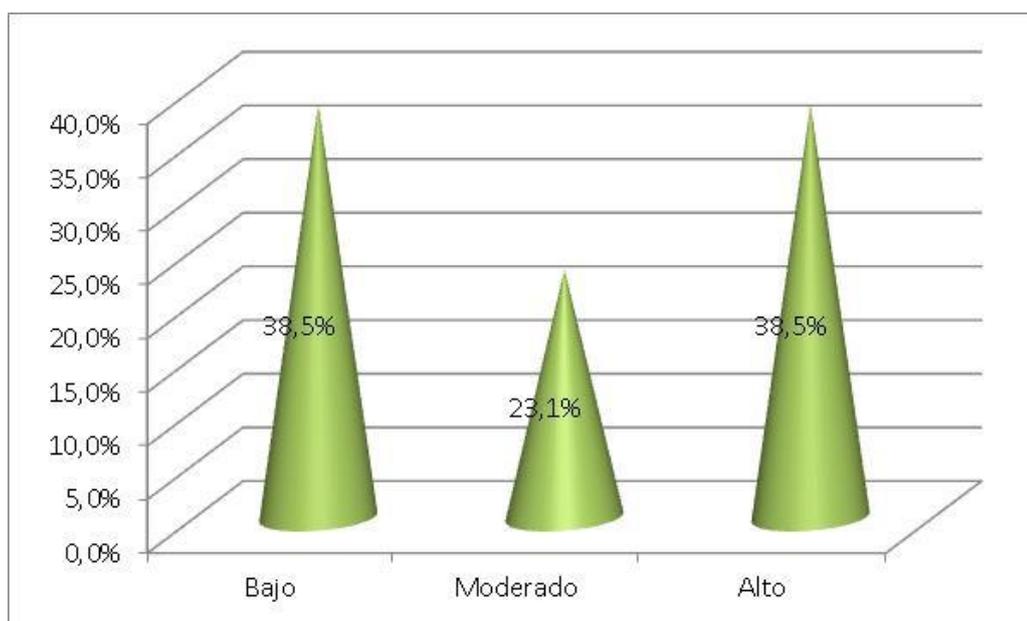
Sus formas de expresión y sentido de pertinencia

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	10	38,5%
Moderado	6	23,1%
Alto	10	38,5%
Total	26	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 10



Tomando en consideración la tabla 18 y la fig. 10, un 38,5% de alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, sostienen que en la dimensión Sus formas de expresión y sentido de pertinencia se alcanzó un nivel alto, otro 38,5% consiguieron un nivel bajo y un 23,1% obtuvieron un nivel moderado.

4.2. Prueba de Normalidad de Shapiro – Wilk.

La tabla 19 presenta los resultados de la prueba de bondad de ajuste de Shapiro- Wilk (S-W). Se observa que las variables y no se aproximan a una distribución normal ($p < 0.05$). En este caso debido a que se determinaran correlaciones entre variables y dimensiones, la prueba estadística a usarse deberá ser no paramétrica: Prueba de Correlación de Spearman.

Tabla 19

Resultados de la prueba de bondad de ajuste Shapiro – Wilk

Variables y dimensiones	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Entretiene a los espectadores y crea intriga	,913	26	,001
Muestra la hiperrealidad televisiva	,906	26	,021
Presenta en competencia a una cantidad variable de concursantes	,902	26	,007
Los programas televisivos de reality	,916	26	,006
Su historia, tradiciones y costumbres	,885	26	,007
Sus creencias, experiencias y valores	,850	26	,001
Sus formas de expresión y sentido de pertinencia	,890	26	,000
La identidad cultural	,903	26	,008

4.3. Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Hipótesis Alternativa H_a : Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Hipótesis nula H_0 : No Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Tabla 20*Los programas televisivos de reality y la identidad cultural*

		Correlaciones		
			Los programas televisivos de reality	La identidad cultural
Rho de Spearman	Los programas televisivos de reality	Coefficiente de correlación	1,000	-,605**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	26	26
	La identidad cultural	Coefficiente de correlación	-,605**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	26	26

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Como se muestra en la tabla 20 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = -0,605$, con una $p = 0.001$ ($p < .05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe un nivel de influencia negativo de los programas televisivos de reality sobre la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

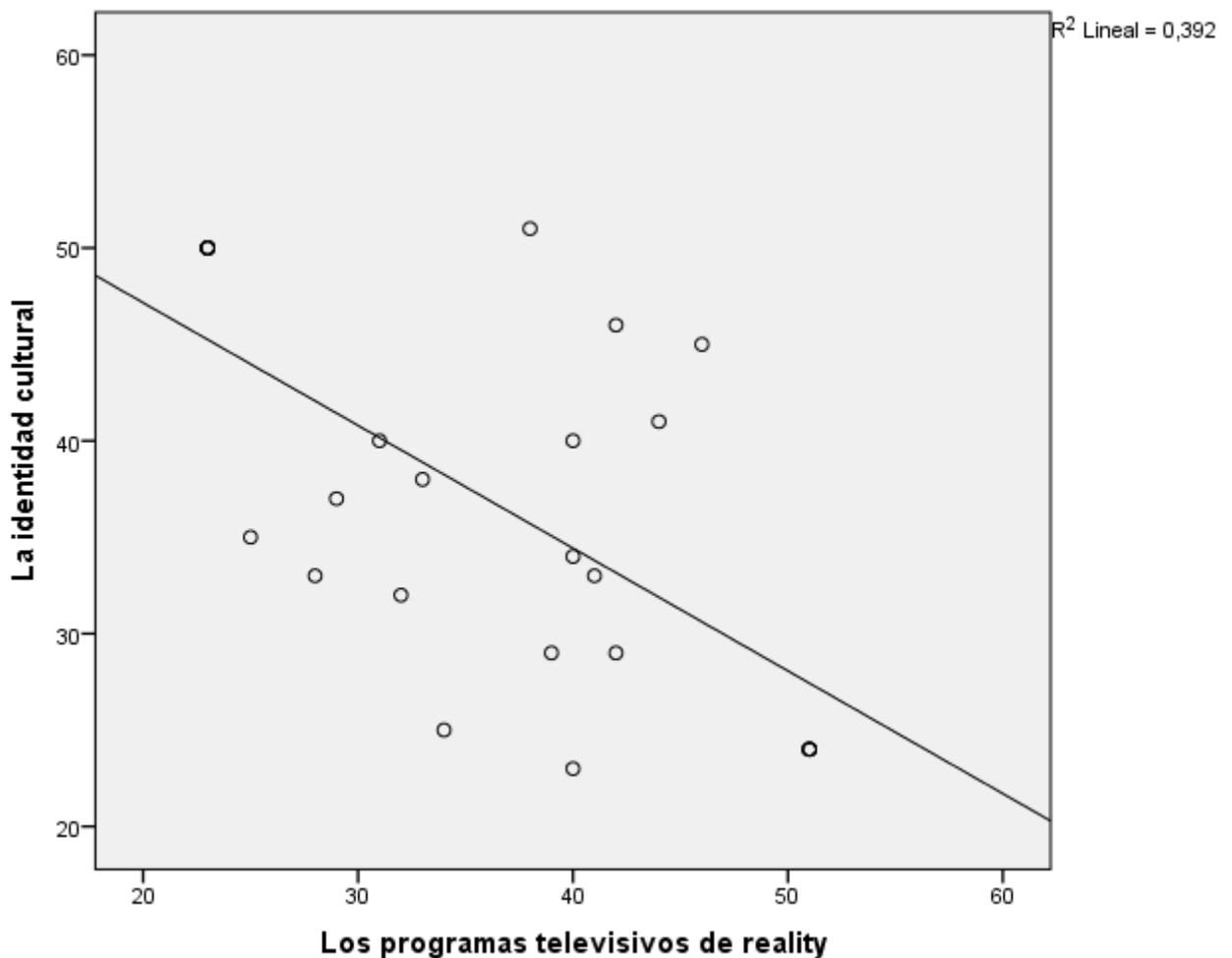


Figura 11. Los programas televisivos de reality y la identidad cultural.

Hipótesis Específica 1

Hipótesis Alternativa **H1**: Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Hipótesis nula **H0**: No Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Tabla 21*Los programas televisivos de reality y la historia, tradiciones y costumbres***Correlaciones**

			Los programas televisivos de reality	Su historia, tradiciones y costumbres
Rho de Spearman	Los programas televisivos de reality	Coefficiente de correlación	1,000	-,572**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	26	26
	Su historia, tradiciones y costumbres	Coefficiente de correlación	-,572**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	26	26

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Como se muestra en la tabla 21 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = -0,572$, con una $p = 0.002$ ($p < .05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe un nivel de influencia negativo de los programas televisivos de reality sobre la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **moderada**.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

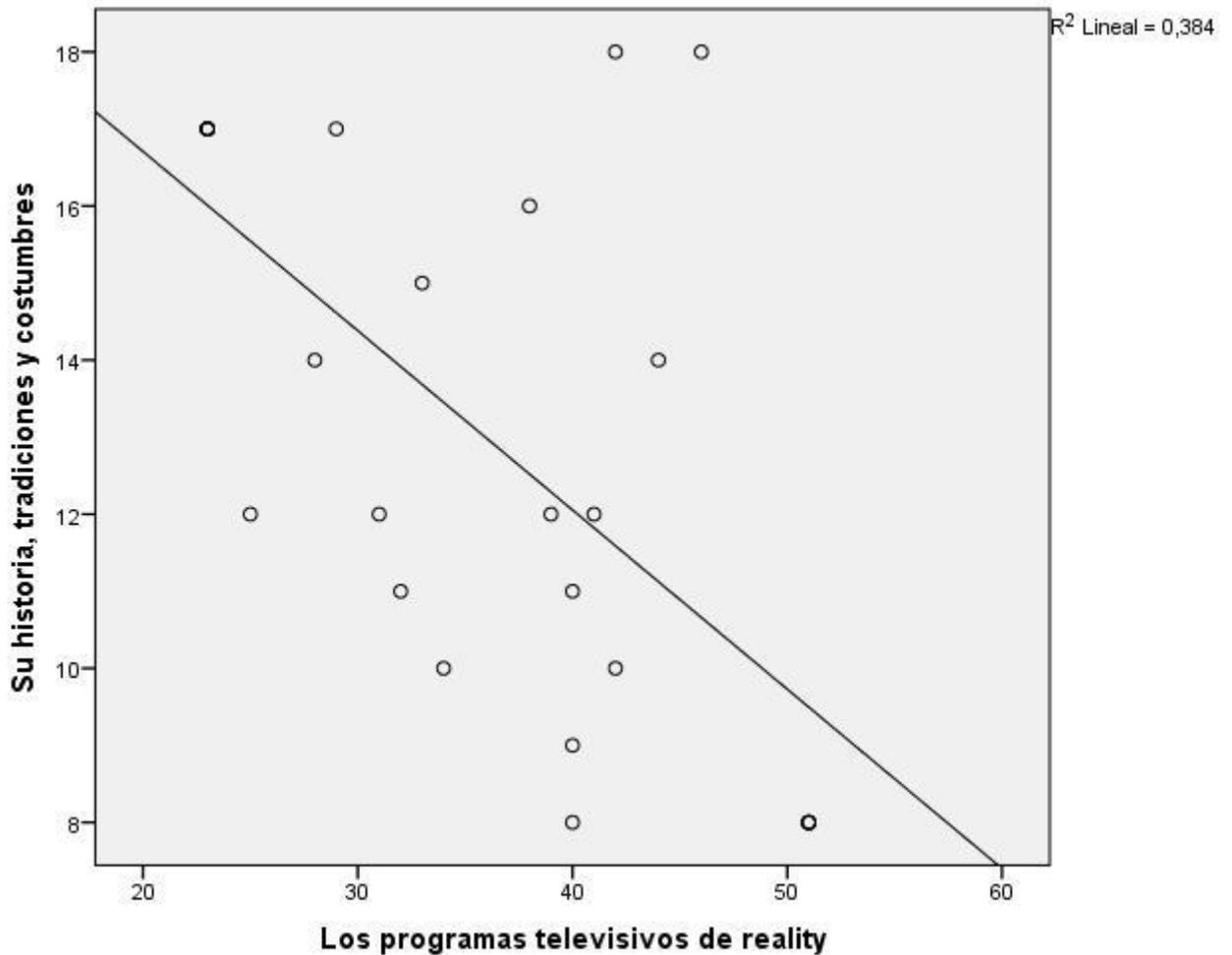


Figura 12. Los programas televisivos de reality y la historia, tradiciones y costumbres.

Hipótesis Específica 2

Hipótesis Alternativa **H2**: Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Hipótesis nula **H0**: No Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Tabla 22*Los programas televisivos de reality y las creencias, experiencias y valores.*

Correlaciones				
			Los programas televisivos de reality	Sus creencias, experiencias y valores
Rho de Spearman	Los programas televisivos de reality	Coefficiente de correlación	1,000	-,664**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	26	26
	Sus creencias, experiencias y valores	Coefficiente de correlación	-,664**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	26	26

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Como se muestra en la tabla 22 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = .0,664$, con una $p=0.000(p<.05)$ con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe un nivel de influencia negativo de los programas televisivos de reality sobre las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

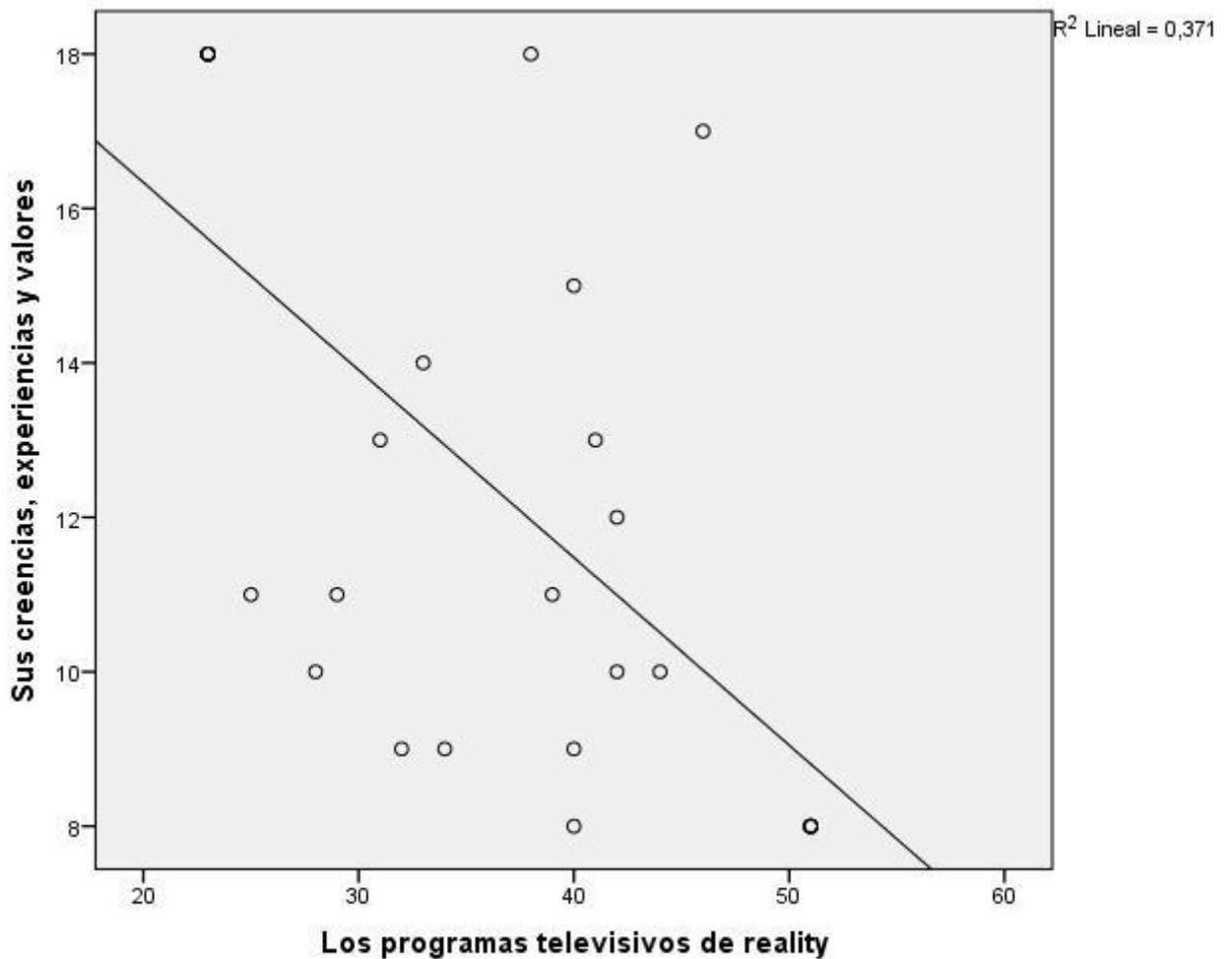


Figura 13. Los programas televisivos de reality y las creencias, experiencias y valores.

Hipótesis Específica 3

Hipótesis Alternativa **H3**: Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Hipótesis nula **H0**: No existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Tabla 23

Los programas televisivos de reality y las formas de expresión y sentido de pertinencia.

Correlaciones			Los programas televisivos de reality	Sus formas de expresión y sentido de pertinencia
Rho de Spearman	Los programas televisivos de reality	Coefficiente de correlación	1,000	-,437
		Sig. (bilateral)	,	,000
		N	26	26
	Sus formas de expresión y sentido de pertinencia	Coefficiente de correlación	-,437	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,
		N	26	26

Como se muestra en la tabla 23 se obtuvo un coeficiente de correlación de $r = -0.437$, con una $p = 0.324$ ($p < .05$) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe un nivel de influencia negativo de los programas televisivos de reality sobre las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **moderada**.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

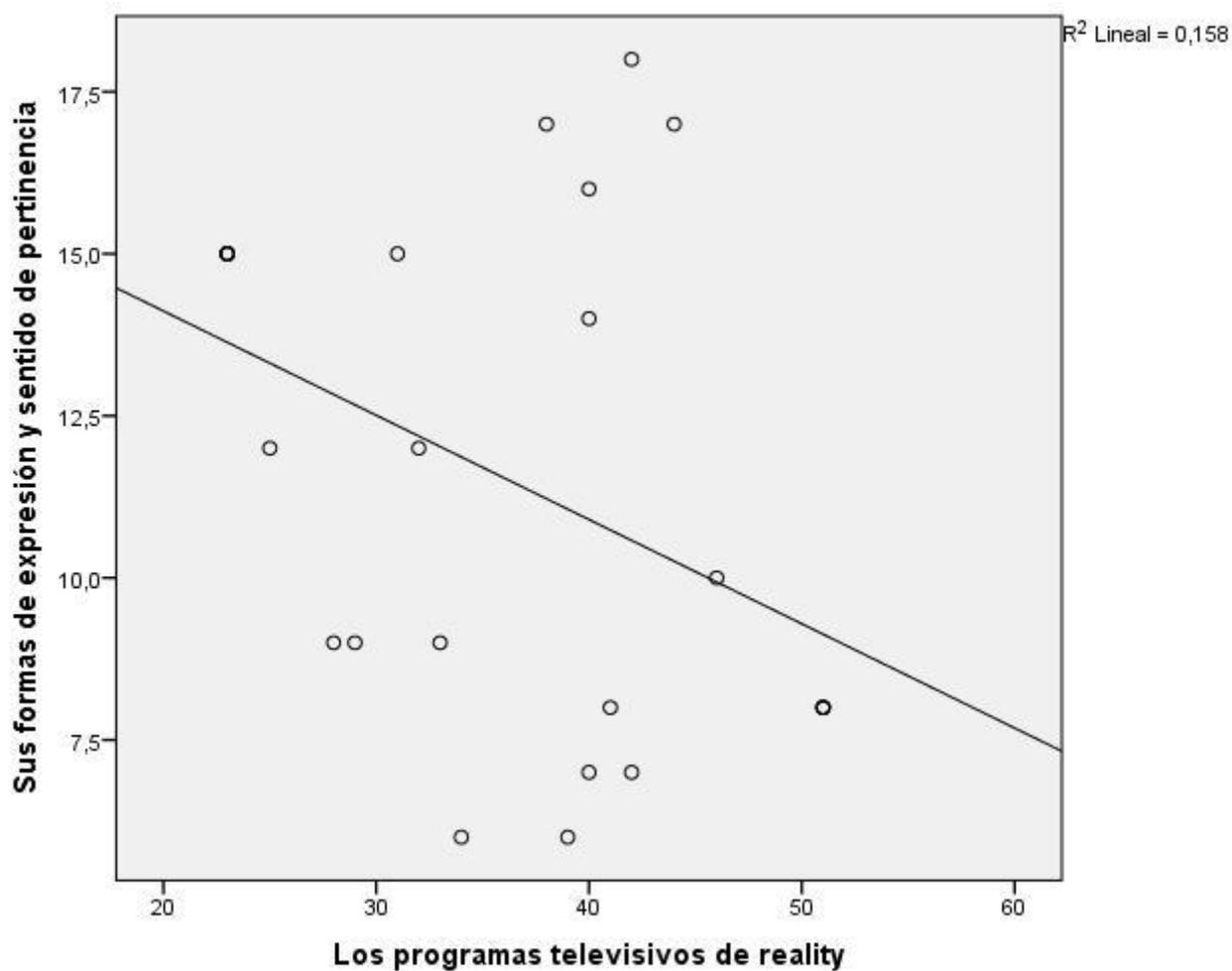


Figura 14. Los programas televisivos de reality y las formas de expresión y sentido de pertinencia.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión.

En el Perú, la televisión y los programas televisivos forman parte de la vida cotidiana en la gran mayoría de los hogares, y no requiere de habilidades muy complejas para participar de la programación; es el medio más accesible a los niños y niñas, siendo para ellos una fuente de compañía, de entretenimiento, de pasatiempo, de escape, de refugio, creadora de fantasías, etc.; por esto es importante analizar sus influencias y sus efectos, para así poder controlar lo negativo y promover lo positivo.

Los medios de comunicación, como el caso de la televisión, son en la actualidad, en gran medida responsables de gran parte de la cultura de los grupos humanos de nuestro tiempo, crean opinión, lenguaje, mitos y costumbres; del mismo modo pueden crear irrealidades y fantasías con negativa incidencia en la misma cultura en la que participan.

Existen cadenas de televisión que apuestan por la programación de los reality, debido a que por lo general alcanzan una rápida popularidad, por los formatos del concurso y la condición de protagonistas de los espectadores. Dentro de este formato, el reality show se reinventa constantemente aunque su esencia siga siendo la misma. El éxito de este tipo de programas reside fundamentalmente en la curiosidad que siente el espectador, en la que los personajes viven una vida placentera plagada de problemas y situaciones típicas de esta cultura, relegando otro tipo de programación –como los documentales, a un segundo plano.

Los realitys y diversos programas de espectáculos son denominados hoy en día como la “televisión basura”, debido a los escándalos que difunden y alimentan, influenciando negativamente en el proceso de formación de la identidad cultural de los niños y niñas.

La identidad, es la síntesis que cada uno hace de los valores y de los indicadores de comportamiento transmitidos por diferentes medios a los que pertenece. Cada cultura y cada subcultura transportan valores e indicadores de acciones, de pensamientos y de sentimientos.

De otra parte, al desarrollar el presente trabajo planteamos como hipótesis la existencia de una influencia significativa de los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea”, Huacho. Esta hipótesis fue corroborada al realizar el proceso de contrastación, donde la prueba de correlación de Spearman le asignó un valor positivo representando una buena asociación.

Coincidentemente con nuestra propuesta, existen otras investigaciones realizadas y que servirán como sustento a nuestros planteamientos. Así, Palma Ticona Mayra y Quispe Ramos Carol (2014), en la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú, desarrollaron su tesis para poder demostrar que los programas televisivos observados por los niños de 5 años, de la I.E.I.P. Marianista, influyen de manera negativa en la conducta de los niños. Al concluir la investigación señalaron que, realmente los niños y niñas de la I.E.I.P. Marianista eran influenciados mayoritariamente por series y programas de concurso denominados reality, emitidos en los horarios estelares, provocando en ellos manifestaciones violentas y conductas agresivas.

De igual manera, Curi Centeno Ruth y Quintana Marquina Tania (2015), en la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, Perú desarrollaron su tesis, con el objeto de poder determinar el grado de relación que existe entre los programas televisivos infantiles y el comportamiento de los niños y niñas de la I.E.I.P. La Cabañita de Jesús, Ayacucho. Los resultados pudieron demostrar que existe una relación significativa entre los programas televisivos infantiles y el comportamiento en los niños y niñas de la I.E.I.P. La Cabañita de Jesús, ya que estos influyen directamente en el comportamiento de los niños y niñas.

Así también, Pauta Guevara Ricardo (2015), en la Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú, desarrolló su tesis con la finalidad de mostrar la influencia que ejerce la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar de los niños de 6 a 9 años de edad, que estudian el nivel primario en el Colegio Claretiano de la ciudad de Lima. Entre las conclusiones manifiesta que, la incomunicación familiar lleva al niño a estar muchas horas frente a la pantalla de la televisión, según lo muestra en más de los 50% de los niños y niñas encuestados. Afirmándose el criterio que la televisión se configura en un estímulo que influye significativamente en el comportamiento de los niños y niñas, que son reflejados en la expresión del lenguaje, mediante el uso de frases y términos lingüísticos.

Otra investigación importante es realizada por Mena Mendieta Carlos (2015). Que en la Universidad de Guayaquil, Ecuador, desarrolló su tesis con el objeto de poder determinar el uso de estrategias comunicativas para promover la práctica de valores en los programas de los realitys shows, que permitan a los jóvenes ecuatorianos tener una formación integral con calidad humana acordes

al buen vivir. La investigación concluye señalando que, los reality shows son programas de fácil comercialización porque a la audiencia le agradan los conflictos sociales típicos de la modernidad y cuyos protagonistas le dan el toque espectacular a las situaciones que se presentan. Existe también, una carencia de práctica de valores, por la misma naturaleza del programa que es competitivo, y se propone lograr la meta sin importar los medios para conseguirlo.

Finalmente, Gómez Olea Francisco (2010), en la Universidad de Málaga, España, desarrolló su tesis con la finalidad de poder comprender y explicar la manera en que influye la televisión en la vida de los niños y niñas del C.E.I.P. "Torrijos" y C.E.I.P. "Gandhi", de la ciudad de Málaga. Entre los principales resultados menciona que, la televisión, y especialmente su publicidad en distintos soportes y medios causan distintas influencias especialmente persuasivas, generando la adicción a los programas televisivos. Existe una auténtica desprotección de los menores con respecto a la calidad de los programas televisivos.

5.2. Conclusiones.

De las pruebas realizadas podemos concluir:

Primera.

Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 "Mercedes Indacochea Lozano" – Huacho, 2018, como lo prueba la correlación de Spearman al asignarle un valor de -0.605, representando una **buena** asociación.

Segunda.

Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, como lo prueba la correlación de Spearman al asignarle un valor de -0.572, representando una **moderada** asociación.

Tercera.

Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, como lo prueba la correlación de Spearman al asignarle un valor de -0.664, representando una **buena** asociación.

Cuarta.

Existe un nivel de influencia negativa de los programas televisivos de reality sobre las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.Nº20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018, como lo prueba la correlación de Spearman al asignarle un valor de -0.437, representando una **moderada** asociación.

5.3. Recomendaciones.

Primera.

Se debe tener en cuenta, la capacidad de imitación que tienen los niños y niñas respecto a los programas de “reality”. Debe ser orientada hacia un mejor conocimiento de los personajes reales y ejemplares, y no hacia “héroes imaginarios”, o personajes de poca ejemplaridad. De esta forma, pondremos a su alcance las vidas de personas de mucho valor, patriotismo, religiosidad, o que han pasado haciendo el bien, y que merecen ser imitados.

Segunda.

Podemos enseñar a los niños y niñas a reflexionar, para que al momento de encender el televisor pueda recordar que, no solo hay que ver la televisión, sino qué ver del programa de televisión. Así podremos desarrollar en ellos la capacidad de selección y de discriminación, que los habilitará para ver aquello que conviene ver y no mirar aquello que no conviene. Deben de preferir los espacios televisivos que tengan que ver con el desarrollo de valores, amor a la naturaleza, nuestras tradiciones y costumbres.

Tercera.

Fomentar en los padres de familia el análisis crítico del contenido de los programas televisivos contrarios a nuestros valores, que nos parezcan inconvenientes o negativos para nuestros niños o niñas. Para eso, los padres de familia, deben acostumbrar a sus hijos o hijas a saber ver y distinguir lo bueno y lo malo que pueda contener un determinado programa de televisión, como el caso de los reality show o todos aquellos conocidos como programas basura.

Cuarta.

Los docentes de aula, y de la escuela en general, tenemos que orientar a los niños y niñas en relación a los contenidos de algunos comerciales que pueden ser tan peligrosos como los malos programas de televisión. Debemos estar atentos para que la televisión no convierta a los niños y niñas en personas superficiales o consumidoras de todo lo que se anuncia. La gran oferta de bienes que existe en la televisión, puede ayudarnos a educar a los estudiantes en un consumo inteligente, basado en la satisfacción de las reales necesidades, más que la de los gustos.

CAPÍTULO VI

FUENTES DE INFORMACIÓN

5.1. Fuentes Documentales y Bibliográficas.

- Belén Rodríguez María (2014). Los reality shows y su influencia sobre las relaciones interpersonales y familiares. Bs.As., Argentina: En Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°64.
- Curi Centeno Ruth Mery y Quintana Marquina Tania Lisbeth (2015). Los programas infantiles de televisión y el comportamiento de los niños y niñas de la I.E.I.P. La Cabañita de Jesús, Ayacucho, 2014. (Tesis de Licenciatura). Ayacucho, Perú: Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga.
- Gomero G. y Moreno J. (1997). Proceso de la investigación científica. Lima, Perú: Fakir Editores.
- Gómez Olea Francisco Manuel (2010). La influencia de la televisión en el alumnado del tercer ciclo de primaria en el ámbito rural y urbano. Estudio de casos. (Tesis de Doctorado). España: Universidad de Málaga,
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2010). Metodología de la investigación. México: Mc. Graw Hill.
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio Pilar (2014). Metodología de la Investigación. 6ta.edición. México: Mc. Graw Hill.
- Martínez José Luis (2004). Bibliofilia. México: Tezontle.

- Mena Mendieta Carlos Alberto (2015). Los Reality shows y su papel en la formación de valores de los jóvenes de acuerdo al Sumak Kawayay. (Tesis de Licenciatura).Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Ministerio de Educación (2015). Rutas del Aprendizaje, Área Personal Social. Lima: Metrocolor S.A.
- Ministerio de Educación (2007). Guía de evaluación del aprendizaje. Lima: Corporación Gráfica Navarrete S. A.
- Palma Ticona Mayra Elizabeth y Quispe Ramos Carol Genoveva (2014). Influencia de los programas de la televisión peruana en la conducta de los niños de 5 años de la Institución Educativa Particular Marianista del distrito de Hunter. (Tesis de Segunda Especialidad). Arequipa, Perú: Universidad Nacional de San Agustín.
- Pauta Guevara Ricardo Arturo (2015). Los niños, la influencia de la televisión y el rendimiento escolar. (Tesis de Grado). Perú: Universidad Mayor de San Marcos de Lima.
- Rodríguez María Belen (2014).Los reality show y su influencia: Bs.As., Argentina: CPDC.
- Sibilía P. (2008). El proceso de investigación. Buenos Aires: Editorial Lumen/Humanitas.
- Zavala Trías Sylvia (2012). Guía a la redacción estilo APA. 6ta. Edición: UMET.

5.2. Fuentes Electrónicas

- CONCORTV (2015). Todo sobre el debate de la “TV basura” en el Perú. Recup. 26/07/18 de: www.concortv.gob.pe/noticias/todo-sobre-el-debate-de-la-tv-basura-en-el-peru/
- Cajal Alberto (s/f). Identidad Cultural: Qué es, elementos y cómo se construye. Recup. 27-07-18 de: <https://www.lifeder.com/identidad/>
- Definición ABC (s/f). Definición de reality show. Recup. 26/07/18 de: <https://www.definicionabc.com/general/reality-show.php>.
- P. Lourdes (2012). Características de los reality show. Recup. 26/07/18 de: realitytvshowblog.blogspot.com/2012/06/características-de-los-reality-show.html
- Pérez Porto Julián y Gardey Ana (2015). Definición de reality show. Recup. 26-07-18 de: <https://definicion.de/reality-show>
- Rincón del Vago (1998). Los reality show como medio de distracción. Recup. 26/07/18 de: [html,rincondelvago.com/reality-show.html](http://html.rincondelvago.com/reality-show.html)
- Sánchez Florencia (2015). Las consecuencias negativas que dejan los reality shows. Recup. 26-07-18 de: www.upsocl.com/mujer/las-consecuencias-negativas-que-dejan-los-reality-shows/
- Wikipedia (s/f). Telebasura. Recup.26/07/18 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/telebasura>

ANEXOS

ANEXO N° 01

Tabla 24: Matriz de Consistencia.

**TÍTULO: INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE REALITY EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ALUMNOS DEL 6TO.
GRADO DE PRIMARIA DE LA I.E.N°20827 “MERCEDES INDACOCHEA LOZANO”- HUACHO, 2018.**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿De qué manera influyen los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>1. ¿Cuál es el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018?</p> <p>2. ¿Cuál es el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018?</p> <p>3. ¿Cuál es el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>1. Establecer el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” - Huacho, 2018.</p> <p>2. Identificar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.</p> <p>3. Caracterizar el nivel de influencia de los programas televisivos de reality en las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: Existe un nivel de influencia negativo de los programas televisivos de reality sobre la identidad cultural de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>1. Existe un nivel de influencia negativo de los programas televisivos de reality sobre la historia, tradiciones y costumbres de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.</p> <p>2. Existe un nivel de influencia negativo de los programas televisivos de reality sobre las creencias, experiencias y valores de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.</p> <p>3. Existe un nivel de influencia negativo de los programas televisivos de reality sobre las formas de expresión y sentido de pertenencia de los alumnos del 6to. Grado de primaria de la I.E.N°20827 “Mercedes Indacochea Lozano” – Huacho, 2018.</p>	<p>VARIABLES: Variable Independiente: Los Programas Televisivos de Reality</p>	
			DIMENSIONES	INDICADORES
			<p>1. ENTRETiene A LOS ESPECTADORES Y CREA INTRIGA. 1.1. Identifica la Intención de la comunicación.</p> <p>2. MUESTRA LA HIPERREALIDAD TELEVISIVA. 2.1. Formula explicaciones sobre los protagonistas</p> <p>3. PRESENTA EN COMPETENCIA A UNA CANTIDAD VARIABLE DE CONCURSANTES. 3.1. Analiza el proceso de desarrollo de los programas televisivos de reality</p>	
			<p>Variable Dependiente: La Identidad Cultural</p>	
DIMENSIONES		INDICADORES		
		<p>1. HISTORIA, TRADICIONES Y COSTUMBRES. 1.1. Profundidad del pensamiento.</p> <p>2. CREENCIAS, EXPERIENCIAS Y VALORES. 2.1. Sensibilidad a los problemas.</p> <p>3. FORMAS DE EXPRESIÓN Y SENTIDO DE PERTENENCIA. 3.1. Flexibilidad adaptativa.</p>		

ANEXO 2:

FIG. 14: ESCALA DE LIKERT DEL NIVEL DE INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE REALITY EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ALUMNOS DEL 6TO.GRADO DE PRIMARIA DE LA I.E. Nº20827 "MERCEDES I. LOZANO"

Nº	ÍTEMS	VALOR PTJE.
01	¿Demuestras interés por los contenidos de los programas televisivos de reality?	
02	¿Cuando ves TV, te olvidas del tiempo?	
03	¿Respetas el uso de tu tiempo libre destinado a ver la TV?	
04	¿Te emociona participar de los programas televisivos de reality show?	
05	¿Relatas a tus compañeros las experiencias que te intrigan en la TV?	
06	¿Consideras que los programas de TV están totalmente sometidos a la presión comercial?	
07	¿Prefieres ver la programación del <u>reality show</u> antes que un noticiero o un documental?	
08	¿Prefieres ver los programas de reality show porque los acontecimientos se presentan en forma real, a diferencia del cine?	
09	¿Consideras que los formatos de los reality show te traen muchas emociones situaciones muy interesantes de los protagonistas?	
10	¿Opinas a favor de que los reality show sean considerados como parte de la TV basura?	
11	¿Harías cualquier cosa por participar en uno de los programas del reality?	
12	¿Enjuicias el comportamiento de los personajes del reality emitiendo tus opiniones personales?	
13	¿En ocasiones asumes los roles de los concursantes del reality show?	
14	¿Puedes recordar lo que crees que hizo cada personaje del reality, después de su participación?	
15	¿Te identificas y aprecias las manifestaciones de los concursantes del reality?	
16	¿Identificas en los programas televisivos de reality mensajes relacionados con nuestra historia nacional?	
17	¿Los juegos de concurso de TV describen gran parte de nuestras tradiciones?	
18	¿Consideras que se ha hecho costumbre en una gran mayoría de hogares ver los programas televisivos de reality?	
19	¿Amas y valoras la historia, tradiciones y costumbres de tu localidad?	
20	¿Los textos de los reality show buscan transmitir hechos relacionados con nuestras costumbres?	
21	¿Asimilas con facilidad las informaciones de la TV?	
22	¿Sinceramente consideras que los programas de reality show son una ayuda en rendimiento académico, en diferentes áreas?	
23	¿La práctica de lectura de ayuda a captar mejor los mensajes televisivos?	
24	¿Tienes por costumbre reemplazar los momentos de estudio, para poder ver las competencias que se presentan en el reality show?	
25	¿Consideras que la información incluida en los reality show son pertinentes?	
26	¿Piensas por ti mismo para ver la TV?	
27	¿Te dejas llevar fácilmente por las opiniones de los concursantes en el reality?	
28	¿Te gusta que te digan lo que tienes que hacer para seleccionar la TV?	
29	¿Consideras que los participantes de los programas de reality hacen uso de un vocabulario adecuado (precisión en las palabras utilizadas)?	
30	¿Haces preguntas para obtener más información y aclarar los contenidos de los programas de TV?	

CÓDIGO VALORACIÓN: 4=Siempre 3=Frecuentemente 2=Algunas veces 1=Raramente

ANEXO 3

Tabla 25: Tabla de datos de la variable independiente (X).

N	Los programas televisivos de reality																				ST1	V1	
	Entretiene a los espectadores y crea intriga						Muestra la hiperrealidad televisiva						Presenta en competencia a una cantidad variable de concursantes										
	1	2	3	4	5	S1	D1	6	7	8	9	10	S2	D2	11	12	13	14	15	S3			D3
1	1	2	1	2	2	8	Bajo	2	1	2	2	4	11	Moderado	2	2	2	2	1	9	Bajo	28	Bajo
2	1	2	1	2	1	7	Bajo	1	1	2	2	2	8	Bajo	2	1	2	1	2	8	Bajo	23	Bajo
3	2	2	4	4	4	16	Alto	3	4	4	4	1	16	Alto	4	3	4	4	4	19	Alto	51	Alto
4	2	2	4	1	2	11	Moderado	4	2	2	4	2	14	Moderado	3	4	2	4	2	15	Alto	40	Moderado
5	2	2	1	1	4	10	Moderado	4	2	2	2	1	11	Moderado	1	2	1	3	1	8	Bajo	29	Bajo
6	1	2	1	2	1	7	Bajo	1	1	2	2	2	8	Bajo	2	1	2	1	2	8	Bajo	23	Bajo
7	2	2	1	1	1	7	Bajo	4	4	4	1	4	17	Alto	1	2	1	2	4	10	Moderado	34	Moderado
8	2	2	2	4	1	11	Moderado	4	4	2	4	4	18	Alto	1	3	3	1	2	10	Moderado	39	Moderado
9	1	2	1	2	1	7	Bajo	1	1	2	2	2	8	Bajo	2	1	2	1	2	8	Bajo	23	Bajo
10	2	2	4	1	4	13	Moderado	1	3	1	3	1	9	Bajo	1	2	3	1	3	10	Moderado	32	Moderado
11	2	1	4	1	4	12	Moderado	1	2	1	1	2	7	Bajo	2	3	1	4	2	12	Moderado	31	Moderado
12	2	2	4	4	4	16	Alto	3	4	4	4	1	16	Alto	4	3	4	4	4	19	Alto	51	Alto
13	2	1	4	1	4	12	Moderado	3	3	3	3	2	14	Moderado	4	3	2	4	3	16	Alto	42	Moderado
14	4	4	1	4	3	16	Alto	3	4	4	3	4	18	Alto	1	3	4	3	1	12	Moderado	46	Alto
15	3	4	2	3	2	14	Moderado	4	3	3	1	3	14	Moderado	1	4	1	4	2	12	Moderado	40	Moderado
16	2	1	4	3	3	13	Moderado	3	2	4	1	2	12	Moderado	3	3	3	3	3	15	Alto	40	Moderado
17	2	2	4	4	4	16	Alto	3	4	4	4	1	16	Alto	4	3	4	4	4	19	Alto	51	Alto
18	4	4	4	3	3	18	Alto	2	4	4	4	1	15	Alto	2	3	1	4	1	11	Moderado	44	Moderado
19	4	3	1	2	2	12	Moderado	4	3	3	3	2	15	Alto	2	1	3	2	3	11	Moderado	38	Moderado
20	2	2	3	3	3	13	Moderado	3	3	2	2	4	14	Moderado	2	1	4	3	4	14	Moderado	41	Moderado
21	1	2	1	2	1	7	Bajo	1	1	2	2	2	8	Bajo	2	1	2	1	2	8	Bajo	23	Bajo
22	2	2	4	4	4	16	Alto	3	4	4	4	1	16	Alto	4	3	4	4	4	19	Alto	51	Alto
23	3	1	2	4	1	11	Moderado	1	3	2	4	2	12	Moderado	1	4	1	2	2	10	Moderado	33	Moderado
24	2	2	1	3	4	12	Moderado	1	2	1	1	2	7	Bajo	1	2	1	1	1	6	Bajo	25	Bajo
25	1	2	1	2	1	7	Bajo	1	1	2	2	2	8	Bajo	2	1	2	1	2	8	Bajo	23	Bajo
26	3	2	4	1	1	11	Moderado	1	3	3	1	1	9	Bajo	3	13	3	2	1	22	FALSO	42	Moderado

Tabla 26: Tabla de datos de la variable dependiente (Y).

N	La identidad cultural																		ST2	V2			
	Su historia, tradiciones y costumbres						Sus creencias, experiencias y valores						Sus formas de expresión y sentido de pertinencia										
	1	2	3	4	5	S4	D4	6	7	8	9	10	S5	D5	11	12	13	14			15	S6	D6
1	2	2	4	4	2	14	Moderado	2	2	2	2	2	10	Moderado	2	2	2	1	2	9	Bajo	33	Moderado
2	3	2	4	4	4	17	Alto	4	4	4	4	2	18	Alto	2	4	4	4	1	15	Alto	50	Alto
3	1	2	2	2	1	8	Bajo	1	4	1	1	1	8	Bajo	2	1	1	1	3	8	Bajo	24	Bajo
4	1	2	2	2	1	8	Bajo	2	1	1	2	2	8	Bajo	2	1	1	1	2	7	Bajo	23	Bajo
5	4	4	1	4	4	17	Alto	2	1	2	3	3	11	Moderado	1	2	2	2	2	9	Bajo	37	Moderado
6	3	2	4	4	4	17	Alto	4	4	4	4	2	18	Alto	2	4	4	4	1	15	Alto	50	Alto
7	1	1	4	3	1	10	Moderado	2	1	4	1	1	9	Bajo	1	1	1	1	2	6	Bajo	25	Bajo
8	2	1	4	4	1	12	Moderado	4	1	4	1	1	11	Moderado	2	1	1	1	1	6	Bajo	29	Bajo
9	3	2	4	4	4	17	Alto	4	4	4	4	2	18	Alto	2	4	4	4	1	15	Alto	50	Alto
10	1	1	3	4	2	11	Moderado	2	1	2	1	3	9	Bajo	3	2	2	1	4	12	Moderado	32	Moderado
11	1	1	2	4	4	12	Moderado	1	3	4	4	1	13	Moderado	3	2	4	4	2	15	Alto	40	Moderado
12	1	2	2	2	1	8	Bajo	1	4	1	1	1	8	Bajo	2	1	1	1	3	8	Bajo	24	Bajo
13	4	4	3	3	4	18	Alto	3	1	1	2	3	10	Moderado	4	3	4	3	4	18	Alto	46	Alto
14	3	4	3	4	4	18	Alto	3	3	3	4	4	17	Alto	1	1	3	2	3	10	Moderado	45	Alto
15	2	1	3	4	1	11	Moderado	2	1	2	3	1	9	Bajo	4	4	4	1	1	14	Moderado	34	Moderado
16	2	1	2	1	3	9	Bajo	1	4	3	4	3	15	Alto	3	4	3	3	3	16	Alto	40	Moderado
17	1	2	2	2	1	8	Bajo	1	4	1	1	1	8	Bajo	2	1	1	1	3	8	Bajo	24	Bajo
18	1	4	2	4	3	14	Moderado	4	2	2	1	1	10	Moderado	3	3	3	4	4	17	Alto	41	Moderado
19	3	3	3	3	4	16	Alto	3	4	4	4	3	18	Alto	4	4	3	3	3	17	Alto	51	Alto
20	3	2	2	3	2	12	Moderado	1	3	3	3	3	13	Moderado	2	1	1	2	2	8	Bajo	33	Moderado
21	3	2	4	4	4	17	Alto	4	4	4	4	2	18	Alto	2	4	4	4	1	15	Alto	50	Alto
22	1	2	2	2	1	8	Bajo	1	4	1	1	1	8	Bajo	2	1	1	1	3	8	Bajo	24	Bajo
23	3	2	3	3	4	15	Alto	2	2	4	3	3	14	Moderado	1	2	2	2	2	9	Bajo	38	Moderado
24	4	2	4	1	1	12	Moderado	4	1	3	1	2	11	Moderado	2	1	4	2	3	12	Moderado	35	Moderado
25	3	2	4	4	4	17	Alto	4	4	4	4	2	18	Alto	2	4	4	4	1	15	Alto	50	Alto
26	2	2	3	2	1	10	Moderado	3	1	4	2	2	12	Moderado	2	2	1	1	1	7	Bajo	29	Bajo