



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE EDUCACIÓN

**LOS PROGRAMAS DE LA TELEVISIÓN PERUANA Y LA INFLUENCIA EN EL
COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA PEDRO E. PAULET DE HUACHO EN EL 2017.**

PROYECTO DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN EDUCACIÓN
EN LA ESPECIALIDAD DE CIENCIAS SOCIALES Y TURISMO

PRESENTADO POR

JOVANY ALONSO BARZOLA OSORIO

ASESOR

MG. LUIS ALBERTO MATOS PINEDA

HUACHO, PERÚ

2017

**LOS PROGRAMAS DE LA TELEVISIÓN PERUANA Y LA INFLUENCIA EN EL
COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA PEDRO E. PAULET DE HUACHO EN EL 2017.**



Mg. LUIS ALBERTO MATOS PINEDA

ASESOR

Mg. RICARDO DE LA CRUZ DURAN

PRESIDENTE

Dra. NORVINA MARLENA MARCELO ANGULO

SECRETARIO

Mg. FELIPA HINMER HILEM APOLINARIO RIVERA

VOCAL

DEDICATORIA

A mi madre Lucia Osorio Bernachea, mi sentido de existencia, por confiar en mí y estimularme a crecer personal y profesionalmente.

A mi hermano Julio Barzola Osorio, mi amigo, por sus consejos, comprensión, apoyo contante e incondicional para lograr esta meta.

Jovany Alonso Barzola Osorio



AGRADECIMIENTO

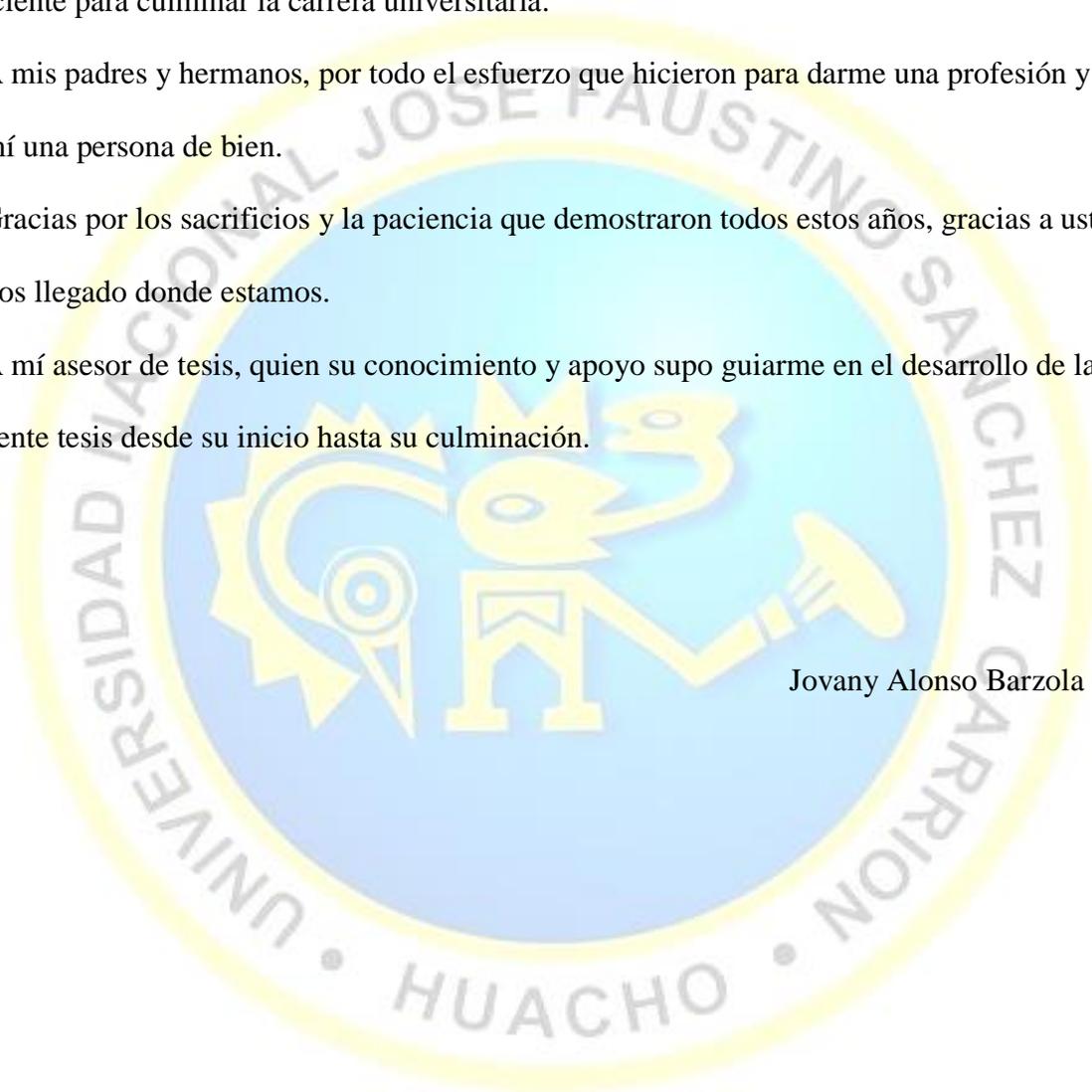
A Dios, por haberme guiado y acompañado a lo largo de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza en momentos de debilidad, a él que, con su infinito amor, nos ha dado la sabiduría suficiente para culminar la carrera universitaria.

A mis padres y hermanos, por todo el esfuerzo que hicieron para darme una profesión y hacer de mí una persona de bien.

Gracias por los sacrificios y la paciencia que demostraron todos estos años, gracias a ustedes hemos llegado donde estamos.

A mí asesor de tesis, quien su conocimiento y apoyo supo guiarme en el desarrollo de la presente tesis desde su inicio hasta su culminación.

Jovany Alonso Barzola Osorio



ÍNDICE

AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	2
1.3. Objetivos de la investigación	2
1.4. Justificación de la investigación.....	3
CAPÍTULO II	5
MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Antecedentes de la investigación	5
2.2. Bases teóricas.....	8
2.2.1. Programas de televisión	8
2.2.2. El comportamiento.....	19
2.3. Definiciones conceptuales.....	32
Adolescentes	32
Actitud.....	32
Conducta	32

Comportamiento.....	33
Dibujos animados.....	33
Emoción.....	33
Espectáculos.....	34
Estereotipos.....	34
Farándula.....	34
Influencia.....	34
Medios de comunicación.....	35
Pensamiento.....	35
Películas.....	35
Programación.....	35
Programa de televisión.....	36
Publicidad.....	36
Realities.....	36
Sexualidad.....	37
Televisión.....	37
Telenovelas.....	38
Valores.....	38
2.4. Hipótesis de investigación.....	39
2.5.1. Hipótesis general.....	39

2.5.2. Hipótesis específicas	39
CAPÍTULO III	40
METODOLOGÍA	40
3.1. Diseño metodológico	40
3.1.1. Tipo	40
3.1.2. Enfoque	40
3.2. Población y muestra	40
3.2.1. Población	40
3.2.2. Muestra	40
3.3. Operacionalización de variables e indicadores	41
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	42
3.4.1. Técnicas emplear	42
3.4.2. Descripción de los instrumentos	42
3.5. Técnicas para el procesamiento de la información	42
3.5.1. Tratamiento estadístico	42
CAPÍTULO IV	43
RESULTADOS	43
4.1. Análisis de resultados	43
Interpretación de ¿Ves televisión?	43
Interpretación de ¿Cuál es tu hobby?	44

Interpretación de ¿Cuántas horas al día ves televisión?.....	45
Interpretación de ¿Qué tipos de programas ves en la tv?.....	46
Interpretación de Cuando no te dejan ver tu programa favorito porque tienes que estudiar, ¿Obedeces?	47
Interpretación de ¿Cuándo realizas tus tareas, lo haces viendo televisión?.....	48
Interpretación de ¿Imitas el comportamiento de los personajes de la tv?.....	49
Interpretación de Si tuvieras que elegir entre asistir al cine o a un programa reality ¿Cuál elegirías?	50
Interpretación de ¿Ves programas de farándula?.....	51
Interpretación de ¿Crees que es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión?	52
CAPÍTULO V	53
DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	53
Discusión.....	53
Conclusiones	54
Recomendaciones.....	55
REFERENCIAS.....	56
7.2. Fuentes bibliográficas	56
7.4. Fuentes electrónicas	57
ANEXOS.....	61

RESUMEN

La televisión, en la actualidad ocupa un lugar muy especial en el hogar familiar, en la gran mayoría de familias vemos cómo influye en forma masiva en los niños y adolescentes, tanto así que imitan a sus personajes populares (en su forma de hablar, vestir y actuar) y programas que son muy sintonizados. Sin apenas darse cuenta éste sector altamente vulnerable sucumbe a los programas de gran sintonía e imitan a sus personajes o sueñan ser como ellos, la gran influencia es el resultado de jóvenes en su mayoría usando y adoptando poses propias de desafíos ante una realidad diferente como es el medio en que ellos se desenvuelven. Es bastante común toparse con adolescentes, difundiendo un lenguaje soez y hasta casi vulgar producto de los programas en su gran mayoría con altos índices de violencia y de competencia, haciendo que estos jóvenes se frustren al no lograr los que ellos quieren. Como medio masivo, tiene características fundamentales; vemos programas, que aportan y no aportan a nuestras vidas; existen programas culturales, deportivos, intelectuales, pero gran cantidad de televidentes, sobre todo el público adolescente, no le dan importancia, prefieren ver programas de farándula, realitys, primando el sensacionalismo.

La televisión, considerando importante para fines positivos; hablamos en éste punto de difusión de programas culturales, informativos y sobre todo de programas direccionados en bien de una sociedad en vías de desarrollo. Es responsabilidad de nuestras autoridades el de normar y controlar constantemente los programas que se difunden, muy a pesar de luchar contra el denominado ratings que buscan los canales de ser los primeros en un programa que lanzan sin siquiera considerarse buenos, solamente prima el hecho de que “muchos lo ven” sin tomar en cuenta si son culturales o tienen un gran aporte a la sociedad, el público cautivado en su gran

mayoría son adolescentes, la edad es un factor muy importante que se da bajo influencias de “estar a la moda”.

La televisión llega a la mayoría de nuestras familias, especialmente a los adolescentes, que están en casa sin supervisión adulta y no tienen una correcta preparación para los contenidos que disponen los canales nacionales, estos pueden modificar decisivamente las ideas u opiniones políticas de cada uno de ellos a mediando, corto o largo plazo, sobre sus puntos de vista y criterios sin que lo perciban, modificando su conducta, en ámbitos sociales, familiares, escolares y personales, especialmente en la formación de valores. La preocupación ante éste comportamiento de los adolescentes conlleva a que en su conjunto, padres de familia y profesores adopten medidas de solución, como es el uso de la televisión para un proyecto educativo que cumpla un determinado fin.

Objetivo: Determinar la influencia de los programas de televisión peruana en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

Material y método: Realizado en Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

La población estuvo conformada por 720 estudiantes seleccionado de forma aleatoria para conformar la muestra de 251 estudiantes.

Tipo Descriptivo correlacional.

El instrumento para medir Los programas de televisión y el comportamiento es la encuesta.

Resultados y conclusiones: En la pregunta ¿Imitas el comportamiento de los personajes de la tv?, el 32% si imitan, el 53% a veces imitan dicho comportamiento, solo el 15% no lo imita, los programas de farándula, entretenimiento, concursos y realities son de agrado del público

adolescente el cual influye negativamente, ocasionando estudiantes con falta de personalidad, valores y pensamiento crítico.

Palabras claves: adolescentes, comportamiento, educación, programas de televisión.



INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como objetivo general Determinar la influencia de los programas de televisión peruana en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

La televisión como en todo lugar de nuestro país influye en los adolescentes, los estudiantes materia de estudio de éste colegio, no podían ser la excepción por lo tanto determinaremos la influencia positiva o negativa de éste medio generada en ésta investigación. La necesidad de la persona de comunicarse es innato en cada uno de nosotros, los medios de comunicación son ese puente y uno de mayor influencia es la televisión; influye en nuestro diario vivir, (noticias, acontecimientos, mantenernos informados), en algún programa favorito de los adolescentes (ellos no distinguen la forma ni mucho menos el fondo) sólo se dejan llevar por la popularidad y por el constante bombardeo de publicidad.

No es exagerado decir que la televisión hoy en día marca un comportamiento en el adolescente (ropa, gestos, forma de vestir, hablar y de comportarse), originando que de una u otra manera se adopte otra personalidad fuera de la realidad, perdiendo su verdadero “Yo” y por ende los valores.

La televisión constituye una fuente efectiva en la creación y formación de actitudes en los niños, porque, desde temprana edad, son sometidos a su influencia sin contar con otro tipo de información.

Los adolescentes con falta de control de parte de sus padres acerca de los programas que ven a diario, asumen actitudes y comportamientos que muchas veces están en contra de la moral y buenas costumbres, sobre todo porque sus personajes y programas favoritos de la televisión no son buena influencia para ellos, en esta época los programas de la televisión Peruana en mayor

parte son de farándula y entretenimiento con bajo contenido educativo, también llamados programas “basura” que distorsionan el pensamiento lenguaje y carácter de los niños y adolescentes que no tienen el criterio necesario para evitarlos.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La televisión, en nuestra realidad y medio que nos rodea no es bajo ninguna forma un medio de comunicación positivo en nuestros jóvenes, en nuestro país no está normado el alto contenido de programas denominados “basura” (farándula, entretenimiento, novelas), porque en realidad solo transmiten violencia confundido con competencia, un ejemplo a recalcar es en la mujer; quien es objeto de cambio constante ésta puede hacer pública una relación con miras al matrimonio, como luego decir que su relación ya acabó, no pasa ni un mes y ya se luce con otro, éste cambio sin control transmitido a un adolescente se hace ver como normal y muy común, por lo tanto no es de extrañarnos el valor y respeto que un adolescente le da a una mujer.

Es labor de los padres el que ellos puedan fiscalizar e informar el uso correcto de la televisión, sobre todo en los adolescentes quiénes no están preparados mentalmente para recibir información con alto contenido sexual, violencia, lenguajes groseros y comportamientos obscenos; no obstante en muchas oportunidades la televisión toma otro matiz, como es el de ampliar conocimientos mostrándoles civilizaciones, culturas y diversos países. Es bueno resaltar a los padres de familia, que el uso desmedido de ver televisión sólo genera personas irresponsables, puesto que si ves televisión no haces otra cosa, muy al margen del cambio de comportamiento.

Esta investigación se llevará a cabo en la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho, con estudiantes que cursan la secundaria y son la población vulnerable materia de estudio (los más indicados en ver los programas de televisión Nacional), Analizaremos desde nuestra perspectiva su influencia en los estudiantes.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera los programas de televisión peruana influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017?

1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera los programas de farándula influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017?

¿De qué manera los programas de entretenimiento influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017?

¿De qué manera las telenovelas influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de los programas de televisión peruana en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

1.3.2. *Objetivos específicos*

Determinar la influencia de los programas de farándula en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

Determinar la influencia de los programas de entretenimiento en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

Determinar la influencia de las telenovelas en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

1.4. *Justificación de la investigación*

El mundo actual de los jóvenes se ve marcado por pautas muy notorias como es la ausencia de ambos padres, porque en la gran mayoría de hogares de diferentes clases estos trabajan. Las consecuencias de encontrarnos con estos hogares nos dan una idea de todo a lo que los jóvenes se exponen día con día, una televisión vacía carente de buenos programas culturales, solamente son expuestos los programas que dañan y distorsionan la mente de un joven, sólo cuenta el ratings, éste es el indicador que pasa por encima valores, conducta, afecto, respeto y porque no cultura, ya que determinados programas aparte de no transmitir nada positivo, solo conllevan a una deformación absoluta del comportamiento, sin ningún modelo de conducta un adolescente con estas características se ve reflejado en sus actitudes; el lenguaje soez que usan, la forma de vestir, de hablar, malos hábitos, poco interés por el estudio, etc.

La televisión va ganando adictos jóvenes sumidos en un mundo lleno de fantasía y con comportamiento muy violento.

La escuela y la familia marcan el comportamiento de un adolescente, son dos medios de socialización y precisamente son los puntos claves que definen sus valores y actitudes futuras ya que estos a medida que crecen van construyendo todo un camino de aprendizaje, desde la escuela, barrio, amigos, la familia, el club, etc, y en este proceso los medios de comunicación van de la mano, especialmente la televisión siendo de gran influencia en el adolescente, tanto para ver, oír, entender, adecuarse, sumarse y querer imitar en todo. Si un programa está con el rating alto, allí va a estar el joven, la influencia y el bombardeo publicitario hace que el joven no piense sólo actúe.

Muy a nuestro pesar la televisión ha ingresado a los hogares con tal precisión que ahora es difícil no creer que los jóvenes se dejen influenciar por parámetros impuestos por estos medios dejando de lado el papel primordial que debe jugar la escuela, como es el de educar, de formar y de hacer que el adolescente se forme y tenga sus propios criterios de raciocinio y discernimiento propio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Según García (2006) En su tesis ““La televisión y su influencia en la conducta de los alumnos del colegio Peruano Americano del distrito de Lurigancho-Huachipa” tuvo como objetivo exponer las causas y consecuencias de la influencia de la televisión en los estudiantes. La muestra fue de 44 estudiantes. Las conclusiones fueron entre otras que la televisión si influye significativamente en el comportamiento del alumnado en el colegio Peruano Americano del distrito de Lurigancho-Huachipa.

Según Medina (2001) En su tesis “La televisión y su influencia en los niños” concluyó que la televisión influye ya sea positiva o negativamente en los niños y puede provocar con programas de contenido estereotipado, que los niños de vida diferente a los patrones establecidos desarrollen un sentimiento de no pertenencia y a la vez se genere el rechazo de estos por parte de los demás niños.

Según Comercio (1998) nos dice que:

La televisión por mal camino: “Psicólogos aseguran que en la televisión peruana no existen programas infantiles que contribuyan a la creatividad y la fantasía de los niños”. Según la opinión de especialistas, los programas infantiles deben educar y desarrollar habilidades y eso es lo que le falta a la mayoría de programas infantiles transmitidos a nivel nacional. La televisión influye en los valores y comportamiento de los niños. Depende mucho de los padres, de cómo sepan canalizar y supervisar las horas y programas que pasa frente al televisor el menor. Si el menor pasa entre seis y ocho horas frente al televisor, eso puede originar que inhiba poco a poco su capacidad de pensamiento y capacidad creativa. Lo que

influye en los programas para con el niño, si no está bien manejado su uso, puede ser utilizado en su lenguaje cotidiano en gestos, imitación de la violencia o llegar a verla como algo normal. Así en los hogares en donde no exista un ambiente de violencia, el niño puede llegar a adquirirla por el simple hecho de ver programas equivocados o que no están acorde con su edad. Los padres deben evaluar los programas para saber si está conforme o no en lo que el niño vea. El niño, en los primeros años de vida absorbe todo; por eso, es importante darle ejemplos tales como leer libros para que el haga lo mismo. Los niños suelen imitar lo que ven. Si ellos ven algo violento, lo imitarán Es importante la dosificación y establecer horarios para la televisión.

Según Caretas (1999) El destacado comentarista Fernando Vivas, en la columna Ojos en la tormenta, señala que, hablando específicamente de los programas de televisión en el Perú, recomienda disminuir el gran apego que se genera en los niños al aparato televisivo, así mismo considerando que la televisión es un medio de entretenimiento para los niños porque así lo perciben ellos les resulta terrorífico entender las noticias sensacionalistas y sangrientas que algunos canales transmiten. Los dibujos animados deben ser para ellos en un horario establecido y con supervisión si queremos una buena formación de ellos, no es negarlo el uso de la televisión, sino prepararlos para que entiendan sin volverse dependientes.

Según (Alfaro, 1995) es notorio como la televisión se ha impuesto sobre leer un comics escuchar la radio e incluso sobre una determinada actividad, prefieren ésta vía de escape, tal vez afloran el “abandono” de los niños de los padres por trabajar y que no les “falte nada” es notorio señalar que el niño ya sabe que programas son interesantes para él y sin supervisión inevitablemente caerán en la deformación de su comportamiento.

Según Calderón (2007) en su tesis “Los programas de televisión y la agresión en los niños: el caso Power Ranger” Un espacio reducido y dada la hiperactividad de los niños origina un alto nivel de agresividad. Hay congruencia entre la violencia y los programas de televisión; los estudios indican así mismo que el constante hábito de estar siempre ante una pantalla de televisión, los niños y adolescentes desarrollan un carácter extremadamente violento. Si se logra establecer una conexión muy positiva entre alumno y docente es más fácil moldear un comportamiento y por ende disminuye su conducta agresiva. La Escuela para Padres en la Instituciones Educativas cumplen una función muy útil y necesaria, a través de ella se da a conocer cómo va mejorando la educación del niño y de qué manera el padre debe involucrarse más. Las conductas agresivas van a ir reduciéndose de a poco lo que va a mejorar el medio donde se desenvuelven.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Programas de televisión

2.2.1.1. La televisión

Con la invención del Disco de Nipkow de Paul Nipkow, se hace el primer gran avance para hacer de la televisión un medio comunicacional relevante. El cambio que traería la televisión tal y como hoy la conocemos fue la invención de Philo Taylor Farnsworth y Vladímir Zvorykin. Esto daría paso a la televisión completamente electrónica, que disponía de una mayor definición de imagen e iluminación propia. Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. En el Perú actualmente existen 301 transmisoras de televisión, de las cuales 25 operan en Lima. En lo que se refiere a receptores de televisión, en 1997 había 3 060 000 en todo el país; y por cada mil habitantes, 112. De los siete canales de Lima más recordados, ocupa el séptimo lugar el canal del Estado (TV Perú), cuya señal se transmite a nivel nacional y en cuya programación hay importantes espacios culturales. (wikipedia)

2.2.1.2. Tipos de programa de televisión

Los programas de televisión son espacios audiovisuales con contenido con título, que no tienen una finalidad publicitaria. Los programas de la televisión se agrupan según si su función es informar, entretener o formar, aunque existen muchos programas que son híbridos. (teresa.barberena.over-blog, 2011)

Programas informativos

Los programas informativos se encargan de enseñar a la audiencia la actualidad más relevante. El telediario es el programa informativo por excelencia. Otros programas informativos son el tiempo, las entrevistas, los informativos deportivos y los programas de reportajes. (teresa.barberena.over-blog, 2011)

Programas divulgativos

Los programas divulgativos se encargan de educar y formar a la audiencia. Todos los espacios culturales como los documentales y los musicales son de este tipo. Así mismo, todo programa televisivo que tratan sobre ciencia, libros, viajes, etc. forma parte del género de los divulgativos. (teresa.barberena.over-blog, 2011)

Entretenimiento

Entre las funciones de la televisión está la de entretener. Esta es la función que prima más en la televisión actual, ocupando el mayor tiempo de las emisiones. (teresa.barberena.over-blog, 2011)

Dentro de ellos se encuentra los Realities, estudio revela preocupante realidad. Más del 50% de menores admiran a los participantes de Esto es Guerra y Combate y quieren ser como ellos, señala ConcorTV. Estos programas son vistos en familia, aunque ellos siempre deciden qué quieren ver. Los programas de televisión donde participan ellos son los más consumidos por los pequeños de casa. Hoy, los “chicos reality” se han convertido en los preferidos de los niños y adolescentes del país, al punto de que el 52,8% de 9 mil 149 menores encuestados, admira a estos personajes y desea ser como uno de ellos. Pues bien, el problema radica en que estas personas participan en programas que, supuestamente, están solo dirigidos al público juvenil y adulto, pero no al de niños. Así lo revela el estudio sobre consumo televisivo y radial

en niños, niñas y adolescentes, del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (Concortv), elaborado por Calandria entre el 3 y 27 de julio último. En este se consideró a menores entre 7 y 16 años de 18 ciudades del Perú. (República, 2016)

Según la investigación, los programas televisivos preferidos de los niños, niñas y adolescentes son: Esto es Guerra (13%) y Al Fondo hay sitio (10%). Pero, ¿qué es lo que nos enseñan estos programas ('realities' como Esto es Guerra, Combate, entre otros)? "Nos dicen que las chicas debemos vestirnos con ropa muy corta y que debemos tener un buen cuerpo para ser aceptadas", critica Daniela Meza, una menor representante del Consejo Consultivo de Niños, Niñas y Adolescentes de Lima Metropolitana. Se debe precisar que la televisión continúa siendo el medio de mayor consumo de los menores con un 99,8%. Mientras que la radio alcanza un 93,6% a nivel de todos los más de 9 mil menores consultados. Así, el 26% de consultados afirma ver televisión, mientras desayuna, almuerza o cena. Asimismo, el consumo de medios representa la actividad con mayor porcentaje (38%), por encima de actividades como pasear con los amigos, jugar o hacer deportes (14%). (República, 2016)

Deciden qué ver. "Lo que más nos preocupa es que los niños están decidiendo qué ver. El consumo de medios es altísimo en la población de niños y adolescentes. Ellos están solos frente a los medios de comunicación", sostiene Miriam Larco, secretaria técnica de Concortv. Lo dicho por Larco se comprueba al conocerse que el 62% puede ver solos ciertos programas, mientras que el 86% puede hacerlo luego de haber terminado las tareas. Los dibujos animados son los programas, con 21%, que son vistos por los menores sin necesidad de compañía alguna, mientras que las series y telenovelas (17%) y 'realities' de competencia (12%); son vistos en familia. Los estereotipos también han sido tomados en cuenta en el estudio. Así se conoce que el 59% de los niños, niñas y adolescentes identifica que las personas de piel

oscura o con rasgos andinos son presentadas por la televisión como sujetos víctimas, el 26% la identifica como sujetos protegidos, y solo el 16% la ha percibido como sujetos exitosos.

(República, 2016)

2.2.1.3. Tendencias frente a los efectos de la televisión en los niños

Según Calderón (2007) nos refiere que:

Existen dos tendencias muy marcadas con respecto a los efectos que puede producir la televisión en los niños; la primera de ellas sostiene que la televisión funciona como un mal modelo para el niño y su desarrollo, y la segunda, que es un medio de comunicación valioso que siendo bien orientado puede convertirse en una buena herramienta educativa. (p. 15)

Primera tendencia

Según Calderón (2007) nos refiere que:

Un agente que se orienta por la primera tendencia es la escuela, la cual a su vez muchas veces incentiva el conflicto en contra de éste medio, en vista de que no ubica a la comunicación y los cambios culturales que niños y adolescentes van viviendo como un eje de cambio. Sin embargo, algunas de ellas cuentan con las nuevas tecnologías, pero sin utilizarlas de manera adecuada ni haciendo uso de su verdadera función, la comunicación. Siguiendo a Ampuero (2002), los productores de televisión se preocupan únicamente por ofrecer una programación que aumente el consumo, dejando de lado las necesidades y los planteos culturales, sociales y éticos que solicita la sociedad; mostrando así que se encuentran distantes de la producción intelectual y de la reflexión para poder emitir programas que estén más acordes con lo que necesita el público en general. (p. 15)

Según Calderón (2007) nos refiere que:

La sociedad pide ver programas educativos, de calidad, culturales, más sanos para la infancia y en los horarios adecuados, pero ésta no es la lógica de los empresarios y productores de la televisión que se niegan, en su mayoría, a responder demandas educativas, ubicándose únicamente en el campo de la diversión. Actualmente los niños presentan un alto consumo de televisión que ocupa aproximadamente cuatro horas de su vida cotidiana, que aumentan en los fines de semana ya que no acuden a la escuela, lo que indicaría no sólo un hábito de consumo dispuesto a crecer sino que existe en ellos una afición por este medio convirtiéndolo en el entretenimiento más significativo por el tiempo invertido y por la afinidad que encuentran en la televisión con sus propios modos de comunicación; lo cual a su vez muestra una competencia cuantitativa en términos temporales con las horas dedicadas a la escuela. Habiendo además varios casos donde la dedicación a la televisión es aún más alta. (p. 16)

Según Calderón (2007) nos refiere que:

En esta tendencia los aspectos positivos de los efectos de la televisión en los niños son mucho menos resaltados ya que culpabilizan a éste medio de los cambios negativos en el comportamiento y de la conducta en general de los niños. Se reafirma así que la televisión no es percibida como un factor educativo ya que no los orienta ni ayuda. Todo esto está vinculado con la preocupación que tienen los adultos y los padres en especial; preocupación que está basada en que los niños dejen de hacer sus labores escolares o se retrasen en la escuela debido a la televisión. Frente a esta situación los padres optan por la norma de que primero sus niños deben cumplir con lo escolar para luego tener la posibilidad de recrearse un poco con la televisión. De esta manera, los niños participan de dos formas de aprendizaje diferentes, de dos saberes contradictorios entre sí. Los niños se ubican de este modo frente al

placer y la imagen dentro de una pauta de programación y posibilidades de selección, y frente a la escuela que aparece como el modelo autoritario, encasillado, aburrido y centrado en la transmisión de información, mostrando cada vez más un rechazo a lo que representa la escuela. (p. 16)

Segunda tendencia

Según Calderón (2007) nos dice que:

La segunda tendencia nos dice que la televisión es un espacio estratégico extraordinario para que los niños se encuentren con nuevos lenguajes y saberes por medio de la unión de la imagen, la información y las nuevas tecnologías, para el bien individual y colectivo; dejando de lado la antigua oposición entre diversión y educación. Ésta tendencia también considera que el niño no es un consumidor pasivo, sino que su observación concentrada en las imágenes supone interactividad, lo cual hace necesario el dejar de lado el prototipo de que la televisión sólo entretiene y la escuela sólo enseña. Esta tendencia sugiere que la condición básica de un buen programa sería su capacidad de entretener, pero educando, regulando el contenido de sus presentaciones para así ofrecer a la infancia información valiosa para su desarrollo como personas. (p. 17)

2.2.1.4. La TV y la relación con la sociedad

Según Pauta (2015) nos refiere que:

Hay una relación evidente entre televisión, cultura y sociedad, ya que medios como este tienden a reproducir lo que ya existe, recuperan ideas y lenguajes consensuales, representándolos y garantizando una mayor circulación de los mismos. La televisión parcela al televidente, donde a través de la programación lo segmenta en gustos y preferencias, lo

condiciona a horarios, usos y costumbres, del mismo modo rutinas y conductas. Pocos son los intentos de mirar al público como sujetos de construcción, como personas pensantes, autónomas y sensibles a los estímulos que genera el medio televisivo. Por tanto, hay que tomar en cuenta subjetividades e imaginarios colectivos, que están presentes culturalmente en la sociedad. Donde los medios, y especialmente la televisión, se constituyen en parte de la producción cultural de ahora y la seducción que de ésta emerge y hace una relación asimétrica que admite irreverencias mutuas. (p.27)

2.2.1.5. Adolescencia y medios de comunicación

Mucho se ha debatido y se debate acerca de si la televisión es una escuela de violencia en qué medida y cómo. Algunos opinan que la violencia televisada es sólo un reflejo de la sociedad, mientras que otras personas piensan que puede ser parte de la agresividad que ocurre en las calles, sobre todo cuando los agresores son jóvenes o niños. Desde la psicología social se ha intentado evaluar hasta qué punto la violencia mostrada en la televisión influye en la agresión de los consumidores de su programación. (Silva, 2006, p. 59)

Eron y colaboradores, comenzaron un estudio que fue seguido diez años más tarde por Lefkowitz y colaboradores, en el que se intentaba descubrir si existía un correlato entre la exposición a televisión violenta a agresividad años después. Mediante informes de diversas fuentes, incluyendo autoinformes de los propios sujetos, se averiguaban los programas favoritos de los niños. Los niños se dividían en tres grupos según su grado de agresividad en esa época (tercer curso de primaria). Diez años más tarde se encontró una correlación positiva y estadísticamente significativa entre exposición a televisión violenta y agresión en edades posteriores. Este aumento de la agresión aparecía igualmente en los tres grupos de niños,

divididos según su nivel de agresividad: alto, medio y bajo. Esta correlación se mantenía incluso después de controlar algunas variables que pudieran haber contaminado la observación de la relación entre televisión y agresión, como nivel socioeconómico de la familia, la inteligencia de los sujetos y la agresividad de los padres. No se encontró ninguna correlación en el caso inverso, es decir, agresión en tercero de primaria y consumo de televisión violenta diez años más tarde. Parece por tanto que la exposición a programas de televisión violenta incrementa la probabilidad de agresión. Años más tarde, Huesmann y colaboradores hicieron un segundo seguimiento de una parte de la muestra original. La gravedad de los delitos por los que los varones de esta muestra recibían condena tenía una relación significativa con la exposición a la programación violenta a los ocho años. La interpretación de ver programas violentos de televisión lleva a agresión ha sido repetida en estudios transculturales, y se ha encontrado que los resultados se mantienen en todos los grupos de edad y género. En algunos lugares como en Finlandia, según Huesmann y Eron, el factor que mejor predecía la agresión era el grado de identificación con los héroes, por encima de otros factores. Otros autores abordan, desde una perspectiva sociológica, el polémico tema de la relación entre violencia y medios de comunicación Miquel Rodrigo y Anna Estrada (1999, también citados por Díaz Aguado y colaboradoras) sostienen que el debate sobre la violencia de los medios de comunicación genera dos opiniones: las que los ven con parte de responsabilidad en el aumento de la violencia o las que simplemente los ven como un espejo de la violencia ya existente. Los autores últimamente citados concluyen con que ninguna de las dos opciones es válida por completo, ya que intervienen multitud de factores en los comportamientos violentos: los medios pueden favorecer o incluso desencadenar cierta violencia. (Silva, 2006, p. 60)

Según Silva (2006) nos refiere que:

Manuel Martín Serrano (1999) desde una perspectiva sociológica plantea que la correlación que se suele suponer entre violencia y juventud se ha demostrado como falsa. Este autor examina algunas dinámicas de naturaleza social y antropológica que llevan a la inculpación generacional de la juventud. Serrano analiza cuánto de verdad y cuánto de falsedad tiene, como todos los estereotipos, este lugar común que sostiene el incremento de la violencia en nuestra época. En este punto destaca lo habitual que resulta la “presentación” de hechos violentos, sobre todo en los medios de comunicación, que han convertido la representación de situaciones violentas en una norma. El autor hace especial hincapié en los efectos éticos y políticos del manejo instrumental de la violencia juvenil, advirtiendo que, si no se pone algún remedio, el tratamiento que se le está dando a la violencia que implica a la juventud en las representaciones colectivas, puede lograr el propósito que está implícito: formar generaciones juveniles cuyos impulsos agresivos puedan ser exacerbados cuando convenga, y dirigidos contra quienes convenga. (p.60)

Según Silva (2006) Desde un enfoque psicológico psicoanalítico, Joan Ferrés (1999) analiza los efectos de la violencia televisiva en los espectadores, de cómo éstos la interpretan y la interiorizan. En definitiva, de cómo el espectador construye sus propios valores a partir de los estímulos que le ofrece la televisión. Plantea que la presencia de una cierta dosis de violencia parece necesaria desde el punto de vista narrativo y emotivo, para satisfacer las necesidades proyectivas del inconsciente enfrentado al relato. Pero una vez aceptada como necesaria la presencia de la violencia, hay que plantearse la necesidad de poner límites a esta presencia; y el primer límite es de orden cuantitativo: si unas dosis moderadas de violencia llevarán inconscientemente al receptor a la convicción de que en la vida “hay” violencia, unas dosis

excesivas le llevarán a la convicción de que la vida “es” violencia. Aquí se hace necesario recordar la importancia de mostrar, enseñar la diferencia entre agresividad «justificada» y violencia, así como considerar muchos otros aspectos que se transmiten a través de los medios de comunicación y con qué fines. (p.61)

2.2.1.6. La televisión y sus efectos en la conducta

La imitación es muy importante en la adquisición de la conducta ya sea, adaptada o desviada. La TV ofrece modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Dichos modelos simbólicos pueden ser positivos (conductas normalmente aceptadas por la sociedad) o negativos (conductas rechazadas por la misma). Los niños también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables. Por último, según Feinbloom, los efectos de la violencia física en TV afectan selectivamente a los varones, mientras que las hembras manifiestan igualmente fuertes reacciones por medio de expresiones no físicas (verbales o psicológicas). (Canales, 2003, p. 21)

Efectos sociales de la televisión

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. (Quesada, 2016, p. xiv)

La intensidad y calidad de la utilización de los medios oscilan enormemente, dependiendo en particular de la infraestructura medial del país y del status social, económico y cultural del usuario. En general se puede constatar que los medios se utilizan con tanta más intensidad cuanto más desarrollada está la estructura medial de la nación y mayor es el nivel cultural del usuario. La importancia de la televisión en el proceso de socialización de los chicos y jóvenes y de todos los integrantes de la sociedad está relacionada con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmite y también de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población. Los medios son parte esencial de los procesos de comunicación en las sociedades modernas. (Quesada, 2016, p. 146)

2.2.1.7. Programación de la televisión peruana

Gráfico N°1. Programas de la televisión peruana

América Televisión	Latina	Panamericana TV	ATV
05:15 América noticias (primera edición)	05:00 90 matinal nacional	05:15 Buenos días Perú - Primera emisión	06:00 ATV Noticias edición matinal
10:00 El privilegio de amar	07:00 90 Matinal	06:30 Buenos días Perú - Segunda emisión	09:00 <u>Por siempre</u>
11:00 Marimar	09:00 La purita verdad	09:00 Combinado - Primera edición	10:00 Como dice el dicho
12:00 América noticias (edición mediodía)	11:30 90 Mediodía	10:30 Combinado - Segunda edición	11:00 Gumus
13:00 En boca de todos	13:00 Caso cerrado	11:50 ¡En exclusiva!	12:00 Mujer, casos de la vida real
14:30 Al fondo hay sitio	15:00 Tengo algo que decirte	12:55 24 Horas - Edición mediodía	13:00 La madrastra
15:30 Caer en tentación	16:30 Válgame Dios	15:00 Duele amar	15:30 Hasta el fin del mundo
16:30 La rosa de Guadalupe	19:00 90 Central	16:00 El cuerpo del deseo	17:00 Silvana sin lana
17:00 Cumbia pop	20:30 Torbellino	17:00 Tierra de pasiones	18:00 Perdóname
18:00 La rosa de Guadalupe	21:30 Te amaré por siempre	18:00 Huérfanas	19:00 Volver a amar
19:00 Esto es guerra	23:00 Tunit	19:20 Elif	20:00 Combate
20:30 De vuelta al barrio	00:00 Mundialitis	20:30 Los mejores documentales	22:00 Beto a saber
21:30 Ojitos hechiceros	00:30 El show del fútbol	21:30 24 Horas - Edición central	23:00 ATV Noticias
22:30 América noticias (edición central)	01:00 Misterio	23:00 La ley de la calle	00:00 C.S.I. NY
23:30 La banda del Chino	02:00 Los del barrio	00:00 El cartel de los sapos	01:00 Mujeres asesinas
00:30 Hoy voy a cambiar	03:00 Lobos de mar	01:00 La familia Ingalls	02:00 Policías en acción
01:30 En boca de todos	04:00 90 Central	03:00 El zorro	03:00 Criminal
03:00 Corazón salvaje	04:30 El wasap de JB	04:00 Vida y hogar	04:00 Guinness World Records
04:20 América noticias (edición central)	05:00 La purita verdad	05:30 Esposos pero tramposos	05:00 Canto Andino
05:00 Especiales América			

2.2.2. El comportamiento

2.2.2.1. El comportamiento humano

El comportamiento humano es el conjunto de actos exhibidos por el ser humano y está determinado por absolutamente todo el entorno en que se vive; tiene influencias más sociales.

El comportamiento humano desde los inicios de su historia se ha tratado de estudiar y comprender, para tratar de aprovechar sus características en el desarrollo de actividades o mejorarlo para permitirle al mismo vivir de una mejor manera, ya sea observando sus fortalezas, mejorando esos aspectos y tratar de disminuir las debilidades aumentando la atención en los puntos en los que generalmente el ser humano suele fallar. (wikipedia, Comportamiento humano, 2017)

Según (robertexto, s.f.) Nos dice que:

Watson (1924) la conducta es lo que el organismo hace o dice, incluyendo bajo esta denominación tanto la actividad externa como la interna, de acuerdo con su propia terminología. Moverse es una conducta, pero también lo es hablar, pensar o emocionarse. El concepto de comportamiento de Watson ha sido recogido y asumido en numerosas ocasiones por quienes posteriormente han intentado definirla, aunque no siempre ha sido correctamente entendido. En contra de lo que se ha afirmado en numerosas ocasiones Watson no reducía el comportamiento únicamente a la actividad motora o movimientos, sino que admitía también la existencia de otros tipos de actividad del organismo, como la emocional. Además, consideraba que la actividad interna o implícita, como también la denominaba, era conducta, por lo que dedicó varios capítulos de su libro *Behaviorism* al pensamiento y la emoción. Mira y López (1961), en el prólogo de la edición en español de ese libro, ya indicaba que Watson incluye en el objeto de estudio de la psicología fenómenos que habitualmente se consideran

parte de la "vida mental íntima" de la persona. Por tanto, la conceptualización conductista del comportamiento realizada por Watson no era tan particular o restrictiva como algunos autores han afirmado (ver p.ej.: Ajuriaguerra, 1977; Sánchez y Valls, 1991; Widlöcher, 1986).

Según (robertexto, s.f.) Nos refiere que:

Se puede considerar comportamiento toda actividad que realiza un organismo siempre que ocurra en el mundo físico (Bayés, 1978). En este sentido, el comportamiento sería tanto la actividad observable como la no observable, ya se le denominé pensamiento, percepción, imaginación, emoción, o incluso cognición (ver p.ej.: Ardila, 1988, 1991; Catania, 1974, 1984; Maher, 1970; Neuringer, 1991; Ribes, 1980; Richelle, 1990; Skinner, 1974; Wolpe, 1993). Como señala Bayés (1978), ciertamente el estudio científico del comportamiento conlleva la necesidad de poder definir el fenómeno que se está estudiando de la forma más objetiva posible, y que éste pueda ser observado, registrado o medido de alguna forma. Esta necesidad metodológica ha conducido, en algunos casos, a establecer una relación entre la posibilidad de observación pública de un hecho y su objetividad. Este es el caso del conductismo metodológico, y del positivismo lógico, que consideran sólo los hechos observables, negando o prescindiendo de todo aquello que no sea objetivo (entiéndase observable). De esta forma se delimita lo psicológico a partir del método, y no del objeto (Ribes, 1991). Sin embargo, los requisitos metodológicos para el estudio científico de un fenómeno no deben confundirnos a la hora de definirlo. Sería ingenuo y desacertado negar la existencia de parte del comportamiento humano por lo difícil que resulta acceder a él y observarlo (Maher, 1970). Como ha señalado Skinner (1974), descuidarlo porque no es "objetivo" simplemente es un error. El acuerdo entre observadores no puede convertirse en la clave para admitir la existencia de un fenómeno. El comportamiento es objetivo en tanto que

realmente ocurre, independientemente de su verificación pública (Ribes, 1980). Esto supone rechazar aquellas definiciones restrictivas que consideran conducta sólo la actividad motora observable del individuo.

2.2.2.2. Dimensiones del comportamiento

La dimensión libertad del comportamiento humano

Según (Ramirez, s.f.) Nos dice sobre el comportamiento:

- El ser humano ha nacido para ser libre (Lara: 1996)
- La libertad está encerrada en cada persona (Haring:1978)
- No tener obstáculo alguno para gobernar nuestras vidas (Dyer: 1984)
- La libertad significa depositar la confianza en uno mismo para dirigir la propia existencia.

La dimensión comunicación del comportamiento humano

Según (Ramirez, s.f.) Nos dice sobre la comunicación:

- Es el arte de hablar unos con otros sobre lo que sentimos y lo que nos proponemos (Buscaglia: 1996)
- Es una proyección del propio yo, donde haya la disposición que mientras uno habla el otro escucha. (Siliceo: 1992)
- Para escuchar hay que utilizar los ojos, la cabeza, las manos, la boca, en si todo el cuerpo.
- Hacer preguntas, son muestra de que estamos escuchando, con ello garantizamos a que los demás hablen (Garner,1991, Kiley: 1992 y Tassinari: 1994)

- La comunicación no verbal: un apretón de manos, la postura, los gestos, el aspecto, el tono de voz, el peinado, la vestimenta, la expresión de los ojos, la sonrisa, la distancia con el interlocutor, la forma de moverse (Ekman: 1975) Kristus:1990 y Pease:1991)
- La sonrisa, es una actitud que marca la gran diferencia en cuanto a la felicidad, al entusiasmo, al efecto y aprobación.
- Los componentes básicos de la comunicación son: hablar y escuchar

La dimensión persistencia del comportamiento humano

Según (Ramirez, s.f.) Nos dice sobre la persistencia:

Lower: 1997, cita que hay dos tipos de personas:

- Las que pueden y hacen, quienes son activas, tienen metas, imaginación constructivista y buscan superarse.
- Y las que no pueden, las que no hacen nada, quienes son renuentes a salir de su rutina y no quieren tomar riesgos, quienes son las fracasadas.

Tassinari: 1994 y Dey: 1997, expone que hay dos tipos de personas:

- Los triunfadores, quienes no esperan que las circunstancias ni por las oportunidades, sino que las hacen ellos mismos, pues saben que el triunfo es cuestión de perseverancia.
- Los soñadores. - Son los que abandonan o se quedan en simples sueños, quienes son conformistas y no tiene metas.

Otras propuestas sobre persistencia:

- En todo logro extraordinario la perseverancia es el ingrediente necesario (Matthews: 1995)

- Hay que debilitar los “NO PUEDO” Y fortalecer los “SI PUEDO” (Carter Scott: 1997)
- Los grandes propósitos van acompañados de una infinita paciencia, basada en una gran esperanza (Río: 1992)
- Por mucho que nos esforcemos habrá metas que no se puedan alcanzar lo que nos enfrentará al estrés y a la frustración. (Dyer: 1984)

La dimensión respeto del comportamiento humano

Según (Ramirez, s.f.) Nos dice sobre el respeto:

- Es aceptar como se es uno con sus características físicas personales (son las que nos tocaron al nacer) y los derechos personales (las cuales uno adquiere solo por el hecho de haber nacido) y a la vez aceptar a los demás.
- Es amarse uno mismo...comprender nuestras propias faltas sin llegar a aborrecerse. (Tassinari: 1994)
- Es actuar con integridad, compasión, cuidado, bondad y aprecio por la humanidad, todo ello incluye uno mismos (Jeffers: 1996)
- Para que la gente aprenda a respetarnos, debemos respetarnos a nosotros mismos (Reyes: 1996)
- Es importante sentirnos bien con nosotros mismos, pues es lo que transmitimos a otros (Dey: 1997)
- Es un principio básico de la convivencia humana (Río: 1992)

- Cuando apreciamos nuestra propia valía, no necesitamos decir al mundo lo mucho que valemos. Vivir el momento presente es perdonar y esa es la única manera de ser felices. (Mathews:1995)

2.2.2.3. Tipos de comportamiento

Encontramos tres tendencias de comportamiento humano cuando nos comunicamos:

Comportamiento agresivo

Según (Trabajo.com, s.f.) Nos dice:

Si la persona expresa sus necesidades, pensamientos y sentimientos de un modo que humille o someta a los demás, que ignore los derechos de éstos, está actuando agresivamente. Se están expresando los sentimientos y deseos, pero de una manera negativa u hostil. Igualmente, si el líder es manipulador, está actuando agresivamente. Lo más probable es que provoque en los demás confusión, desconfianza o resentimiento. El comportamiento agresivo intenta humillar o dominar a la otra persona, física o emocionalmente. La persona agresiva siempre trata de quedar por encima de la otra persona.

Su actitud:

- Ignorar los sentimientos de los demás; asumir la postura que sostiene: "Tengo la razón". No se plantea la visión del otro.
- Querer ganar, aunque sea a costa de la relación, cosa que no le preocupa.
- Utilizar la misma agresividad para controlar la situación.
- Intentar manipular, si es que no posee fuerza suficiente para dominar.
- Utilizar la ironía y el sarcasmo para debilitar la resistencia del otro.

Comportamiento asertivo

Según (Trabajo.com, El comportamiento asertivo, s.f.) Nos dice que:

La persona asertiva expresa pensamientos, sentimientos y necesidades, con sinceridad, a la vez que respeta los pensamientos, sentimientos y necesidades de los demás. Hablar de pensamientos, sentimientos y necesidades, es mostrar respectivamente lo que afecta a los cerebros cognitivo, emocional y reptiliano (instintivo). Ser asertivo significa ser capaz, cuando conviene, de hablar sinceramente acerca de los propios pensamientos, sentimientos y necesidades, al tiempo que se toman en consideración los de los demás. Aunque no se consiga lo que se quiere, tener el valor de reclamarlo nos hace sentir mucho mejor. El proceso nos convierte en personas más plenas y felices. El comportamiento asertivo supone afrontar las relaciones interpersonales de un modo abierto y directo. Nos permite tratar los conflictos abiertamente para que el proceso de comunicación pueda continuar. Utilicemos afirmaciones, como: "Esa es mi opinión", "Así es como me siento", o "Eso es lo que pienso". Lo que hace a la persona sentirse bien. La persona asertiva es equilibrada, se acepta a sí misma y acepta a los demás. Es socialmente positiva y contribuye a la armonía del equipo.

Actuar con asertividad para:

- Mejorar la autoestima.
- Actuar con confianza.
- Defender los derechos propios, cuando sea preciso.
- Negociar para resolver problemas, en un clima de respeto mutuo.
- Fomentar el crecimiento y la realización personal.
- Relacionarse con los demás eficazmente y sin conflictos.

Comportamiento pasivo

Según (Trabajo.com, El comportamiento pasivo, s.f.) Nos dice que:

Actuar de manera condescendiente o pasiva supone no expresar las propias necesidades, pensamientos y sentimientos. Implica ignorar los derechos propios para permitir que los demás impongan sus deseos. El comportamiento condescendiente o pasivo, no permite expresarse con honradez, de forma clara y directa. Acaba por generar agresividad contra sí mismo, porque no se está consiguiendo lo que se desea. Y, sobre todo, porque se percibe falta de respeto, tanto del otro como de uno mismo. Se acepta un daño para evitar un presunto problema. De modo más o menos consciente, el individuo percibe que se le está tratando mal; pero no se atreve a hacer nada para evitarlo. Si se actúa sistemáticamente de un modo pasivo, las experiencias negativas tienden a destruir la autoestima y la confianza en sí misma de la persona, que llega a perder el respeto a sí misma. Como consecuencia, los superiores pueden acabar por ignorarte o tratar de modo demasiado autoritario. Y los compañeros, tenderán a abusar.

El comportamiento pasivo:

- Ceder ante las expectativas y los puntos de vista de los demás, para evitar los conflictos.
- Acabar siempre en una situación de pérdida.
- No mostrar enfado abiertamente.

2.2.2.4. Factores determinantes del comportamiento humano

Según (empresa, s.f.) Nos dice que:

El hombre se desarrolla en base a su estructura biológica, psicológica y social, permitiendo la formación de su personalidad en interrelación con el medio físico, social, y cultural. Entre los factores o componentes que determinan el comportamiento humano tenemos:

Factores biológicos o internos

Que incluye a la herencia (sistema nervioso) y la maduración (sistema endocrino).

(empresa, s.f.)

La herencia

La herencia es el conjunto de características biológicas y psicológicas, que son transmitidas de padres a hijos. El material hereditario o genético está formado por una sustancia llamada ADN (ácido desoxirribonucleico) que se ubican en partículas pequeñas denominadas “genes” que, a su vez, constituyen parte de estructuras llamadas “cromosomas” que se encuentran en el núcleo de las células. Las “moléculas de ADN” almacenan las características biológicas y psicológicas de cada persona y son las encargadas de transmitir las de padres a hijos. Las características biológicas son color de la piel, de los ojos, la forma de la nariz, el tamaño de la persona y todos aquellos rasgos externos que conforman la constitución total o estructura del ser humano. Las características Fisiológicas son: sexo, alimentación, necesidad de agua, luz, calor, etc. La herencia biológica que transmiten padres a hijos, se debe a la unión del “espermatozoide” (célula masculina); con el “óvulo” (célula femenina). El producto de esta unión origina una “célula embrionaria”, que combina las características biológicas de los padres en forma proporcional y variada. Por ejemplo: Si el padre es bajo y blanco y la madre

es alta y morena, los hijos resultan unos bajos y morenos y otros blancos y de estatura mediana. (empresa, s.f.)

El sexo de los seres humanos se determina de la siguiente forma: Las células humanas cuentan con 23 pares de cromosomas, de los cuales 22 pares son no sexuales y sólo un par de cromosomas son sexuales. El “gameto masculino” (espermatozoide), aporta un cromosoma sexual de carácter masculino “Y” o uno de carácter sexual femenino “X”. El “gameto femenino” (óvulo) aporta siempre un cromosoma de carácter femenino “X”. En la concepción, si el gameto masculino aporta el cromosoma “X” y se junta al gameto femenino “X” nacerá una niña, si el gameto masculino lleva el cromosoma “Y” y siendo el femenino “X” nacerá un niño. De lo precisado antes concluimos que el sexo del ser humano lo determina el padre. Es conveniente señalar que el comportamiento no es hereditario directamente, pero las estructuras físicas que si son determinadas por los genes pueden influir sobre la conducta. De allí que hay que estudiar el sistema nervioso que es una estructura corporal que se relaciona con el psiquismo. Gregorio Mendel, biólogo y religioso austriaco, formuló una ley fundamental de la herencia y sus variaciones que dice: “Los hijos heredan el 50% de los padres y el 50% de sus antepasados”. (empresa, s.f.)

La maduración

Es un proceso complejo, gradual, que hace que termine el desarrollo psíquico y biológico en función del tiempo y de la edad. Todas las características y capacidades que adquiere el hombre en su vida son productos de dos procesos básicos: la maduración y el aprendizaje. Lógicamente el crecimiento no se aprende, sino que depende del proceso de maduración que conlleva un desarrollo biológico. La maduración es en realidad no sólo uno, sino varios procesos, cada uno de los cuales tiene su propio ritmo de maduración. Por eso los progresos

en las actividades motrices tales como el andar, bailar, leer, dependen de una progresiva maduración, que con el aprender se condicionan mutuamente. El inicio de la “pubertad” y los cambios anátomo-fisiológicos, marcan el momento de la madurez sexual y están relacionados con el desarrollo del “Sistema Glandular Endocrino” en general, y de las glándulas suprarrenales. (empresa, s.f.)

Factores ambientales o externos

Que comprende el medio físico que nos rodea, el medio social y el medio cultural en el cual nos desenvolvemos. (empresa, s.f.)

Medio físico

Es el medio ambiente en el cual se desarrolla una persona y que influye sobre ella, y muchas veces actúa como factor determinante de su comportamiento. Asimismo, el medio físico-geográfico y sus fenómenos como: clima, fauna, etc., determinan características propias de los habitantes de diferentes lugares. Esta situación planteada se da con mayor razón en nuestro país, por poseer un extenso territorio y variado, donde hay regiones muy diferenciadas como costa y sierra y selva que determinan factores muy diversos que distinguen a sus habitantes entre sí. Una temperatura adecuada, abundante flora y fauna, con clima bueno, se convertirán en factores positivos para el desarrollo del comportamiento humano. Por ejemplo: los habitantes de costa y de la selva se vestirán más ligeramente que un habitante de la sierra, quienes deberán estar más abrigados. (empresa, s.f.)

Medio social

Desde el nacimiento el ser humano, vive en estrecha relación con otras personas. El conglomerado de personas que viven alrededor nuestro, conforman el “ambiente o medio social” con gran influencia sobre el ser humano. Constituyen el medio social: la familia,

amigos, vecinos, escuela, centros de trabajo, etc., quienes, a su vez, poseen normas, costumbres, creencias, ideas, etc.; influenciando en las personas en: su manera de ser, pensar, actuar, sentir, etc. Por estas razones afirmamos que “el hombre es un ser social”. La familia como célula básica de la sociedad, es el primer elemento trascendental de influencia, sobre las personas, posteriormente lo es la escuela y el círculo de amigos con los cuales conviven. El medio social influencia en la manera de vivir en cuanto a vestimenta, alimentación, ideales, valores, etc. Por ejemplo: Los niños que viven en hogar donde existe armonía y comprensión, como tal son tratados adecuadamente, crecen de forma normal y son serenos relacionándose con los demás positivamente. (empresa, s.f.)

Medio cultural

Todo lo que crea el ser humano es “cultura”. El ser humano convive relacionándose con las múltiples y diversas creaciones humanas como: radio, televisión, computadora, libros, periódicos, normas de moral, obras de arte, mercados, medios de transporte, etc., es decir, con todos los objetos materiales o espirituales creados por el hombre. El ser humano vive en contacto estrecho con el medio cultural, el mismo que influye de manera decisiva en su vida psíquica, manera de ser, de sentir, de pensar, de actuar, etc. (empresa, s.f.)

2.2.2.5 Factores que afectan el comportamiento humano

Norma social

Esta es la influencia de la presión social que es percibida por el individuo (creencia normativa) para realizar o no ciertos comportamientos. (wikipedía, Comportamiento humano, s.f.)

Control de comportamiento percibido

Cómo las creencias del individuo hacen fácil o difícil la realización del comportamiento.

(wikipedia, Comportamiento humano, s.f.)

La cultura

Influencia entrelazada con la contingencia de diferentes conductas. (wikipedia, Comportamiento humano, s.f.)

La genética

Según (general, 2016) nos dice que:

La conducta se modifica ante las necesidades fundamentales por factores biológicos y heredados. La personalidad y tipo de conducta que desarrolla un individuo es influenciado por factores ambientales, modelos de crianza o conductas aprendidas, nuestros estados de ánimos influyen la conducta y el comportamiento. El comportamiento y la conducta son procesos causales a las características en rasgos que más predominan en un individuo. Se considera que existen 4 modelos de temperamentos en los cuales se destacan las tendencias más habituales a manifestarse en la conducta:

- Sanguíneo.
- Colérico.
- Flemático.
- Melancólico.

2.3. Definiciones conceptuales

Adolescentes

“La adolescencia es un periodo del desarrollo biológico, psicológico, sexual y social inmediatamente posterior a la niñez y que comienza con la pubertad. Es un periodo vital entre la pubertad y la edad adulta”. (wikipedia, Adolescencia, s.f.)

Actitud

“Es una palabra que proviene del latín “Actitudo“. Se trata de una capacidad propia de los seres humanos con la que enfrentan el mundo y las circunstancias que se les podrían presentar en la vida real”. (ConceptoDefinicion, s.f.)

Conducta

Manera de comportarse una persona en una situación determinada o en general.

La conducta es el conjunto de actos, comportamientos, exteriores de un ser humano y que por esta característica exterior resultan visibles y plausibles de ser observados por otros.

Caminar, hablar, manejar, correr, gesticular, limpiar, relacionarse con los demás, es lo que se denomina conducta evidente por ser externamente observables. Las actitudes corporales, los gestos, la acción y el lenguaje son las cuatro formas de conducta que ostentan los seres humanos. Básicamente la conducta es la herramienta de reacción que tenemos todos ante las distintas circunstancias de la vida a las cuales nos vamos enfrentando. (Moreno)

Comportamiento

“Es el conjunto de respuestas, bien por presencia o por ausencia, que presenta un ser vivo en relación con su entorno o mundo de estímulos. El comportamiento puede ser consciente o inconsciente, voluntario o involuntario”. (wikipedia, Comportamiento, s.f.)

El comportamiento no es solo un mero conjunto de interacciones estímulo – respuesta, sino una disposición individual frente a determinados estímulos que provocan una respuesta según la persona. “Una persona puede reaccionar ante un estímulo de distinta manera que otras”. Además, precisa de una manifestación externa en el mundo o realidad. El entorno social modifica la respuesta y la persona influye, igualmente, en el entorno en el que se encuentra y por el que está rodeada. Trastorno del comportamiento: manifestación de una conducta inadecuada a la realidad de la persona y del contexto en el que se produce. (literatura, s.f.)

Dibujos animados

Según (wikipedia, Dibujo animado, 2015) nos dice:

“(Conocido como caricatura o dibujitos en zonas de Hispanoamérica, o con el anglicismo cartoon) es una categoría dentro de las obras de animación que se refiere a aquellas secuencias visuales realizadas en dos dimensiones”.

Emoción

Según (oxforddictionaries, s.f.) Nos dice que:

“Sentimiento muy intenso de alegría o tristeza producido por un hecho, una idea, un recuerdo, etc”.

Espectáculos

Según (wikipedia, Espectáculo, 2012) nos dice que:

Hace referencia a una función o diversión pública celebrada en un cine, en un circo o en otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla y a cualquier cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es capaz de atraer la atención y mover.

Estereotipos

Según (prezi.com, 2014) nos dice que:

“Consiste en una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. Esta imagen se forma a partir de una concepción estática sobre las características generalizadas de los miembros de esa comunidad”.

Farándula

Según (oxforddictionaries, Farándula, s.f.) Nos dice que:

“Profesión y ambiente de las personas que se dedican al espectáculo, especialmente al teatro”.

Influencia

Según (definicionabc, 2008) nos dice que:

La influencia es la habilidad que puede ostentar una persona, un grupo o una situación particular, en el caso que sus consecuencias afecten a una amplia mayoría de personas, de ejercer un concreto poder sobre alguien o el resto de las personas.

Medios de comunicación

Según (concepto.de, s.f.) Nos dice que:

Un medio de comunicación es el elemento o el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos cuya comunicación se extiende a las masas.

Pensamiento

Según (oxforddictionaries, Pensamiento, s.f.) Nos dice que:

“Capacidad que tienen las personas de formar ideas y representaciones de la realidad en su mente, relacionando unas con otras”.

Películas

Según (wikipedia, Película, s.f.) Nos dice que:

Es una obra de arte cinematográfica, la cual expresa la narración de una historia o un hecho de manera visual a través del video, es decir una secuencia de imágenes, usualmente acompañada de sonido.

Programación

Según (wikipedia, Parrila de programación, 2009) nos dice que:

“Es la disposición en el tiempo de los programas de un canal de televisión o una emisora de radio. Indica la hora de comienzo y fin de cada programa a lo largo del día”.

Programa de televisión

Según (uba8tv.blogspot, 2010) nos dice que:

Es un conjunto de emisiones periódicas, agrupadas bajo un título o cabecera común, en las que, a modo de bloque, se incluye la mayor parte de los contenidos audiovisuales que se ofrecen por televisión. En el ámbito profesional televisivo, no son considerados programas los bloques de contenidos dedicados a las autopromociones, a la continuidad y a la publicidad convencional. Según este uso, se denomina programa a cada bloque de contenidos que se ofrece por televisión, independientemente de que se trate de una producción unitaria o periódica. Una película de cine difundida por televisión sería un programa, del mismo modo que un episodio o capítulo de una serie. El programa se entendería, así como la unidad utilizada en la programación televisiva.

Publicidad

Según (wikipedia, Publicidad, 2015) nos dice que:

Es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor. Esto se lleva a cabo mediante campañas publicitarias que se difunden en los medios de comunicación siguiendo un plan de comunicación preestablecido.

Realities

Según (definicion.de, 2013) nos dice que:

“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”.

Sexualidad

Según (absta, 2017) nos dice que:

La sexualidad humana se define como “la combinación de características físicas, químicas, psicológicas y funcionales que se expresan por medio de la identidad y las conductas sexuales del individuo”. Las personas expresan su sexualidad a través de diversos pensamientos, actitudes y comportamientos. La expresión sexual humana está limitada y restringida por las costumbres, normas y leyes sociales.

Televisión

Según (definicionabc, Definición de TV, 2009) nos dice que:

Sistema de transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas. Conocido hoy en día como uno de los medios de comunicación más populares y de mayor audiencia a nivel mundial, la TV o televisión es un sistema comunicativo que se basa en el envío y recepción de imágenes y sonido a través de diferentes soportes como la radio, el cable o el satélite, entre otros. Para que se realice adecuadamente, se debe contar con un aparato también conocido como TV que es el encargado de decodificar la señal para transformarla en un mensaje accesible al público.

Telenovelas

Según (definicion, s.f.) Nos dice que:

Es una narración de una historia ficticia fundada en un formato audiovisual y que se divide en capítulos o episodios. La misma suele caracterizarse por enfocarse en conflictos de tipo familiar y afectivo, conflictos que generan una tensión que atrae a grandes audiencias para ver el posible desenlace.

Valores

Según (quizlet, s.f.) Nos dice que:

“Son aquellas cualidades, virtudes o características de una acción, una persona o un objeto que se consideran típicamente positivas o de gran importancia por un grupo social”.

2.4. Hipótesis de investigación

2.5.1. Hipótesis general

Los programas de televisión peruana si influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

2.5.2. Hipótesis específicas

Los programas de farándula sí influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

Los programas de entretenimiento sí influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

Las telenovelas si influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo

El tipo de investigación será descriptivo correlacional. Evaluaremos la relación que existe entre los programas de la televisión peruana y el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

3.1.2. Enfoque

La investigación tiene un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población está conformada por 720 estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

3.2.2. Muestra

La muestra es de 251 estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

N= Población: 720 estudiantes.

n= tamaño de la muestra: 251 estudiantes.

e= margen de error 0.5

3.3. Operacionalización de variables e indicadores

Tabla N°1. Operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable independiente Programas de televisión	Un programa es un conjunto de emisiones periódicas transmitidas por televisión o radio, agrupadas bajo un título o cabecera común, en las que a modo de bloque se incluye la mayor parte de los contenidos audiovisuales que se ofrecen en una cadena.	Series Telenovelas Programas periodísticos Programas de farándula Programas de entretenimiento	Comedia Dramática Informativos deportivos Espectáculos Realities concursos
Variable dependiente El comportamiento	El comportamiento o conducta es el conjunto de respuestas, bien por presencia o por ausencia, que presenta un ser vivo en relación con su entorno o mundo de estímulos. El conocimiento puede ser consciente o inconsciente, voluntario o involuntario, etc. Según las circunstancias que lo afecten	Pensamiento Emoción Conducta	Interpretación Creencias Expectativas Sentimientos Parte observable del comportamiento Acción

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas emplear

A través de la encuesta, se permitió obtener información del conocimiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

Para ello se estableció una guía de encuestas dirigida que permitió una mayor objetividad en la obtención de la información.

3.4.2. Descripción de los instrumentos

Encuesta

Guía de observación

Cuaderno de campo

3.5. Técnicas para el procesamiento de la información

3.5.1. Tratamiento estadístico

Procesamiento de datos

Análisis e interpretación de datos

Comprobación de la influencia de los programas de televisión peruana en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

CAPÍTULO IV

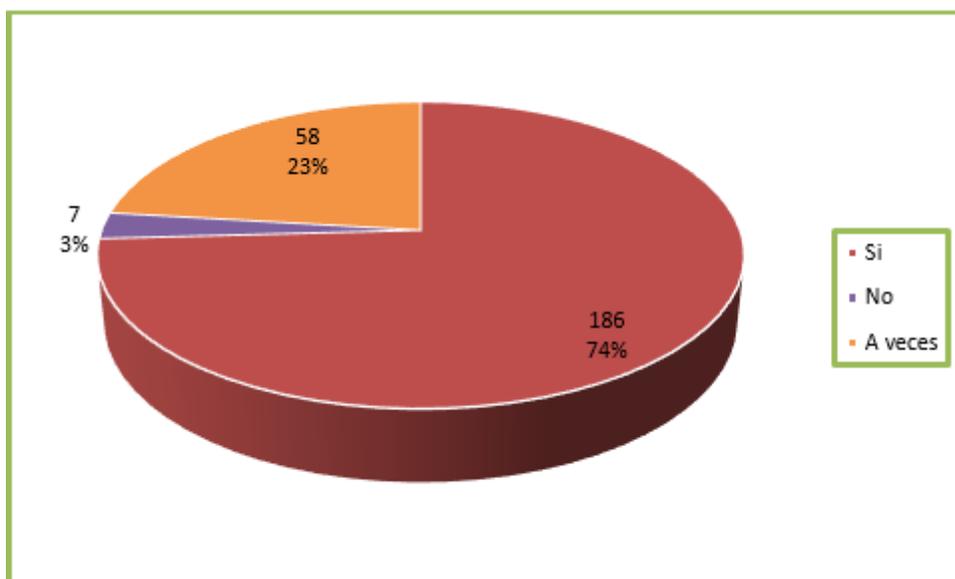
RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

Tabla N°2. ¿Ves televisión?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	186	74%
No	7	3%
A veces	58	23%
Total	251	100%

Gráfico N°2. ¿Ves televisión?



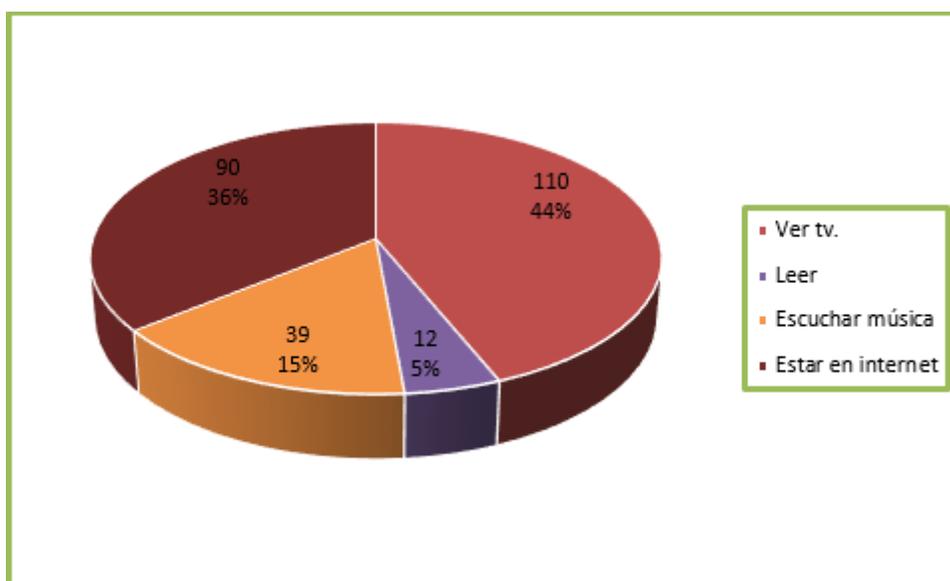
Interpretación de ¿Ves televisión?

A la pregunta ¿Ves televisión?, los estudiantes respondieron:

86 estudiantes (74%) respondieron que si ven televisión, 7 estudiantes (3%) que no ven televisión y 58 estudiantes (23%) dijeron que solo a veces ven televisión.

Tabla N°3. ¿Cuál es tu hobby?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Ver tv.	110	44%
Leer	12	5%
Escuchar música	39	15%
Estar en internet	90	36%
Total	251	100%

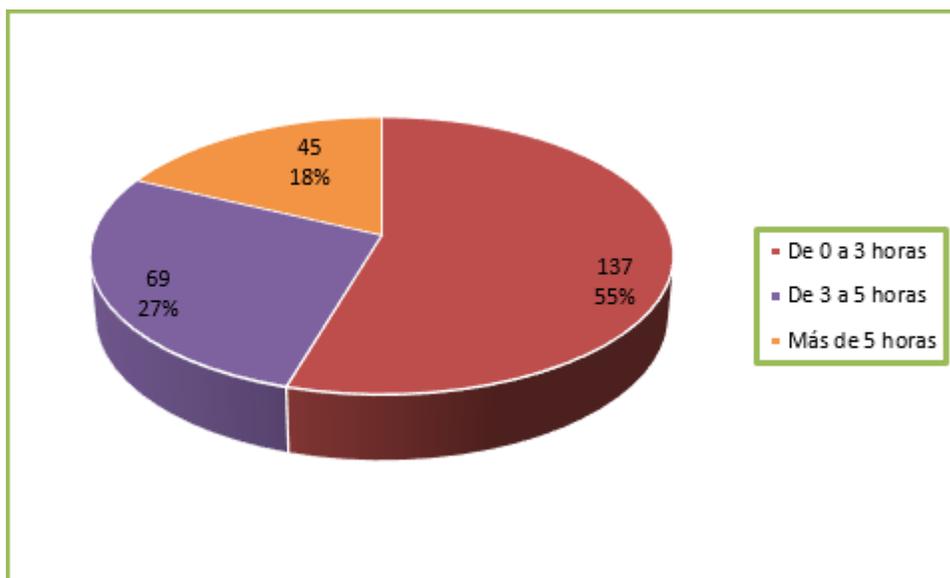
Gráfico N°3. ¿Cuál es tu hobby?**Interpretación de ¿Cuál es tu hobby?**

A la pregunta ¿Cuál es tu hobby?, los estudiantes respondieron:

110 estudiantes (44%) respondieron que su hobby es ver TV, 12 estudiantes (5%) tenían el hobby de leer, 39 estudiantes (15%) preferían escuchar música y 90 estudiantes (36%) dijeron que su hobby es pasar tiempo en el internet.

Tabla N°4. ¿Cuántas horas al día ves televisión?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 3 horas	137	55%
De 3 a 5 horas	69	27%
Más de 5 horas	45	18%
Total	251	100%

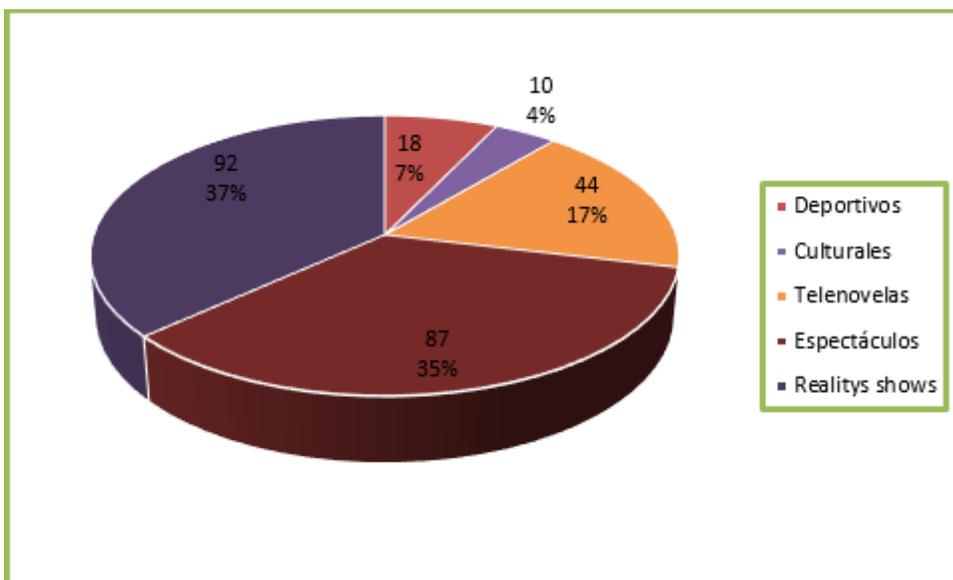
Gráfico N°4. ¿Cuántas horas al día ves televisión?**Interpretación de ¿Cuántas horas al día ves televisión?**

A la pregunta ¿Cuántas horas al día ves televisión?, los estudiantes respondieron:

137 estudiantes (55%) respondieron que ven televisión de cero a tres horas al día, 69 estudiantes (27%) ven televisión de tres a cinco horas al día y 45 estudiantes (18%) ven televisión más de cinco horas al día.

Tabla N°5. ¿Qué tipos de programas ves en la tv?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Deportivos	18	7%
Culturales	10	4%
Telenovelas	44	17%
Espectáculos	87	35%
Realitys shows	92	37%
Total	251	100%

Gráfico N°5. ¿Qué tipos de programas ves en la tv?**Interpretación de ¿Qué tipos de programas ves en la tv?**

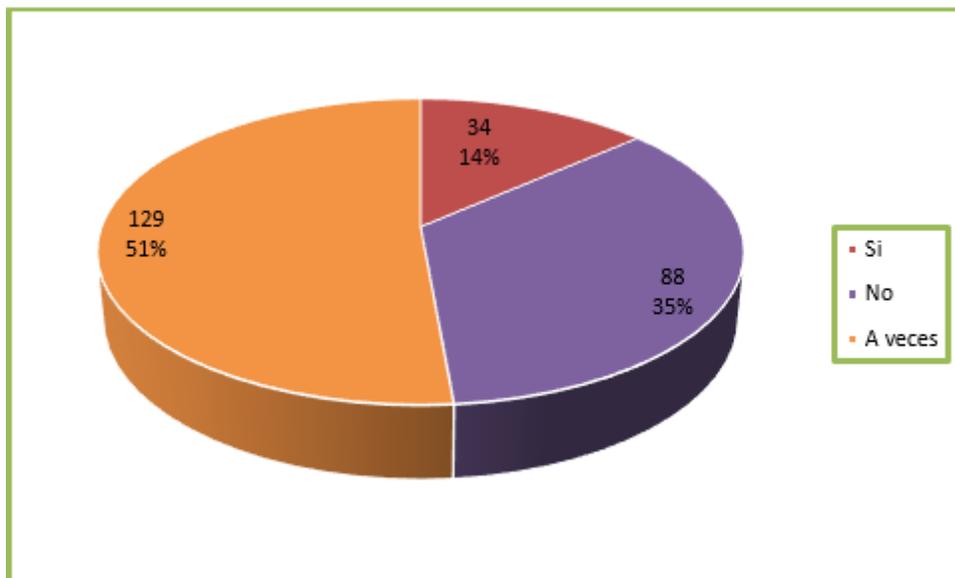
A la pregunta ¿Qué tipos de programas ves en la tv?, los estudiantes respondieron:

18 estudiantes (7%) respondieron que ven programas deportivos, 10 estudiantes (4%) programas culturales, 44 estudiantes (17%) telenovelas, 87 estudiantes (35%) programas de espectáculos y 92 estudiantes (37%) ven realitys shows.

Tabla N°6. Cuando no te dejan ver tu programa favorito porque tienes que estudiar, ¿Obedeces?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	14%
No	88	35%
A veces	129	51%
Total	251	100%

Gráfico N°6. Cuando no te dejan ver tu programa favorito porque tienes que estudiar, ¿Obedeces?



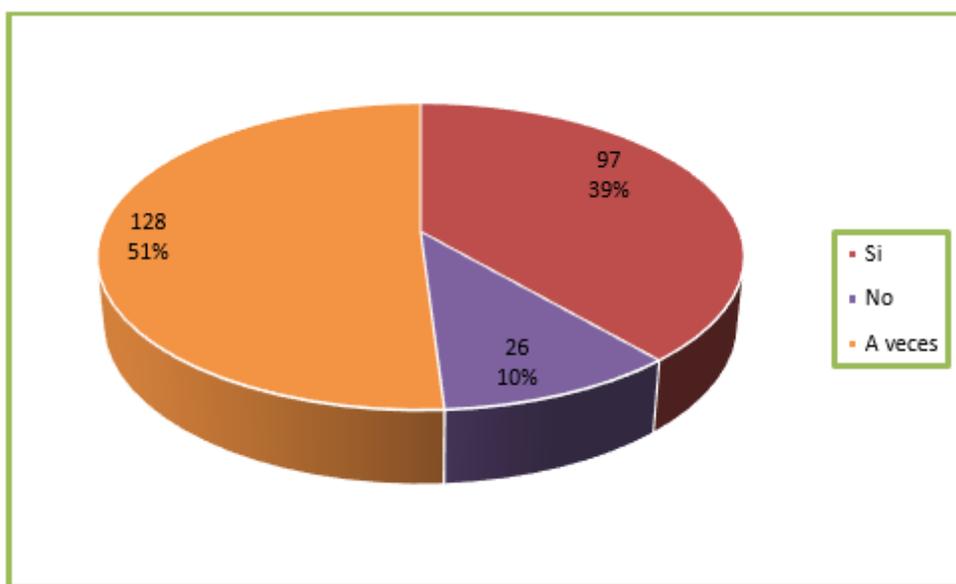
Interpretación de Cuando no te dejan ver tu programa favorito porque tienes que estudiar, ¿Obedeces?

A la pregunta Cuando no te dejan ver tu programa favorito porque tienes que estudiar, ¿Obedeces?, los estudiantes respondieron:

34 estudiantes (14%) respondieron que si obedecen, 88 estudiantes (35%) no obedecen y 129 estudiantes (51%) a veces obedecen.

Tabla N°7. ¿Cuándo realizas tus tareas, lo haces viendo televisión?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	39%
No	26	10%
A veces	128	51%
Total	251	100%

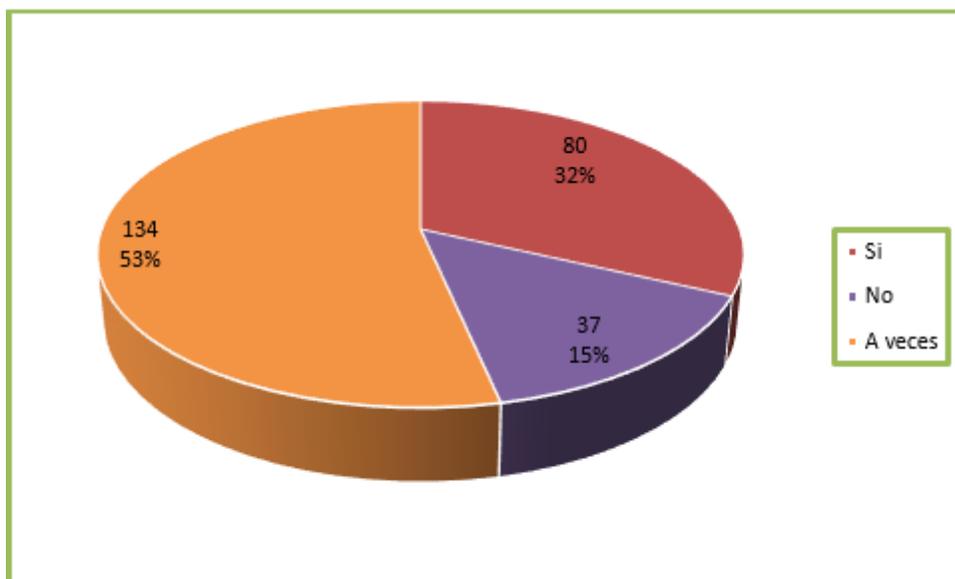
Gráfico N°7. ¿Cuándo realizas tus tareas, lo haces viendo televisión?**Interpretación de ¿Cuándo realizas tus tareas, lo haces viendo televisión?**

A la pregunta ¿Cuándo realizas tus tareas, lo haces viendo televisión?, los estudiantes respondieron:

97 estudiantes (39%) respondieron que si hacen sus tareas viendo televisión, 26 estudiantes (10%) no hacen sus tareas viendo televisión y 128 estudiantes (51%) dijeron que a veces hacen sus tareas viendo televisión.

Tabla N°8. ¿Imitas el comportamiento de los personajes de la tv?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	32%
No	37	15%
A veces	134	53%
Total	251	100%

Gráfico N°8. ¿Imitas el comportamiento de los personajes de la tv?**Interpretación de ¿Imitas el comportamiento de los personajes de la tv?**

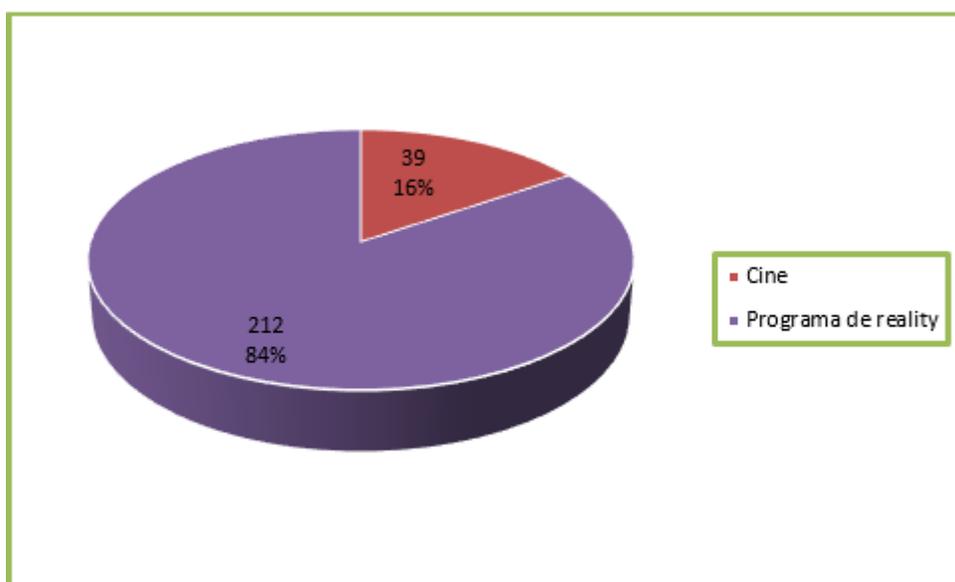
A la pregunta ¿Imitas el comportamiento de los personajes de la tv?, los estudiantes respondieron:

80 estudiantes (32%) respondieron que si imitan el comportamiento de los personajes de tv, 37 estudiantes (15%) no imitan el comportamiento de los personajes de tv y 134 estudiantes dijeron que a veces imitan el comportamiento de los personajes de tv.

Tabla N°9. Si tuvieras que elegir entre asistir al cine o a un programa reality ¿Cuál elegirías?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Cine	39	16%
Programa de reality	212	84%
Total	251	100%

Gráfico N9. Si tuvieras que elegir entre asistir al cine o a un programa reality ¿Cuál elegirías?



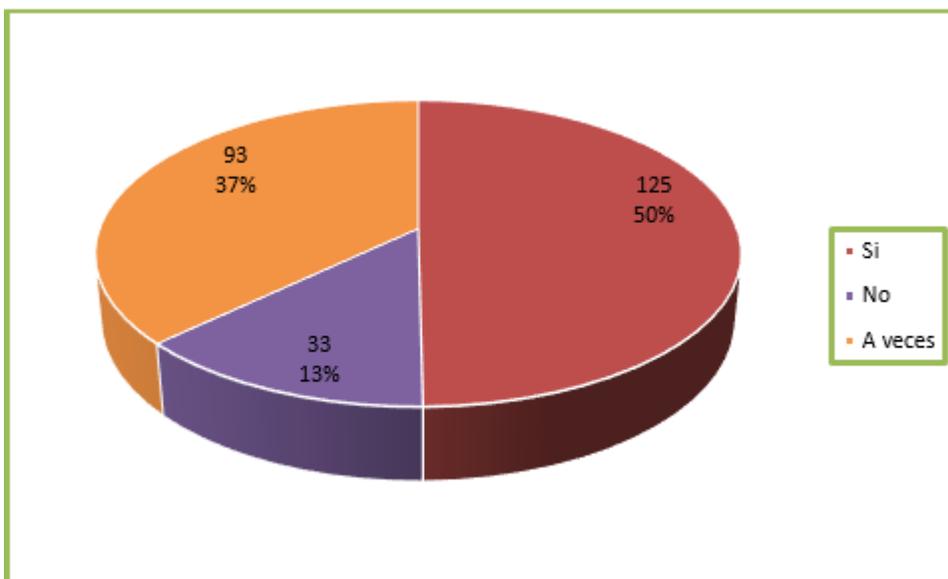
Interpretación de Si tuvieras que elegir entre asistir al cine o a un programa reality ¿Cuál elegirías?

A la pregunta Si tuvieras que elegir entre asistir al cine o a un programa reality ¿Cuál elegirías?, los estudiantes respondieron:

39 estudiantes (16%) respondieron que elegirían asistir al cine y 212 estudiantes (84%) asistirían a un programa reality

Tabla N° 10. ¿Ves programas de farándula?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	125	50%
No	33	13%
A veces	93	37%
Total	251	100%

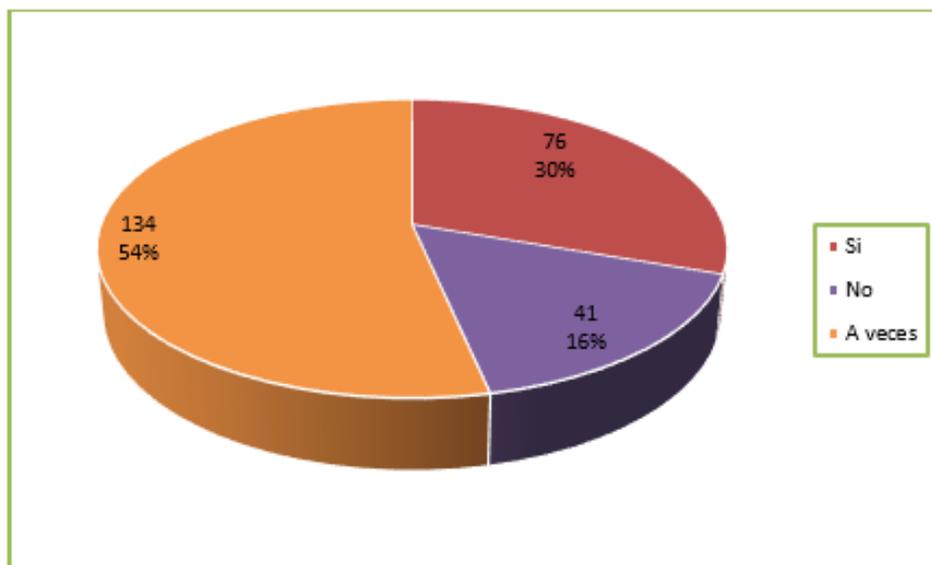
Gráfico N°10. ¿Ves programas de farándula?**Interpretación de ¿Ves programas de farándula?**

A la pregunta ¿Ves programas de farándula?, los estudiantes respondieron:

125 estudiantes (50%) respondieron que si ven programas de farándula, 33 estudiantes (13%) no ven programas de farándula y 93 estudiantes (37%) a veces ven programas de farándula.

Tabla N°11. ¿Crees que es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	30%
No	41	16%
A veces	134	54%
Total	251	100%

Gráfico N°11. ¿Crees que es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión?**Interpretación de ¿Crees que es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión?**

A la pregunta ¿Crees que es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión?, los estudiantes respondieron:

76 estudiantes (30%) respondieron que si creen que si es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión, 41 estudiantes (16%) creen que no es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión y 134 estudiantes (54%) creen que a veces es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Discusión

Según (García, 2006) en su tesis:

La televisión y su influencia en la conducta de los alumnos del Colegio Peruano Americano del distrito de Lurigancho-Huachipa”. Sostiene que la televisión influye significativamente en el comportamiento del alumnado. Referente a los niveles de conciencia de calidad de televisión, es trivial ya que consideran muy buena por ser entretenida. La influencia en la televisión puede ejercerse en la manera de hablar y de vestir de muchos jóvenes que no tienen una adecuada orientación en casa. En los niveles de conciencia de los temas violentos, es de agrado estos temas, el cual puede influir negativamente ocasionando estudiantes agresivos y a la defensiva. La falta de apoyo de su medio obliga un mayor refuerzo en estos puntos, ya sea en charlas o programas de orientación para adolescentes y adulto.

Conuerdo con la autora, en mis resultados se puede evidenciar que los programas televisivos influyen en el comportamiento, en la pregunta ¿Imitas el comportamiento de los personajes de la tv? el 32% si imita, el 53% A veces imita, sumados da la cifra de 85 % que en algún momento imita comportamientos que no son adecuados, pero como los estudiantes lo ven por la tv como algo normal, lo realizan sin censurar.

Conclusiones

- Los estudiantes son atrapados por muchos de los programas de la televisión peruana, influyendo en su accionar.
- Los estudiantes no diferencian la calidad de lo que ven.
- Los estudiantes se dejan influir por los programas de televisión adoptando cambios en su manera de vestir, hablar, pensar y es más ésta influencia cuando no hay una guía paternal.
- Una gran influencia y de forma negativa ejercen los programas de farándula, entretenimiento, concursos y realities, siendo estos de mucho agrado de los jóvenes, que subyugados por su contenido no se dan cuenta que les mina su falta de personalidad y creatividad.
- Los docentes y padres de familia cumplen un rol importante y no lo aplican a pesar de la facilidad que tienen de persuadir a los estudiantes de cuáles son los programas adecuados y con un horario acorde a su edad.
- La televisión peruana no está regulada en su total dimensión, por lo que programas de alto contenido de violencia son transmitidos, es menester de nosotros los peruanos exigir una mejor calidad de programación, donde se transmitan valores y fomenten el respeto a través de programas educativos y que sobre todo se realcen.
- Es función del Ministerio de Educación y de los docentes el de exigir que tome cartas en el asunto, porque está en juego la formación de niños y adolescentes, la escuela los crea un modelo de respeto y en casa a través de la televisión reciben otra educación, es entonces donde la conducta y el pensar de los jóvenes se distorsiona porque se les confunde.

Recomendaciones

- El hogar y la escuela son los indicados para regular el consumo masivo de televisión, la escuela desde su función que cumple en educar y el hogar desde su papel de imponer reglas de horarios y programas adecuados.
- Los actores más directos para frenar el consumo masivo de ver televisión de programas con alto contenido de violencia no aptos para jóvenes, son los familiares en conjunto ellos deben encargarse de comentar y señalar qué programas no son adecuados, esto mediría el índice de disminución de violencia en los adolescentes.
- Se sugiere que el adolescente cuando ve televisión siempre esté acompañado por una persona adulta ya que ella diferencia lo que es factible para que continúe viendo o no.
- En la Escuela de Padres debe tocarse éste tema como prioridad y de mucha urgencia sobre el uso masivo del consumismo de ver televisión en el hogar y su influencia en las múltiples conductas de violencia en los adolescentes.
- En las Instituciones Educativas debe darse como regla la inclusión de charlas sobre ¿cómo influyen en la actitud y personalidad los programas de moda de televisión en los adolescentes? ¿Qué resultados positivos o negativos tenemos? ¿Cuál es el rol del padre? ¿Cuál es el rol del maestro ante ésta influencia? ¿Qué sociedad nos espera?
- Muchos programas de la televisión antes de ser visto hacen una advertencia de qué edades son las adecuadas de ver. Debe respetarse, así cambiaremos de a poco las reglas de conductas de los adolescentes y por ende tendremos una sociedad con jóvenes mejor formados y educados.

REFERENCIAS

7.2. Fuentes bibliográficas

Alfaro, r. (1995). Seducidos por la tele. *Asociacion de Comunicadores Sociales*.

Calderón, E. (2007). *Los programas de televisión y la agresión en los niños: el caso Power Rangers*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Educación, Lima.

Canales, M. (2003). *Propuesta de programa de televisión formativo para niños: Análisis de audinecia y producción*. Universidad de las Américas Puebla, Ciencias de la Comunicación, México.

Caretas, R. (Abril de 1999). Ojos en la tormenta. *Revista Caretas N°22*.

Comercio, E. (Marzo de 1998). Niños, Espectáculos, Juventud. *El Comercio*.

García, M. (2006). *La televisión y su influencia en la conducta de los alumnos del colegio Peruano Americano del distrito de Lurigancho-Huachipa*. Lima.

Medina, C. (2001). *La televisión y su influencia en los niños*. Lima.

Moreno, V. (s.f.). *Mantenimiento y rehabilitación psicosocial de las personas dependientes en domicilio*. IC Editorial.

Pauta, R. (2015). *Los niños, la influencia de la televisión y el rendimiento escolar*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Lima.

Quesada, L. (2016). *El set de producción de televisión y la gestión del departamento de comunicación de la Iglesia Alianza Cristiana y Misionera FICOA de la ciudad de Ambato*. Trabajo de graduación, Universidad Técnica de Ambato, Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Ambato-Ecuador.

Silva, I. (2006). *La adolescencia y su interrelación con el entorno*. Madrid: Instituto de la Juventud.

7.4. Fuentes electrónicas

absta. (01 de Febrero de 2017). *La persona es hoy la consecuencia de ayer*. Obtenido de absta:

<http://www.absta.info/la-persona-es-hoy-la-consecuencia-de-ayer.html?page=10>

concepto.de. (s.f.). *Medios de comunicación*. Obtenido de concepto.de:

<https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

Conceptodefinicion. (s.f.). *Definición de actitud*. Obtenido de conceptodefinicion:

<https://conceptodefinicion.de/actitud/>

definicion. (s.f.). *Definición de telenovela*. Obtenido de definicion:

<https://definicion.mx/telenovela/>

definicion.de. (2013). *Reality show*. Obtenido de definicion.de: [https://definicion.de/reality-](https://definicion.de/reality-show/)

[show/](https://definicion.de/reality-show/)

definicionabc. (Noviembre de 2008). *Definición de influencia*. Obtenido de definicionabc:

<https://www.definicionabc.com/social/influencia.php>

definicionabc. (Agosto de 2009). *Definición de TV*. Obtenido de definicionabc:

<https://www.definicionabc.com/tecnologia/tv.php>

empresa, p. y. (s.f.). *Aspectos básicos del comportamiento humano*. Obtenido de

[psicologiayempresa.com: https://psicologiayempresa.com/aspectos-basicos-del-comportamiento-humano.html](https://psicologiayempresa.com/aspectos-basicos-del-comportamiento-humano.html)

general, p. (12 de Julio de 2016). *Factores que afectan el comportamiento humano*. Obtenido de

[psicologiageneral: http://psicologiageneral.blogspot.es/1468357834/factores-que-afectan-el-comportamiento-humano/](http://psicologiageneral.blogspot.es/1468357834/factores-que-afectan-el-comportamiento-humano/)

literatura, p. 1. (s.f.). *Tesis*. Obtenido de promo2010lenguayliteraturaunfv:

<http://promo2010lenguayliteraturaunfv.blogspot.com/>

oxforddictionaries. (s.f.). *Emoción*. Obtenido de oxforddictionaries:

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/emocion>

oxforddictionaries. (s.f.). *Farándula*. Obtenido de oxforddictionaries:

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/farandula>

oxforddictionaries. (s.f.). *Pensamiento*. Obtenido de oxforddictionaries:

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/pensamiento>

prezi.com. (02 de Diciembre de 2014). *Esteorotipos*. Obtenido de prezi.com:

<https://prezi.com/tjvmeftcqzuf/esteriotipos/>

quizlet. (s.f.). *Evaluación sobre los valores*. Obtenido de quizlet:

<https://quizlet.com/297254028/evaluacion-sobre-los-valores-flash-cards/>

Ramirez, C. (s.f.). *Relaciones humanas en linea*. Obtenido de

[candelaramirezalmarosa.blogspot.com:](http://candelaramirezalmarosa.blogspot.com/)

<http://candelaramirezalmarosa.blogspot.com/2008/01/1341las-4-dimensiones-del.html>

República, L. (21 de Octubre de 2016). *Los 'realities' de TV son los programas más vistos por los niños y adolescentes*. Obtenido de La Republica:

<https://larepublica.pe/sociedad/982777-los-realities-de-tv-son-los-programas-mas-vistos-por-los-ninos-y-adolescentes>

robertexto. (s.f.). *Comportamiento*. Obtenido de robertexto.com:

<http://www.robertexto.com/archivo6/comportamiento.htm>

teresa.barberena.over-blog. (04 de Junio de 2011). *Artículo producción tipos de programa.*

Obtenido de teresa.barberena.over-blog.es: <http://teresa.barberena.over-blog.es/article-produccion-tipos-programas-85911408.html>

Trabajo.com. (s.f.). *El comportamiento agresivo.* Obtenido de trabajo.com.mx:

http://www.trabajo.com.mx/el_comportamiento_agresivo.htm

Trabajo.com. (s.f.). *El comportamiento asertivo.* Obtenido de trabajo.com.mx:

http://www.trabajo.com.mx/el_comportamiento_asertivo.htm

Trabajo.com. (s.f.). *El comportamiento pasivo.* Obtenido de trabajo.com.mx:

http://www.trabajo.com.mx/el_comportamiento_pasivo.htm

uba8tv.blogspot. (13 de Mayo de 2010). *Formatos de programación televisiva.* Obtenido de

uba8tv.blogspot: <http://uba8tv.blogspot.com/2010/05/2-formatos-de-programacion-televisiva.html>

wikipedia. (28 de Noviembre de 2009). *Parrilla de programación.* Obtenido de wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/Parrilla_de_programaci%C3%B3n

wikipedia. (14 de Abril de 2012). *Espectáculo.* Obtenido de wikipedia:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Espect%C3%A1culo>

wikipedia. (19 de Setiembre de 2015). *Dibujo animado.* Obtenido de wikipedi:

https://es.wikipedia.org/wiki/Dibujo_animado

wikipedia. (17 de Setiembre de 2015). *Publicidad.* Obtenido de wikipedia:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

wikipedia. (06 de Diciembre de 2017). *Comportamiento humano.* Obtenido de es.wikipedia.org:

https://es.wikipedia.org/wiki/Comportamiento_humano

wikipedia. (s.f.). *Adolescencia*. Obtenido de wikipedia:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Adolescencia>

wikipedia. (s.f.). *Comportamiento*. Obtenido de wikipedia:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Comportamiento>

wikipedia. (s.f.). *Comportamiento humano*. Obtenido de es.wikipedia.org:

https://es.wikipedia.org/wiki/Comportamiento_humano

wikipedia. (s.f.). *Película*. Obtenido de wikipedia:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Pel%C3%ADcula>

wikipedia. (s.f.). *Televisión*. Obtenido de es.wikipedia.org:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Tabla N12. Los programas de la televisión peruana y la influencia en el comportamiento de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Definiciones	Dimensiones	Indicadores
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera los programas de televisión peruana influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera los programas de farándula influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017? • ¿De qué manera los programas de entretenimiento influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017? • ¿De qué manera las telenovelas influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017? 	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la influencia de los programas de televisión peruana en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la influencia de los programas de farándula en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017. • Determinar la influencia de los programas de entretenimiento en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017. • Determinar la influencia de las telenovelas en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017. 	<p>HIPÓTESIS GENERAL Los programas de televisión peruana si influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los programas de farándula si influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017. • Los programas de entretenimiento si influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017. • Las telenovelas si influyen en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017. 	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE EL COMPORTAMIENTO</p>	<p>Un programa es un conjunto de emisiones periódicas transmitidas por televisión o radio, agrupadas bajo un título o cabecera común, en las que a modo de bloque se incluye la mayor parte de los contenidos audiovisuales que se ofrecen en una cadena.</p> <p>El comportamiento o conducta es el conjunto de respuestas, bien por presencia o por ausencia, que presenta un ser vivo en relación con su entorno omundo de estímulos. El comportamiento puede ser consciente o inconsciente, voluntario o involuntario, etc. según las circunstancias que lo afecten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Series • Telenovelas • Programas periodísticos • Programas de farándula • Programas de entretenimiento <ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento • Emoción • Conducta 	<p>Comedia Dramática Informativos Deportivos Espectáculos Realities Concursos</p> <p>Interpretación Creencias Expectativas</p> <p>Sentimientos</p> <p>Parte observable del comportamiento Acción</p>



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

FACULTAD DE EDUCACION

ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PEDRO E. PAULET DE HUACHO EN EL AÑO 2017.

OBJETIVO: Conocer la opinión de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017.

INSTRUCCIÓN

El suscrito está realizando una investigación sobre la influencia de los programas de televisión peruana en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Pedro E. Paulet de Huacho en el año 2017. Para el efecto solicito su pleno apoyo respondiendo a las siguientes preguntas.

1. ¿Ves televisión?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces
2. ¿Cuál es tu hobby?
 - a) Ver tv.
 - b) Leer
 - c) Escuchar música
 - d) Estar en internet
3. ¿Cuántas horas al día ves televisión?
 - a) De 0 a 3 horas
 - b) De 3 a 5 horas
 - c) Más de 5 horas
4. ¿Qué tipos de programas ves en la tv?
 - a) Deportivos
 - b) Culturales

- c) Telenovelas
- d) Espectáculos
- e) Realitys shows

5. Cuando no te dejan ver tu programa favorito porque tienes que estudiar, ¿Obedeces?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

6. ¿Cuándo realizas tus tareas, lo haces viendo televisión?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

7. ¿Imitas el comportamiento de los personajes de la tv?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

8. Si tuvieras que elegir entre asistir al cine o a un programa programa reality ¿Cuál elegirías?

- a) Cine
- b) Programa de reality

9. ¿Ves programas de farándula?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

10. ¿Crees que es correcto halagar la torpeza y la estupidez por televisión?

- a) Si
- b) No
- c) A veces