

UNIVERSIDAD NACIONAL
“José Faustino Sánchez Carrión”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**Programas televisivos de entretenimiento en la conducta de los
estudiantes del sexto grado de primaria de la Institución Educativa
20820 Nuestra Señora de Fatima, Huacho 2018**

Presentado por:

Bach. LUCERO ARELLANO, Frank Williams

Bach. RAMOS CHAUPIS, Andrés Francisco

Asesor:

Lic. REVILLA MARREROS, Miguel Angel

Para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

HUAHO - PERÚ

2019

PROGRAMAS TELEVISIVOS DE ENTRETENIMIENTO EN LA CONDUCTA
DE LOS ESTUDIANTES DEL SEXTO GRADO DE PRIMARIA DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA 20820 NUESTRA SEÑORA DE FATIMA,
HUACHO 2018

.....
Lic. Miguel Angel Revilla Marreros
Asesor

.....
Mg. Wilfredo Brito Vega
Presidente

.....
Mg. José Feliciano Monzón Hoyos
Secretario

.....
Lic. Henry Antonio Morales Gamarra
Vocal

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y seguir con mis sueños

A mis padres, por la semilla de Superación que han
sembrado en mí,

A los profesores que siembran para que otro coseche.

ANDRES FRANCISCO

Este trabajo se lo dedico a mis padres quienes han sido mi motor y el motivo de poder superarme en cada momento, a mi familia quienes en todo momento me brindaron su apoyo y quienes han sido

de cada uno de mis logros.

FRANK LUCERO

AGRADECIMIENTO

A nuestras familias, por su comprensión y estímulo constante,
además de su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

A nuestro asesor: Lic. Miguel Ángel Revilla Marreros, quien
nos brindó su valiosa y desinteresada orientación
y guía en la elaboración del presente
trabajo de investigación.

Y a todas las personas que de una u otra forma me apoyaron
en la realización de este trabajo.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	VI
RESÚMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
CAPÍTULO I: PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1.- Descripción de la realidad problemática.....	15
1.2.- Formulación del problema.....	16
1.2.1.- Problema general.....	16
1.2.2.- Problemas específicos.....	16
1.3.- Objetivos de la Investigación.....	16
1.3.1.- Objetivo general.....	16
1.3.2.- Objetivos específicos.....	16
1.4.- Justificación de la investigación.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	18
2.1.- Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1.- Investigación a nivel nacional.....	18
2.1.2.- Investigación a nivel internacional.....	22
2.2.- Bases Teóricas.....	26
2.3.- Definiciones conceptuales.....	61

2.4.- Formulación de la Hipotesis.....	62
2.4.1.- Hipótesis general	62
2.4.2.- Hipótesis específicos	62
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	64
3.1.- Diseño metodológico	64
3.2.- Población y muestra	64
3.3.- Operacionalización de Variables e Indicadores	65
3.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	65
3.5.- Técnicas para el procesamiento de la información	66
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	67
4.1.- Análisis de resultados.....	67
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
5.1.- Discusión.....	90
5.2.- Conclusiones	91
5.3.- Recomendaciones.....	92
CAPÍTULO VI: FUENTES DE INFORMACIÓN.....	93
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	93
6.1.- Fuentes bibliográficas	93
6.2.- Fuentes electrónicas	94
ANEXOS.....	96

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1.....	67
TABLA 2.....	69
TABLA 3.....	70
TABLA 4.....	71
TABLA 5.....	73
TABLA 6.....	74
TABLA 7.....	75
TABLA 8.....	76
TABLA 9.....	77
TABLA 10.....	78
TABLA 11.....	79
TABLA 12.....	80
TABLA 13.....	81
TABLA 14.....	82
TABLA 15.....	83
TABLA 16.....	84
TABLA 17.....	85
TABLA 2.....	86
TABLA 19.....	87
TABLA 20.....	88
TABLA 21.....	89

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA 1	67
FIGURA 2	69
FIGURA 3	70
FIGURA 4	71
FIGURA 5	73
FIGURA 6	74
FIGURA 7	75
FIGURA 8	76
FIGURA 9	77
FIGURA 10	78
FIGURA 11	79
FIGURA 12	80
FIGURA 13	81
FIGURA 14	82
FIGURA 15	83
FIGURA 16	84
FIGURA 17	85
FIGURA 2	86
FIGURA 19	87
FIGURA 20	88
FIGURA 21	89

RESÚMEN

Objetivo: Demostrar como la conducta de los estudiantes del 6to grado de primaria de la I.E. N° 20820 Nuestra Señora de Fátima. **Métodos:** La población investigada es del colegio mencionado donde son 4 salones, 2 en el turno mañana y 2 en el turno tarde, llegando a encuestar a 110 alumnos en total, mediante un muestreo probabilístico. Se utilizó como instrumento de medición el cuestionario siendo sus dimensiones; Juegos físicos, testimonios diversión etc. **Resultados:** Los resultados nos demuestran que más del 50% de la población investigada consideran que si influyen los programas de televisión de este género en la conducta de los estudiantes. **Conclusión:** Los resultados obtenidos nos demuestran que los programas televisivos de entretenimiento son percibidos de una manera negativa, lo cual coincide con una de nuestras hipótesis específicas, primero en el reality show Esto es Guerra que se viene dando con contenidos inadecuados del cual sus padres no están enterados.

Palabras Clave: Producción, Conducta, Reality Show, Televisión, Entretenimiento

ABSTRACT

Objective: To demonstrate as the conduct of the 6th grade elementary students of the I.E. N° 20820 Our Lady of Fatima. **Methods:** The population investigated is of the school mentioned where they are 4 halls, 2 in the morning shift and 2 in the late shift reaching to survey 110 students in total, by means of a probabilistic sampling was used as instrument of measurement the questionnaire being its Dimensions Physical games, Fun testimonials etc. **Results:** The results show that more than 50% of the population investigated considers that if they influence the television programs of this genre in the behavior of the students. **Conclusion:** The results obtained show us that television entertainment programs are perceived in a negative way, which coincides with one of our specific scenarios, first in the reality show this is a war that comes with Inappropriate content of which their parents.

Keywords: Production, Conduct, Reality Show, Television, Entertainment

INTRODUCCIÓN

El universo de la televisión nos ha interesado constantemente. De manera confiable, hemos tenido una vocación experta conectada a diversos medios. En el avance de nuestra postulación, hemos aprendido mucho, pero además se han producido varios cambios en nuestra mentalidad (desde posiciones bastante extremas hasta posiciones progresivamente directas). Durante bastante tiempo, la instrucción se ha concentrado en el verbalismo, la solidez, la asignación y el aprendizaje de signos que alentaron el trabajo posterior (con el material de lectura y el tablero de escritura), pero se ha hecho poca reverberación de otra información extremadamente importante para nuestra vida futura, para Por ejemplo, entrenar para la actividad llena de sentimientos, nostálgicos y públicos (relacionados con nuestra cultura experiencial donde los medios de comunicación son cada vez más accesibles) y junto con estos logros en nuestra vida laboral futura. En nuestro llamamiento hay una gran discusión sobre la televisión, sin embargo, sentimos que se piensa poco al respecto. En nuestro público general prevalecen las comunicaciones generales, especialmente la televisión, y esta se distingue excepcionalmente por la promoción que funciona en un lenguaje variado de medios que los residentes devoran, sin embargo, en el caso de que no sepamos profundamente que podemos ser simples presas para controlar o controlar. desinformación Siendo la encuesta de TV la segunda o tercera acción a la que se dedican los niños, ¿cómo no educa la escuela para mirar la TV? Además, de esta manera, la televisión no es ni grande ni horrible y los impactos que causa en nuestra condición dependen de la utilización que hagamos de ella. Parte de la disposición se encuentra en la instrucción, se enfrenta a una de las mejores dificultades. El paso inicial es el reconocimiento de la televisión como un medio comprometido con la emoción y la diversión. Esta información de la cultura social en la que estamos inundados debe servirnos para reflexionar, investigar, construir fundamentalmente otro tipo de sociedad.

Confiamos en que es importante, no solo conocer estas progresiones, sino también saber cómo investigarlas fundamentalmente (no es suficiente afirmar que la televisión es una "basura" por su sustancia) y construir un enfoque satisfactorio y reflexivo para tomarla. a los suplentes, a la red instructiva y a la sociedad en general.

Nuestro examen tiene la intención de ayudar a ver cómo hay programas de entusiasmo que afectan la conducta de los jóvenes en la actualidad. De esta manera, examinaremos el impacto de la televisión en la conducta de la escuela juvenil. I.E.E 20820 Nuestra Señora de Fátima. Nuestro examen espera mostrar el cambio abrupto en sus salas de estudio y en su condición social. A los individuos de la red instructiva (particularmente a los jóvenes).

CAPÍTULO I:

PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.- Descripción de la realidad problemática

En la actualidad al nivel mundial existen múltiples herramientas de comunicación donde la Televisión es uno de los ejes fundamentales de nuestra globalización donde se llega a transmitir muchos tipos de emociones.

Hoy en día se observa en varios sectores del mundo, donde niños y jóvenes, cambian su día a día, a veces lentamente o en forma radical, se observa la pérdida espiritual, moral, y una condición precaria, aumenta nuestra pobreza mental y económica.

Sabemos que existe un género llamada Televisión de Entretenimiento, hoy en día más conocido como la “Televisión Basura” que se considera un conjunto de programas televisivos donde los contenidos son pobres a nivel cultural, donde al niño que es más vulnerable hoy en día, tiene horas pegado al televisor embruteciéndolos, manipulándolos, donde se dan contenidos eróticos y chabacanos, y es ahí vuestros niños van cambiando su conducta con el tiempo que asimila estos programas basura como el Talk-Show, Reality-Show donde participantes revelan malas conductas emocionales, poniendo al desnudo sus problemas personales y mostrando contenido erótico en muchas circunstancias.

1.2.- Formulación del problema

1.2.1.- Problema general

¿Cómo influye los programas televisivos de entretenimiento en la conducta de los alumnos de la institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”?

1.2.2.- Problemas específicos

¿Cómo influye los programas de Reality Show en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima?

¿Cómo influye los programas de Talk-Show en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima?

¿Cómo influyen los programas televisivos de series animadas en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima?

1.3.- Objetivos de la Investigación

1.3.1.- Objetivo general

Determinar cómo influye los programas televisivos de entretenimiento en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”

1.3.2.- Objetivos específicos

Demostrar cómo influyen los programas televisivos de Reality Show en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”

Demostrar cómo influye los programas televisivos de Talk – Show en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”

Determinar cómo influyen los programas televisivos de series animadas en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima.

1.4.- Justificación de la investigación

El presente investigación tiene una importancia increíble a la luz del hecho de que los resultados que se logran se agregarán a la información de las variables dominantes que participan en los programas de desvío de TV que se utilizan para asignar cada uno de esos ejercicios identificados con la recreación y la diversión. de los suplentes, la conducta de los estudiantes se alude a la conducta de la población general. En el campo de la investigación del cerebro, se comprende que la conducta es la declaración de las particularidades de los sujetos, es decir, la indicación de la identidad. Esa es la razón por la que la idea alude a las variables obvias y externas de las personas. Estos datos son una etapa inicial para crear respuestas electivas para estos dos factores, debemos conocer el problema identificado con el presente punto de estudio.

Este problema está presente y requiere un arreglo rápido, ya que estos casos que ocurren cada día en los programas de entretenimiento televisivo y la conducta de los estudiantes en instituciones educativas son cada vez más frecuentes.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes de la investigación

2.1.1.- Investigación a nivel nacional

Centeno (2016) “**Tv Basura: El Caso de los Programas Juveniles Combate y Esto Es Guerra.**”, realizó una investigación para establecer el Grado Profesional de Licenciatura en Comunicación Social, de la Universidad Nacional de San Marcos. Lima - Perú, tuvo como objetivo general: Analizar la sustancia de los proyectos jóvenes Combate y Esto es Guerra y evaluar su sustancia de salvajismo, sexismo, agitación, vergüenza y tristeza, especialmente para los jóvenes y adolescentes que gastan estos proyectos. En secundaria, los alumnos de secundaria del barrio infantil Niño Jesús de Praga Chorrillos.

Su filosofía distintiva y, además, una metodología cuantitativa, el problema es que los impactos de la utilización de estos proyectos, incluida la instancia de investigación, los proyectos jóvenes Combate y Esto es Guerra, incluyen algunos ángulos en la preparación de los observadores y adolescentes de los jóvenes. , entre ellos la distorsión de cualidades, la falta de importancia, el desvío, la desinformación, entre otros.

Estos últimos puntos de vista (desviación y desinformación) son quizás los más inseguros en el campo social, dado que los proyectos se convierten en componentes psicosociales que redirigen la consideración de jóvenes y jóvenes desde puntos extremadamente significativos, por ejemplo, cuestiones sociales instructivas. , e

incluso cuestiones gubernamentales. Contaminación financiera, política, y así sucesivamente.

Los impactos de la sustancia de los proyectos jóvenes Combate y Esto es Guerra, en jóvenes y adolescentes que son los principales compradores en los campos instructivo, social, social e incluso político. Tomo como comprador la porción Consumidor: jóvenes y jóvenes. Tiene una investigación expresiva y, además, una metodología cuantitativa tiene un objetivo general, por ejemplo, Analizar la sustancia de los programas juveniles Combat y This is War y examinar su sustancia del salvajismo, el sexismo, el jaleo, la indignación y la tristeza, especialmente para los niños. y adolescentes que devoran estos proyectos. Correcto en estos segmentos sería el misterio de la realización de estos proyectos, que ha llevado a los canales de televisión a masificar sus recomendaciones sobre sustancias, diversión y todo lo que se considera una televisión basura. Un primer compromiso es sistematizar los datos que están dispersos de diferentes artistas sociales, sociales y políticos, y descubrir los tomahawks que los interconectan para trazar la circunstancia con mayor exactitud y criterios de diferentes órdenes. Además, la investigación está rodeada de un punto poco común, cuando se alzan voces de la sociedad común contra la supuesta televisión basura que se ejemplifican en actividades sólidas, por ejemplo, la comisión recientemente formada contra tales proyectos del Colegio de Periodistas de Lima.

Esta es una batalla que inicialmente incita a las televisiones a que se midan a sí mismas en la dispersión de su sustancia, especialmente en las horas de seguridad de los niños, proponiendo un ajuste en el discernimiento de los observadores con el objetivo de que no sean vistos como simples compradores. De su programación, sin embargo,

como nativos dinámicos. Además, se iniciarán actividades para tratar de aclarar los problemas entre los residentes acerca de los peligros de devorar ciertos proyectos que se comunican en la pequeña pantalla. La Defensoría del Pueblo, al igual que los diferentes establecimientos de la sociedad común, se han unido a esta cruzada, guiando sus quejas a la organización de los publicistas, que son los que refuerzan los programas con alertas, por ejemplo, los que están bajo examen. Además, esta batalla, que se une a otros esfuerzos de los residentes, por ejemplo, el "corte de energía de los medios de comunicación", se identifica con los desafíos de algunas reuniones contra diferentes proyectos considerados como basura TV, similar a la del programa La Paisana Jacinta, que disiente Soportó un golpe financiero, al retirarse la promoción de la organización Colgate, uno de sus partidarios fundamentales. Días después del hecho, finalmente fue expulsado del aire después de una proclamación mundial, no exactamente dentro de las Naciones Unidas, cuyos cuerpos consideraron este programa como un ataque contra los derechos y el orgullo de la población en general. Se debe confiar en que otras organizaciones y fundaciones de apoyo se sumarán a estas cruzadas residentes, para ajustar la sustancia de proyectos como Combate y This is War, o para sacarlos del aire. Del mismo modo, hay esfuerzos en otra dimensión, por ejemplo, el virtual, donde las reuniones de nativos se organizaron en reuniones de la organización informal Facebook, lograron el final de la página de fans de estos jóvenes proyectos por parte de una organización similar para demostrar que dañan los principios de esta red.

Núñez (2015) En su trabajo de investigación titulado: **“America’s Next Top Model: Análisis del Potencial Carácter Formativo de un Reality Show de Belleza”** Investigación completada para elegir el nivel de Licenciatura en Comunicación Social, de la Universidad de Piura-Perú.

En cuanto a la estrategia para analizar el drama televisivo sin guión del siguiente modelo estadounidense principal, el examen de contenido se utilizó como un procedimiento de exploración, que se presenta al considerar los pensamientos realizados en un material abierto y luego de medirlos. Además, su sistema permite y autoriza al analista a digerir y traducir el ejemplo más allá de su sustancia expresa. En este examen se completa la investigación de la sustancia de los comentarios hechos por los jueces con respecto a cada uno de los miembros. El objetivo de este examen no es evaluar el tratamiento de buen gusto o la estructura de la cuenta del programa, sino abordar el origen de la magnificencia que se transmite en este drama televisivo sin guión a través de los comentarios que hacen los jueces, ya que esta es la perspectiva. Eso confirma mejor la originación que se transmite de la excelencia en el programa. Como hemos visto en áreas pasadas, el drama televisivo sin guiones como un tipo puede identificarse con una sustancia repugnante y desagradable para indicar aspectos destacados comunes del mundo real y para hacer un mal uso del interés de partes privadas y acogedoras de los miembros; Sin embargo, después de realizar el examen, encontramos que en las evaluaciones de los jueces del Top Top Model de Estados Unidos se cumplen muchos ejercicios que incluyen claramente la visualización. No hay referencias a la seguridad o protección de los miembros, todos los comentarios cumplen con la motivación detrás del desafío. En conclusión, las áreas del pasado se han extendido en una estructura hipotética que sustenta la técnica de exploración utilizada para desglosar la realidad del siguiente modelo topográfico de Estados Unidos. Lo que se buscó reconocer en la investigación es si la sustancia de esta realidad de magnificencia podría tener un mensaje que dé preparación y desarrollo al observador que lo devora. En este sentido, con el examen se puede decir muy bien que el drama

televisivo sin guión tiene, desde la proposición subjetiva, una etapa inicial con una visión básica de la magnificencia. La magnificencia es el motor del drama televisivo sin guiones que se examina, sin embargo, no es solo una excelencia física y superficial, sino un aturdidor que tiene las peculiaridades de haber sido educado con la ayuda de jueces, donde la identidad y el carácter del competidor también se estiman. .

2.1.2.- Investigación a nivel internacional

Santos (2010) En su trabajo de investigación titulado: “**Influencia De La Televisión En El Alumnado De Tercer Ciclo De Primaria En El Ámbito Rural Y Urbano. Estudio De Casos**” Terminó de solicitar el título de experto de Magister en Comunicación Social, de la Universidad de Málaga. Málaga, España.

El tipo de investigación que se realizó fue Planificación y avance del examen. 1) Se caracterizó el centro de exploración, seleccionando este tema: Consumo e impacto de la televisión en jóvenes (de tres reuniones, una de la región rústica y dos de la región urbana). Tercer ciclo de primaria, para ello conoceremos su condición social, familiar e instructiva. El método más efectivo para comprender y utilizar este impacto para mejorar la calidad instructiva. 2) Las consultas subyacentes fueron contempladas: ¿Cómo afectan los medios de comunicación y la televisión a las vidas de los jóvenes? Qué programas ven los niños, qué cualidades tienen, qué tienen que ver con el mercado, son los privilegios básicos del menor considerado, si ven programas que no son apropiados para su edad, aclaran a los adultos lo dudoso ¿Sustancia, son salvajes, son chovinistas? ¿Cómo instruir "en los medios" y "con los medios" (tanto en la familia como en la escuela) para disminuir o eliminar los impactos negativos de la naturaleza sobre las personas? Competencia en el ámbito de la imagen. Poco tiempo después, se han incluido

más consultas a lo largo del trabajo. 3) Fuentes y estrategias para la recopilación de datos. Hemos trabajado con las fuentes que lo acompañan:

El objetivo era apoyar a los instructores, a la red instructiva y a la sociedad para que comprendan la manera en que los medios de comunicación y la televisión influyen específicamente en la vida de los niños, para reevaluar las leyendas de la televisión.

Percepción de la reunión de estudiantes de menor edad, tomada del diario de la escuela de la clase (en relación con el impacto de la televisión en sus prácticas, mentalidades, etc.).

Percepciones del personal alentador de los enfoques examinados. Percepción a través de la articulación amante de la diversión y explícitamente a través del juego sensacional. Representaciones realistas: ilustraciones, divertidos, generación de papel. Siendo el ejemplo, las escuelas primarias en el área de Málaga, logrando un final, actualmente los niños utilizan más pantallas (web, juegos de computadora, televisión, etc.) que resultan en entusiasmo y evitación más prominentes. Las pantallas múltiples continúan desalojando cada vez más otros ejercicios de contacto directo, especialmente las diversiones habituales.

Rosa (2010) En su trabajo de investigación titulado: “**Calidad Televisiva y Mala Televisión**”. Comunicación y periodismo, de la Universidad de Bellaterra- Barcelona - España.

Programas titulares en las cadenas de televisión españolas "Realizado para recoger el título de experto en Doctorado en Comunicación y Periodismo, por la Universidad de Bellaterra - Barcelona - España.

El marco de la televisión española avanza y se adapta a las nuevas ocasiones, a los nuevos avances y al método para crear organizaciones convencionales para ajustarlas a un grupo de espectadores con intereses diferentes que lo solicitan. En cualquier caso, de vez en cuando es importante analizar el trabajo de la televisión y el milagro si realmente hay una oferta televisiva de calidad, separada e imaginativa, que parte de la televisión sin guiones y la sustancia de "basura" para atraer a la gente. A finales de la primavera de 2013, la última empresa de postgrado "La calidad televisiva. Cerca de la investigación de las noticias Telenotícies Vespre y Noticias Cuatro". La investigación surgió al finalizar el Máster en Reserca en Comunicación I Periodismo de la Universitat Autònoma de Barcelona. La decisión del punto fue inspirada por dos razones. En cualquier caso, parecía que las noticias sobre ocasiones, al igual que las imágenes expresas sobre sexo y salvajismo, abrumaban las noticias del día a día. Comprendí que, durante un par de años, el lenguaje de los conductores, la representación de las noticias, la realidad y la meticulosidad de los columnistas en medio de la comunicación de las noticias habían cambiado. Los datos sobre cultura, instrucción o minorías sociales se enviaron a un segundo plano, en su lugar, las noticias sobre los personajes de la narrativa social, las ocasiones o los eventos cataclísmicos, las escenas de maldad, a pesar de la descarga de dinamita y las imágenes ostentosas.

El objetivo de esta teoría propone una forma progresiva y exhaustiva de abordar las metodologías hipotéticas y el contexto en el que se desarrolla la discusión universal

sobre la calidad de la televisión. El objetivo del examen es decidir una progresión de factores que podrían ser importantes para las revistas como tipo de estimulación.

Teniendo en cuenta los atributos de la calidad y la "terrible" televisión, que obtendremos después de la modificación hipotética y que nos ajustaremos a las configuraciones de la diversión, a través de un examen exhaustivo, lo más probable es que evaluemos si en el marco de la televisión española la idea de este tipo de revistas, en cada vacante de horario, cumple con los criterios de calidad acumulados.

El examen mencionado anteriormente esperaba recuperar la investigación más aplicable en la que, a lo largo de los años, se había contemplado la calidad de la televisión, aplicando y creando criterios de calidad de manera subjetiva y cuantitativa. Fue, de esta manera, construir una aventura grabada en la que se nos miró con la molestia de tipificar una progresión de parámetros que, en un tema, por ejemplo, la calidad de la televisión, donde se presentan las decisiones individuales, se confunde excepcionalmente.

Al final: de manera similar, telebasura no es una clase en sí misma sino "la corrupción que ocurre en casos y proyectos específicos" de los principales derechos y cualidades basadas en el voto (CAC, 2006: 3). En relación con esta metodología, la sustancia de la televisión de calidad "horrible" tiene su comienzo en un entorno en el que gana la ventaja monetaria y se obtiene el registro más asombroso del grupo de espectadores antes de la generación y emanación de la sustancia de valor, ya que es más sencillo contactar a la reunión de personas con temas poco profundos, emocionantes,

sombríos y asombrosos que con temas que infieren una fijación, un examen o un pensamiento básico más prominentes. En este sentido, los nuevos calendarios de correspondencia permiten a los proyectos recibir una progresión de recetas y criterios que los separan de la creación de "buenos" televisores, a pesar de que Jorge Javier Vázquez afirmó en la reunión de Risto Mejide en Viajar con Chester (19 / 10/2015) 63 que Sálvame no era telebasura sino más bien televisión rápida; "Un televisor para ser devorado en este momento lo ves y eso es todo. En ese momento no lo miras".

2.2.- Bases Teóricas

2.2.1.- La televisión

Hoy podemos ver que este método de correspondencia es una parte de nuestras vidas y es uno de los aparatos básicos de nuestra forma de vida, independientemente de si satisface un trabajo positivo o negativo, se ha demostrado que la televisión ofrece un ejemplo. de conducta.

Cabe destacar que existen muchas investigaciones en el área de capacitación que han demostrado que la televisión afecta el desarrollo de la cultura en los jóvenes; y que por lo tanto están consiguiendo una visión distorsionada del mundo. Mientras tanto, esto se debe a que, en general, los niños grandes se acercan a la pantalla sin la supervisión de un adulto.

Una prueba increíble del impacto negativo de ciertos programas de televisión se debe a la forma en que la sustancia de la mayoría de los mensajes que transmiten está en oposición a las actitudes y cualidades edificantes que se expresan en el campo instructivo.

Evidentemente, persigue que, a pesar de todo el deseo del guionista, o del ingeniero de software, quien busca lo que puede tener una opresión financiera más prominente, gane.

Se muestra que la fase en la que los proyectos de los niños tienen el mayor impacto en los jóvenes se encuentra en el rango de 3 y 13 años, lo que implica que se esfuerzan por parecerse a estas generalizaciones que se muestran en la pantalla. Esto implica que la televisión puede desempeñar un trabajo excepcionalmente positivo al igual que negativo en la instrucción esencial de los jóvenes.

Los tipos de proyectos que representan el peligro más grave para la instrucción en los jóvenes son aquellos en los que se incorporan la crueldad, la insistencia o la falta de consideración hacia los demás, regularmente estos estados de ánimo se introducen de forma cliché, como si se tratara de un desvío o algo así. divertido.

Como lo indicó Carlos Lomas: "Una generalización es una imagen regular o una suposición acerca de los individuos y las reuniones sociales que crea muchas implicaciones colosales convincentes en el aprendizaje de métodos para ver y entender el mundo. Las generalizaciones no son irreprochables por el hecho de que difundir una visión desenmarañada de la realidad a la debilidad de otros métodos cada vez más complejos para conseguir individuos y reuniones sociales ", lo que demuestra el gran peligro de una generalización en el campo de la instrucción; ya

que las generalizaciones en los jóvenes son considerablemente más difíciles de eliminar que cuando los individuos son adultos.

El resultado genuino de estas generalizaciones es llegar a creer que solo por la realidad de ser incesante es típico y de esta manera es correcto. Por otra parte, no debemos pasar por alto que la televisión tiene la capacidad de hacer que la franja entre nuestro mundo y la que ofrece la televisión desaparezca; Esa es la razón por la cual la transmisión de cualidades y normas de conducta positivas es significativa.

Así que no debemos dejar la utilización del lenguaje delicadamente, ya que el lenguaje tiene la capacidad de dar forma a los marcos de la mente y ofrece una visión específica del mundo; Esto resulta ser cada vez más significativo cuando los niños se relacionan con características específicas según lo indicado por lo que se introduce en la pantalla. Posteriormente, debemos aclarar que los niños se sientan frente al televisor, pero además comprenden y retienen la sustancia que los intriga. En este sentido, no es difícil establecer que, dado que el chico reconoce lo que le intriga, la razón que lo impulsa a mirar la televisión es la diversión sin adulteración o la ausencia de opción, como lo demuestran Ladeveze y Pérez Ornia.

Como lo indica el Informe de Pygmalion mostrado por la Fundación Infancia y Aprendizaje en 2004, verifica que en algún lugar en el rango de 2 y 5 años hay un incremento dinámico en la consideración del tipo con respecto a la TV. A los 4 años de edad, sea como sea, está preparado para lo que no está publicitando. De

los 6 a los 8 años de edad, esta consideración televisiva se desarrolla y, junto con ella, la capacidad de comprender su contenido.

Ningún maestro cuestiona la estimación de lo que pretenden los guardianes entre el niño y la pantalla; en vista del hecho de que la familia está por fin a cargo de hacer de la TV un vehículo suficiente para la adquisición de cualidades morales, buenas y sociales; Asimismo, se encarga de transformar la TV en un instrumento adecuado de socialización.

Han aparecido muchas investigaciones que la mayoría de los guardianes no juegan con precisión su capacidad de intercesión y, por lo tanto, no satisfacen adecuadamente su compromiso de enseñar a sus jóvenes en sus asociaciones con la televisión.

Una vez más, una prueba de que la discordia es la propensión a mirar la televisión en horas de mayor edad es que los diferentes exámenes han demostrado que los guardianes no limitan lo que los niños pueden o no pueden ver; que propone que numerosos guardianes pueden recomendar cualquier cosa para una utilización útil, creativa y cada vez más activa de este medio.

Por ejemplo, una instancia intermitente de estas circunstancias que se ve en varias familias es que cuando los adultos necesitan ver algo que les decepciona a sus hijos, los envían a diferentes televisores, lo que le da al sujeto la opción sin límites de percibir qué hace. ¿te gusta?

Nacimiento y desarrollo de la televisión

Conocer el avance de estos métodos de correspondencia es fundamental para comprender qué es la televisión actual y cómo las revelaciones e innovaciones de numerosos personajes completaron la mejora de este increíble medio.

El término TV, desarrollado en 1900, tuvo su punto de partida en la fototelegrafía y se ha caracterizado por ser el arte de entregar momentáneamente una separación de una imagen inconfundible de una sustancia genuina o un disparo a través de un marco de transmisión de medios electrónicos.

Los comienzos del tiempo de televisión comienzan a partir de la revelación de selenio, un componente compuesto que fue encontrado en el año 1817 por el sueco Jacobo Berzelius, apto para entregar un flujo de electrones sin restricciones por la actividad de la luz, que se denominó fotoelectricidad y es la regla fundamental de la televisión. Más tarde, en 1839, Edmond Becquerel comprendió que cuando dos placas metálicas se sumergían en un electrolito, se creaba un potencial eléctrico entre ellas cada vez que una emisión de luz iluminaba el estanque de marea de la placa.

Estas dos revelaciones fueron fundamentales para despejar el camino para el marco de TV de vanguardia, aunque tal vez Berzelius y Becquerel nunca sintieron que sus revelaciones establecerían los estándares básicos de este medio significativo.

Más tarde, el francés Giovanni Caselli desarrolló el panthertograph que permitía enviar imágenes de una separación. Debido a Joseph May, ingresó en el campo de las celdas delicadas de la luz principal, logrando en 1877 un instrumento conocido como una celda Kerr, que permitía ajustar un pilar de electrones con una barra energizada.

En 1881, el británico Shelford Bidwell, un precursor en el campo de los componentes de investigación, diseñó el fototelegrafo Bidwell Explorer, a través del cual tenía la capacidad de transmitir contornos.

La primera prueba de transmisión e imágenes se realizó en el año 1884, gracias al tesoro alemán Paul Nipkow, quien imaginó, a través de la proyección de vigas de cátodo, un marco de círculo giratorio.

La farsa de la verdad

Desde antes de los años noventa, algunos creadores, por ejemplo, Eco (1986), destacaron el perfil de la nueva TV como "la sustancia del espectador", lo que produce un reconocimiento extraordinario con respecto a los espectadores que se sienten como los héroes de Las ocasiones que aparecen en la pantalla.

Actualmente observamos que esto se ha convertido en un componente típico de las diferentes posiciones de TV, como un activo confiable de las diferentes tragamonedas de TV con el objetivo de producir la mejor medida de amicability con el desafío.

Uno de este tipo de proyectos es el drama televisivo sin guión que depende de crear circunstancias distintivas a través de héroes notables con aspectos destacados y atributos como el observador, que produce esto está relacionado con el personaje que es progresivamente comparativo.

Lo normal para los dramas de televisión sin guión es que cambian toda la realidad en un programa y utilizan la vergüenza como el punto focal de la considerable cantidad de circunstancias que se muestran en el programa.

El formato

El logro de este tipo de proyectos, es que resulta de una combinación de reportaje, ficción, humor, dramatización, lo alegre y en su mayor parte el espectáculo. Por otra parte, funciona, con recursos de surtidos, por ejemplo, el cambio tópico por cuadrados, los visitantes percibidos en los diferentes medios, a pesar de la introducción de temas extraños, combinándolo con recursos de ficción, dramatización y, fundamentalmente, con la vida genuina, mostrando casos personales, poco comunes, no ordinarios, felices y diferentes tipos de circunstancias sensacionales. Este diseño de TV utiliza la estructura de los proyectos educativos de discusión, pero lo conecta con ecuaciones progresivamente participativas, para transmitir casos genuinos, descubriendo historias escandalosas, horribles, feroces, apasionadas e inconcebibles, y recuperando además el protagonismo de interminables sujetos sin rostro que no eran. esperado como un aspecto importante de la sociedad; Atributos que cada uno de los proyectos de hoy debe recibir para avanzar en concordancia.

Los protagonistas

Los héroes de este nuevo acuerdo se parecen en algo a los conductores y autoridades (independientemente de si se trata de especialistas, analistas o asesores legales) que se presentaron en los programas de discusión, que estuvieron a cargo del desarrollo de estas transmisiones.

Más bien, en la actualidad, el punto focal de consideración es el hombre y la dama de la ciudad, es decir, el nativo regular y cada uno de los individuos que durante un tiempo se evitó tener una cara y una imagen en la pantalla; y que ahora son héroes y estrellas, no solo por su audacia directa para aparecer en la sociedad en general, sino también por su atractiva capacidad en pantalla para retratar su existencia privada sin temor a un gran número de observadores.

Esto ha logrado doblar la vieja y genuina TV de la discusión educativa y temática, en una discusión extraordinaria y abstracta, donde lo significativo es la libre progresión de sentimientos y la experiencia individual es la principal certificación requerida para que estos espacios de TV logren la validez.

Las temáticas

La conexión entre el tema y el caso mostrado es básica, por lo que también es básico relacionar el tema con sus personajes individuales e incluirlos en choques sociales cada vez más amplios para que se utilicen de forma indebida y se extiendan de manera confiable en la medida de lo posible, logrando que el encuentro se juegue. por los miembros, el grupo de espectadores presentes y los

observadores; De lo cual los propietarios de transmisores y fabricantes practican esto ocurre, como lo indica la calificación.

Inicialmente, los problemas a los que se dirige el drama televisivo sin guión intentan, de manera confiable, colocar temas que a través de los personajes y las circunstancias permiten al observador ingresar a las existencias privadas de otros. También, sin lugar a dudas, para ciertas órdenes sociales que mantienen un pensamiento estandarizado como una ética razonable, su crack absoluta y su enfrentamiento.

El tratamiento

En el tratamiento de los temas tratados en estos proyectos, podemos encontrar un estilo particularmente superficial e intrigante, según la antigua ecuación de la clase sensacional de TV, para que el espectador se relacione con la persona en cuestión y la tarea contra el adversario, a través del control. De los sentimientos del observador y de los visitantes.

La siguiente fase del tratamiento es la elección pasada de los personajes de cada caso, esto se ayuda a través de reuniones pasadas para que el competidor verifique el atractivo de su televisor ante la cámara y pruebe su capacidad para verbalizar y sensacionalizar sus declaraciones, lo que es realmente clave. Prestando poco respeto a si la historia es válida o no.

La farsa de la verdad

Touraine (1997) nos revela que el motor que anima y mueve el drama televisivo sin guión es el espectáculo y la presentación de la existencia privada de otros, lo que plantea cuestiones importantes sobre los puntos de corte entre la población privada y general, al igual que Ideas de realidad y tergiversación.

Es todo menos una cuestión de negar o garantizar si un caso es válido o en el caso de que un programa sea más genuino que otro, sin embargo, aceptar que estos proyectos dependen definitivamente de la broma como su encarnación y como su verdad solitaria.

Una parte de los ejemplos de estos programas de televisión en nuestra nación fue el de los medios de comunicación Laura Bozzo, que exhibió casos que la mayoría de las veces no eran válidos y que los héroes todavía estaban pagados para declarar lo que necesitaban y cómo lo necesitaban para hacerlo. dicho.

La verdad de la farsa

Ferrés (1996) hace referencia a que, dejando de lado el tema de la realidad o la mentira de estos proyectos, es preocupante ver el poder con que este tipo de proyectos impactan a nuestro público en general.

Es un arreglo de poder extraordinario que podría utilizarse para demostrar toda la emergencia e integridad de las cualidades de nuestro público en general.

2.1.1.1 La televisión comercial peruana actual Características de la televisión comercial de señal abierta

La televisión es un destacado entre los métodos más disponibles para la correspondencia en nuestra nación, dado que además cubre las regiones menos afortunadas y tiene más impacto que otros medios debido a la oficina que necesita para captar la consideración del observador entregado por la imagen en movimiento y rapidez.

La televisión independiente de cualquier otra persona no da instrucciones, ya que no presenta suficientes alternativas para proyectos positivos aparte de ser de naturaleza comercial, lo que implica que la sustancia que transmite no recibe mucha atención.

El espectador y la televisión

El observador tiene permitido elegir la sustancia que necesita ver y la conecta con sus encuentros sociales e individuales. Sea como sea, debido a la ausencia de planificación instructiva y poca información de la mayoría de los espectadores, se limita a la búsqueda de estimulación y desviación.

La influencia de la televisión

El impacto que la televisión tiene en los observadores no es ilimitado, a pesar de ser extremadamente amplio, a pesar del hecho de que obliga al espectador a un borde específico de los sujetos.

Los programas de televisión que tienen mayor acuerdo influyen en la identidad de las personas con poca profundidad. Los programas de datos y conclusión impactan a los observadores en el caso de que estén en armonía con la mentalidad del nativo.

Las telenovelas y la sensibilidad popular

Los limpiadores musicales obtienen una asociación con la razonabilidad exagerada de la población general, esto se logra comúnmente con la multiplicación de todos los temas inclusivos, por ejemplo, el triunfo de los humildes de color polvo, lo que causa la prueba distintiva del observador.

Mientras tanto, la telenovela es un arreglo que controla los sueños generales y es increíble.

La televisión y los menores

La televisión afecta a los niños una tonelada debido a la separación que experimentan los efectos negativos de los tutores y la ausencia de una preparación legítima, tanto en la escuela como en el hogar.

Asimismo, influye en la conducta y las cualidades, debido a la ausencia de dirección de los mayores y al impacto de la condición social. Por otra parte, es deber de los guardianes del hogar, la sociedad y el gobierno elevar los criterios y obligaciones en relación con el enfoque de la televisión empresarial hacia los menores.

La televisión y los valores

En la actualidad, la enseñanza de cualidades en menores está en una emergencia, a pesar de que sobrevive de la familia, la escuela y la instrucción. Desde un punto de vista, la televisión hace una imagen de la nación, refuerza el aprendizaje de los trabajos sociales, potencia el avance y abre nuevos horizontes; Por otro lado, la televisión adquiere salvajismo y puede influir en los estimados.

La televisión y la promesa de mejorar la vida de todos los peruanos

La televisión no presenta este problema es importante para la idoneidad política y financiera de la nación.

La televisión, la solidaridad y el egoísmo

La televisión no demuestra solidaridad con la profundidad, ni la incita; a pesar de lo que podría esperarse, una gran cantidad de sus mensajes difunden el egocentrismo y el libertinaje.

Balance de la televisión

La televisión de bandera abierta de negocios ofrece un desvío progresivamente disponible para las personas en general, lo que se suma a la unificación de la nación, además de respaldar la modernización, la globalización y el avance.

No obstante, se queda corto en un empleo de desarrollo y no tiene suficientes espacios instructivos y sociales; de manera similar, no indica numerosas partes positivas de nuestra existencia, ni se agrega a la disposición de los problemas en nuestra nación.

Medidas para mejorar la televisión

La televisión de bandera abierta de negocios podría ser un instrumento decente que se agregaría a la parte de capacitación, fomentaría la cultura y la emoción del sonido, brindaría datos de objetivos, cultivaría cualidades, avanzaría y se solidarizaría.

Para lograr esto, es básico tener un sistema administrativo que reflexione sobre las normas morales que administran e implementan este medio. Esto también podría hacer avanzar la inversión de las universidades y los recursos de correspondencia para realizar proyectos instructivos y sociales en ciertos desvíos de bandera abierta para los observadores, especialmente los jóvenes y los niños.

2.1.1.2 Programas Televisivos de Entretenimiento.

Todo comienza con la divulgación de selenio por Jöns Jakob Berzelius en 1817, un metaloide que décadas más tarde se convertiría en el componente básico para el ensamblaje de la placa de Nipkow y la estructura de otra creación: la televisión.

En sus inicios, la televisión no fue traída al mundo como creaciones diferentes ante una necesidad social o humana. La verdad sea dicha, el desarrollo y la necesidad surgieron al mismo tiempo, a la luz del hecho de que la principal utilidad que se tuvo en cuenta para proporcionar la transmisión de imágenes fue el envío de archivos. Según lo expresado por Aguaded (1998, p.150), el nuevo desarrollo se planificó más en un suplemento innovador con ayuda visual de radiotelegrafía remota y no en la transmisión gigantesca de imágenes con fines de estimulación, lo que lo convertiría en una maravilla social y mecánica para nuestro día. En todo el mundo, la televisión comenzó su extensión durante la década de 1930 en las naciones más impulsadas de manera innovadora en ese entonces: Gran Bretaña, Alemania, Estados Unidos y más tarde Francia y la entonces Unión Soviética.

Para nuestra nación, la televisión llegó casi dos décadas más tarde, conectada en la cadera con personas de negocios remotas y nacionales. En enero de 1958, las imágenes principales se produjeron en el par de televisores que se habían ganado en ese momento.

Para comprender el punto de partida de la televisión peruana, Gargurevich (1987, p.182) informa que esta nueva industria se concibió en nuestra nación como una manera de vender cosas de uso masivo "y sin tratar de camuflar su trabajo de distanciamiento y torsión del mundo real. . "

Desde su inicio, los propietarios de las estaciones de TV privadas han aplicado un peso sólido contra las administraciones de la época para obtener

beneficios en las importaciones de hardware, sin embargo, en cada admisión legítima para abusar de este nuevo modo solo para fines comerciales, dejando de lado lo instructivo. y los resultados sociales de esta amplia comunicación (Gargurevich, 1987, p.184).

En lo que respecta a la sustancia en sí, la televisión peruana, como en el planeta, se mantuvo desde el primer punto de partida de los programas de emoción, al igual que las noticias y los programas de televisión que fueron un ajuste visual de los conocidos dramas musicales de radiodifusión musical que dominaron hasta la década de los sesenta.

Sin duda, la característica de la televisión desde su inicio son los programas de estimulación. Como Vivas (2008, p.323) sostiene apropiadamente, este tipo de programa es la "costumbre oficial" de la televisión.

El original de los programas de entretenimiento llegó a su fin durante los años 70, en medio de las tensiones de la incautación de canales de televisión por parte del Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas impulsado por Juan Velasco Alvarado. Después de más de un tiempo de avance comercial, la televisión peruana fue rechazada con la irrupción de los militares en la legislatura en 1968, y con ello el desarrollo de una especie de televisión que buscaba su personalidad real entre los anuncios en vivo, las telenovelas de La exportación y los proyectos de retos y reuniones que comenzaron a aumentar la audición.

Entre las figuras extraordinarias que fueron expulsadas de la televisión peruana durante los años 70 por peso de la autocracia militar se puede mencionar a Pablo de Madalengoitia, quien estaba liderando un proyecto atractivo llamado Tú eres el juez, y Juan Salim con su personaje juvenil, el tío Johnny, dirigido por Los reformadores del marco instructivo, ya que no encajaba dentro de los nuevos mandatos patriotas (Vivas, 2008, p.324). Sea como sea, Pablo regresó en 1977 a la pequeña pantalla a través de América TV con un programa efectivo de desafío social llamado Lo que merece la pena conocer, una de las mejores referencias en este tipo de desafíos de información en la nación. Mucho tiempo después, lideraría otros proyectos comparativos, en la nueva televisión de pantalla: El tema de los 10 millones (1982-1983) y El tema de los 25 millones (1984-1985).

Otro personaje increíble de la TV de estimulación en el Perú fue, sin duda, Augusto Ferrando. Haciendo una auditoría de su vocación, Vivas (2008) piensa en las explicaciones detrás de los retrasos que permanecen en la pantalla de su programa de Trampolín a notoriedad durante casi tres décadas:

Los años 70 fueron los largos tramos de Ferrando. Fue el principal ejemplo de televisión salvaje descargado del paraguas de Augusto Ferrando Chirichigno (1921-1999). Estableció la inclinación cariñosa y humildemente humillado, con una charla oficial y demagógica.

Ese fue su extraordinario capital de intercambio con la organización y con el poder. El zambo era el as de la batidera, esa capacidad para caracterizar y esclavizar al otro en la cofradía ancestral de la inteligencia.

Ferrando era populista, se podría decir, en lugar de político, individual y personal, y de negocios, ya que vio en todos los aspectos tempranamente la idea comercial de su oficina informativa para incorporar más fácilmente que Kiko, Pablo y el tío Johnny publicitando con entusiasmo. Se puede decir con toda la convicción de que Ferrando rompió los planes en la televisión peruana, dejando de lado las convenciones que aún ganaron debido a la parametrización y el tiempo, y construyendo una carretera y un lenguaje general que no se había presentado enormemente en nuestras pantallas, aparte de ciertas Fragmentos de muestra parodia, por ejemplo, Risas y Salsa. Para mejor o para peor, Ferrando denotó un momento definitorio en el método para vigorizar y hacer la estimulación televisiva en Perú, previendo dos décadas a dramas televisivos sin guión y programas sindicados.

En este registro, no podemos dejar de hacer referencia a los proyectos de damas de la mañana y temprano en el día, que deleitaban de forma saludable hasta los años 90 la gratitud a Linda Guzmán (familia de buenas tardes), Meche Solaeche (mujeres en el planeta), Camucha Negrete (Camucha y tú, y Utilísimas con Solaeche) y obviamente la "Reina del nodía", Gisela Valcárcel, una marginada de 24 años que asumió el control de este calendario y lo mantuvo durante bastante tiempo con su programa Aló Gisela (1987) a través de la televisión panamericana.

Para Vivas (2008, p. 343), este programa fue concebido como un ítem normal, ni refinado ni local o indecente; Ni joven ni en todos los aspectos noble; ni tranquilos ni excepcionalmente estridentes. Utilizando un teléfono y con una

conversación complementaria y digna con su grupo de espectadores, Gisela se dio cuenta de cómo ganar la compasión de una amplia gama de observadores.

2.1.1.3 Evolución de la televisión basura en el mundo y su incursión en el Perú:

Hay algunas historias que implican aclarar la causa de la basura televisiva, sin embargo, tal vez la que más intencionalmente se parece a su quintaesencia, incluido su nombre, es lo que relaciona la utilización de la basura y los restos de las casas de personas aclamadas y populares. en el programa. por Geraldo Rivera, el columnista estadounidense *Geraldo Rivera Show*, con el punto de que estos residuos de la unidad familiar descubrirán algunas partes oscuras de personas famosas.

Durante más de 10 años (1987-1998), esta "invasión" de las cámaras de este programa en los frascos de residuos del famoso hechizo un gran número de estadounidenses que estaban sentados muy cerca de él en cada edición de "nuevas revelaciones".

Según lo indicado por Maydana (2012), debido al logro logrado en la reunión de personas, diferentes proyectos también recurrieron a estas trampas para obtener una calificación, mientras que otros lo recibieron hábilmente y pasaron los tachos: comenzaron a sumergirse en las existencias privadas. De los VIPs que buscan indignaciones y tragedias, y defendiéndolos, no descubres nada. Este es el medio por el cual se desarrolló la maravilla de Trash TV o basura TV en los Estados

Unidos, que se extendió a todas las posiciones de TV: noticias, programas, desafíos y, lo más importante, programas sindicados y dramas de televisión sin guiones, que encajan perfectamente en su forma.

Uno de los mejores tipos de este tipo de proyectos bajo la configuración de un programa de televisión, es el artista estadounidense, concebido en el Reino Unido, Jerry Springer, quien en su programa busca las tragedias de sus visitantes, individuos convencionales que cuentan libros. e historias impactantes (desleales, comportamiento agresivo en el hogar, niños entregados, etc.) y con frecuencia terminan en abusos y golpes que crean una tonelada de calificación y beneficios para los creadores.

Conectada en la cadera con estas organizaciones, la basura televisiva avanzaba y se presentaba en todo el mundo, y Perú no era ajeno a esta intrusión de la pequeña pantalla que nunca más requería personas célebres, sin embargo, personas comunes que, por consiguiente, demuestran su valor real. o falsas dramatizaciones, crean atropellos, se casan y se separan y, a pesar de estar listos para enfrentar los golpes en un conjunto, entre diferentes actividades que saltan sobre los creadores y periodistas de estos proyectos.

Sin lugar a dudas, Laura Bozzo destacó entre los mejores partidarios de este tipo de proyectos en el país. Después de un par de largos períodos de realización de Intimidades en Panamericana Televisión, comenzó lo que más tarde podría ser una maravilla nacional, sin embargo continental: Laura en América, a través de la estación de rivalidad de América Televisión. Vivas (2008, p. 405) relata que,

desprovista de dudas y lealtades, Laura Bozzo, poco a poco, en realidad golpeada por gritos, superó a sus ancestros y modelos globales, Cristin Saralegui y Jerry Springer, convirtiéndose en el momento en un tarifa "artículo".

El elemento principal de sus proyectos son personas pobres, indigentes e impotentes; damas golpeadas o abandonadas por sus cónyuges, quienes al fin, a raíz de derramar lágrimas y juramentos de derecha e izquierda, son aludidas a la ONG (Familia Solidaria) que ella ha formado con la ayuda del canal para obtener un supuesto legítimo, Ayuda medicinal, social y monetaria.

La seriedad de Laura como "protectora" de las supuestas personas explotadas, su grito de agradecimiento y las aclaraciones que con el debido respeto hacen que lo que se dice "lamentable" (según califique) están tan bien equipados que derrotan la verdad. Claramente, todo es eficiente mediante la creación del programa y, según las pruebas, aparecen diferentes informes, se trata de espectáculos fabricados o en los "mejores" casos mal representados en la medida de lo posible para lograr un efecto más prominente en la reunión de personas (Vivas, 2008 , p. 408).

Este programa, similar a otros de un tribunal similar, prospera bajo la administración de Alberto Fujimori, quien los cuenta, en ese momento se afirmaría ya que se suman a los propósitos de su nuevo nombramiento. Sea como fuere, no solo los programas sindicados o las sustancias se benefician de los favores del gobierno actual, sino también proyectos de desafíos, dramas musicales de limpieza y tatuajes VIP, como en la cuenta de Magaly TV.

Después del fujimorismo, la televisión de la basura se las arregla en algunas configuraciones y ahora está reforzada bajo la seguridad de los partidarios. Después de dejar la nación de Laura Bozzo, luego de mantener la captura de la casa para obtener ilegalmente efectivo de Vladimiro Montesinos y partidarios caídos que se unieron a la rutina, proyectos de chismes y sustancias de diferentes tipos, particularmente aquellos coordinados para una reunión juvenil e inmadura de personas que terminan arrastrando un fragmento expansivo de niños.

Hay algunas historias que implican aclarar la causa de la basura televisiva, sin embargo, tal vez la que más intencionalmente se parece a su quintaesencia, incluido su nombre, es lo que relaciona la utilización de la basura y los restos de las casas de personas aclamadas y populares. en el programa. por Geraldo Rivera, el columnista estadounidense Geraldo Rivera Show, con el punto de que estos residuos de la unidad familiar descubrirán algunas partes oscuras de personas famosas.

Durante más de 10 años (1987-1998), esta "invasión" de las cámaras de este programa en los frascos de residuos del famoso hechizo un gran número de estadounidenses que estaban sentados muy cerca de él en cada edición de "nuevas revelaciones".

Según lo indicado por Maydana (2012), debido al logro logrado en la reunión de personas, diferentes proyectos también recurrieron a estas trampas para obtener

una calificación, mientras que otros lo recibieron hábilmente y pasaron los tachos: comenzaron a sumergirse en las existencias privadas. De los VIPs que buscan indignaciones y tragedias, y defendiéndolos, no descubres nada. Este es el medio por el cual se desarrolló la maravilla de Trash TV o basura TV en los Estados Unidos, que se extendió a todas las posiciones de TV: noticias, programas, desafíos y, lo más importante, programas sindicados y dramas de televisión sin guiones, que encajan perfectamente en su forma.

Uno de los mejores tipos de este tipo de proyectos bajo la configuración de un programa de televisión, es el artista estadounidense, concebido en el Reino Unido, Jerry Springer, quien en su programa busca las tragedias de sus visitantes, individuos convencionales que cuentan libros. e historias impactantes (desleales, comportamiento agresivo en el hogar, niños entregados, etc.) y con frecuencia terminan en abusos y golpes que crean una tonelada de calificación y beneficios para los creadores.

Conectada en la cadera con estas organizaciones, la basura televisiva avanzaba y se presentaba en todo el mundo, y Perú no era ajeno a esta intrusión de la pequeña pantalla que nunca más requería personas célebres, sin embargo, personas comunes que, por consiguiente, demuestran su valor real. o falsas dramatizaciones, crean atropellos, se casan y se separan y, a pesar de estar listos para enfrentar los golpes en un conjunto, entre diferentes actividades que saltan sobre los creadores y periodistas de estos proyectos.

Sin lugar a dudas, Laura Bozzo destacó entre los mejores partidarios de este tipo de proyectos en el país. Después de un par de largos períodos de realización de Intimidades en Panamericana Televisión, comenzó lo que más tarde podría ser una maravilla nacional, sin embargo continental: Laura en América, a través de la estación de rivalidad de América Televisión. Vivas (2008, p. 405) relata que, desprovista de dudas y lealtades, Laura Bozzo, poco a poco, en realidad golpeada por gritos, superó a sus ancestros y modelos globales, Cristin Saralegui y Jerry Springer, convirtiéndose en el momento en un tarifa "artículo".

El elemento principal de sus proyectos son personas pobres, indigentes e impotentes; damas golpeadas o abandonadas por sus cónyuges, quienes al fin, a raíz de derramar lágrimas y juramentos de derecha e izquierda, son aludidas a la ONG (Familia Solidaria) que ella ha formado con la ayuda del canal para obtener un supuesto legítimo, Ayuda medicinal, social y monetaria.

La seriedad de Laura como "protectora" de las supuestas personas explotadas, su grito de agradecimiento y las aclaraciones que con el debido respeto hacen que lo que se dice "lamentable" (según califique) están tan bien equipados que derrotan la verdad. Claramente, todo es eficiente mediante la creación del programa y, según las pruebas, aparecen diferentes informes, se trata de espectáculos fabricados o en los "mejores" casos mal representados en la medida de lo posible para lograr un efecto más prominente en la reunión de personas (Vivas, 2008 , p. 408).

Este programa, similar a otros de un tribunal similar, prospera bajo la administración de Alberto Fujimori, quien los cuenta, en ese momento se afirmarían ya que se suman a los propósitos de su nuevo nombramiento. Sea como fuere, no solo los programas sindicados o las sustancias se benefician de los favores del gobierno actual, sino también proyectos de desafíos, dramas musicales de limpieza y tatuajes VIP, como en la cuenta de Magaly TV.

Después del fujimorismo, la televisión de la basura se las arregla en algunas configuraciones y ahora está reforzada bajo la seguridad de los partidarios. Después de dejar la nación de Laura Bozzo, luego de mantener la captura de la casa para obtener ilegalmente efectivo de Vladimiro Montesinos y partidarios caídos que se unieron a la rutina, proyectos de chismes y sustancias de diferentes tipos, particularmente aquellos coordinados para una reunión juvenil e inmadura de personas que terminan arrastrando un fragmento expansivo de niños.

Como un aspecto importante de este procedimiento transformador de una TV confirmada por la guerra al pasar por calificación, el programa Combate se concibió en junio de 2011 para enfrentar el programa para adolescentes Habacilar, coordinado por Raúl Romero en América TV, que durante bastante tiempo Mientras que (2003-2011) condujo el espacio nocturno.

No en absoluto como Habacilar, que tenía miembros externos como miembros y era inequívocamente un programa dependiente de las rivalidades, Combate trajo como curiosidad (entre un número tan grande de) personas en disputa relacionadas con la estimulación del vecindario, a fin de obtener más consideración de la reunión juvenil de personas a las que está atendido, y además

presenta una configuración combinada que une rivalidades, rivalidades, música, pericia y exhibición física o más todo el espectáculo de cuentas genuinas o creadas de los miembros, en el mejor estilo de las sustancias.

En la temporada primaria no tuvo karma con la calificación, sin embargo, en la segunda temporada, entre octubre de 2011 y agosto de 2012, su karma cambió y terminó retirando a Romero del aire, asumiendo el control sobre el calendario.

En cualquier caso, en ese año equivalente, el canal del desafío impulsó un programa comparable, con conductores más jóvenes que Romero y con miembros igualmente conectados con la emoción. Un duplicado en casi todos los sentidos.

Desde ese momento en adelante, la hora de pre-horario de las 8:00 pm, cuando se inician algunas telenovelas (estaciones 4 y 9) y algunos programas de noticias (estaciones 7 y 8), se ha visto abrumada por estos dos proyectos que compiten con los jóvenes. La teleaudiencia, a pesar de depender de las actividades que se han abordado con crueldad, sobre la base de que se extienden en un plan de seguridad de Tyke.

Channel 2 (Latina) se ha esforzado por hacer un espacio alrededor de esa hora, entre las 6:00 pm y las 8:00 pm, con varios proyectos. Sea como fuere, después de un arduo esfuerzo por duplicar el modelo de Combate y This is War, con Titans, impulsó un programa progresivamente organizado, Street 7, nunca alcanzó la calificación de dos dígitos, por lo que fue expulsado del aire.

2.2.2.- La conducta

La conducta es una gran cantidad de manifestaciones de un hombre o una criatura, externa e inconfundible para su espectador. La conducta de un hombre descubre, más que sus palabras, sus reflexiones reales, sus motivaciones y sus creencias.

La Conducta Humana

La mayoría de los terapeutas de hoy coinciden en que el mejor objeto posible de las ciencias mentales es la conducta humana.

Sin embargo, por "conducta humana" se ven muchas cosas, además de tener la capacidad de comprometerse desde varias perspectivas.

La conducta humana es la batalla por la vida del infante prematuro. Artesanos, investigadores, educadores, funcionarios del gobierno, practican la conducta humana cuando aplican sus conocimientos y aptitudes a sus tareas relacionadas. La conducta humana es el sueño de un joven, las fantasías de lo juvenil, los viajes mentales del bebedor.

La conducta humana es sobresaliente, aunque sea mínima comprendida.

Cuando hablamos de conducta, insinuamos, inicialmente, a los inconfundibles y evidentes ejercicios reconocibles por los demás: su andar, hablar,

testicular, su día a día. Esta conducta se llama conducta obvia ya que es perceptible de forma remota.

Traducción lógica de conducta Para manejar cualquier problema humano, debemos tratar de comprender primero la conducta humana de una manera lógica.

Evento fortuito: para esta guía, toda conducta es causada, cumple con una razón. En una circunstancia determinada, continuamos de una manera y no de otra: como lo indica esta norma, debemos buscar la razón de esta singularidad de conducta en ocasiones pasadas y no en el resultado o reconocimiento de la misma.

Inspiración: toda conducta es persuadida por algo. Generalmente buscamos una razón en la conducta y, a través de ella, la conducta del hombre adquiere significado y puede ser descifrada.

Proceso de la Conducta Humana

Las prácticas contrastan entre sí sobre la base de que los sujetos: Se encuentran en diversas circunstancias. Tienen contrastes singulares, buscan diversos cierres. En otras palabras, cada procedimiento de conducta continuará con este curso: una actualización haría un seguimiento de la oferta individual y ascenderá a una conducta que incita al reconocimiento.

¿Qué es la conducta?

Comprendemos por líder la demostración ejecutada como respuesta a la actualización. Esta demostración incorpora consideraciones, desarrollos físicos, apariencia oral y externa, reacciones entusiastas.

El reconocimiento es el efecto secundario de la conducta, e incorpora el ajuste en la incitación, la supervivencia, la evitación ... El resultado del impulso de la conexión individual es la percepción.

De cada uno en la mejora, nos influye para verlo de una manera alternativa. Los acabados pueden ser interminables. Los métodos consistentes y generales para descifrar una circunstancia y responder a ella se denominan mentalidades.

La investigación de la conducta humana se retrata a la luz del hecho de que mantiene que la conducta:

Es causada y, de esta manera, para saberlo, deberíamos desglosar las ocasiones que la preceden.

Cambia con la idea del impulso y debe asumir la responsabilidad con él y las circunstancias en que ocurre; Del mismo modo, cambia con la idea del individuo, debe examinarse para ser comprendido y debe intentar conocer sus aptitudes, disposición, carácter, encuentros pasados. Las circunstancias, los contrastes singulares, las propensiones, las mentalidades y los cierres son la información clave que debe analizarse experimentalmente, a fondo, para comprender la

conducta humana. El punto de la investigación del cerebro es conocer a las personas deductivamente, para esto, observar su conducta o conducta.

Representa los tipos distintivos de conducta, reconoce cada una de estas estructuras y las reconoce de las otras, las clarifica y las descifra y, además, aplica este aprendizaje ordenado a los problemas de la vida terrenal.

El hombre transmite lo que necesita ser a través de demostraciones de directo. En caso de que podamos reconocer lo que hace un individuo y cómo lo hace, nos daremos cuenta de que es genial.

Los tipos de conducta son cuatro: disposiciones sustanciales, mociones, actividad y lenguaje.

La conducta de los individuos es una respuesta a las condiciones de vida. Afirmamos que estas condiciones establecen impulsos para nuestras respuestas.

La vida mística es dinámica, ya que el hombre responde a las condiciones con marcos mentales, señales, actividades y lenguaje reales. En cada una de estas respuestas hay algunos elementos.

Considerando: cuando articulamos con palabras la disposición de un tema.

Los reflejos son respuestas mecánicas y consistentes de los músculos y órganos, contra las mejoras físicas (luz, aturdimiento, contacto) sintéticas (el olor del sustento ...) e incluso clarividentes (un sentimiento salvaje provoca respuestas rápidas de los órganos suprarrenales).

En los reflejos, los refuerzos se transforman rápidamente en respuestas naturales. Los ejemplos de reflejos son: la respuesta de la rótula cuando reacciona a la mejora física de un golpe leve, la respuesta de los dedos de los pies cuando se extienden al aumento de la socavación en la planta de nuestro límite inferior, la respuesta del supleme que se ensancha o ensombrece según lo indicado por la medida de luz que entra en ella; La respuesta de los órganos salivales, que en consecuencia emiten más saliva, contrasta con la mejora mencionada por el olor de viandas deliciosas; la rápida respuesta de los órganos de la transpiración a la mejora de una sensación de temor o indignación.

Todas estas son respuestas mecánicas: ocurren sin la mediación de uno mismo. La capacidad de los reflejos es ayudar a ajustar con precisión al ser vivo a su condición.

Los instintos

Las criaturas son ricas en conducta natural. La gente, por otra parte, muestra malos sentidos. La supuesta conducta intuitiva se ha debilitado significativamente en el hombre. Lo que el hombre comparte prácticamente hablando con las criaturas

son las necesidades naturales, es decir, las fuerzas motrices para satisfacer ciertas demostraciones con las que se relaciona la protección de la vida.

Podemos caracterizar los sentidos como respuestas apresuradas destinadas a satisfacer las principales necesidades orgánicas.

Los impulsos cruciales del hombre son los que acompañan:

Los impulsos de preservación: piden al hombre que satisfaga su necesidad de alimentarse, de asegurarse contra el calor frío e innecesario, etc., lo incitan a escapar en consecuencia, indiscriminadamente ante los peligros, a la batalla cuando ella está Ineludible para salvaguardar la vida, y así sucesivamente.

Los impulsos de propagación: llevan al hombre a sostener la especie humana.

Los impulsos gregarios: activan al hombre para buscar al público en general con otros individuos.

El impulso intuitivo es natural en el hombre, sin embargo, la ejecución de una conducta instintiva, destinada a satisfacer necesidades orgánicas esenciales, se basa en la condición social y la identidad del sujeto.

Los hábitos

Cuando el ser vivo ha ganado capacidad de motor (por ejemplo, pasear), sucede que esta capacidad se repite en innumerables ocasiones en demostraciones de conducta. La propensión es una respuesta procurada (no innata) y moderadamente constante. Su capacidad es disminuir el esfuerzo de la voluntad (al pasear, no nos proponemos propulsar un pie y luego el otro), el esfuerzo de la consideración (no tenemos que centrarnos ni conocer los desarrollos que hacemos al pasear.) y considerando (no consideramos lo que estamos haciendo cuando paseamos).

La propensión comparte para todos los propósitos y propósitos con reflejos y sentidos que adicionalmente automatizará la conducta.

Apuntes sobre la conducta

Las bases de la conducta humana son fisiológicas y mentales: sobre la base de que el hombre es un compuesto de cuerpo y alma. El cuerpo establece el soma y el espíritu la mente. Esa es la razón por la que afirmamos que el hombre es una realidad sub-clarividente. Los elementos del cuerpo son contemplados por la fisiología y los elementos del espíritu son considerados por la ciencia del cerebro. Sería un gran error materialista imaginar que la conducta humana solo se basa en maravillas fisiológicas. Para ser el hombre una realidad mística, la conducta del equivalente se basa en componentes mentales y variables fisiológicas.

El reconocimiento mismo de la vida de cada sujeto, no la vida orgánica básica, sin embargo, la existencia que ejecuta como individuo desde una reunión

social, comprende la declaración de su identidad, una realidad que se conoce como directa.

La conducta es, en ese punto, la declaración de cada marca individual, es la manera en que cada uno entiende su propia calidad, cómo muestra lo que es. Todo lo que tiene la identidad de cerca, la conducta lo tiene de exterior: es una identidad similar, como se muestra; Es el método de ser, aparecido al exterior. Así, mientras se piensa en la identidad y la conducta como certezas correlativas (ya que cada método para ser comparado con un método para mostrar, o más claramente, cada ser se muestra a sí mismo), el tema de cómo explorar la identidad, como una excentricidad de cada uno. De los sujetos, se lo imagina al pensar en eso, siendo la conducción la proyección de la identidad, la investigación de eso es la ruta para el aprendizaje de esto. En esta línea, por ejemplo, la investigación de las apariencias de la visión nos permite acogerla por su monto; La información de las disposiciones de los sujetos nos impulsa a encontrar sus intereses, y así sucesivamente. La investigación de identidad se realiza a través de la investigación de conducta.

Obviamente, cuando se discute una investigación de la identidad a través de la conducta, aludimos a la parte mental de la identidad, a la luz del hecho de que, a pesar del hecho de que está compuesta por componentes místicos, pero además substanciales y prácticos, los últimos establecen una realidad sólida que se puede reconocer directamente, por ejemplo, peso, altura, meticulosidad, agudeza tangible, etc. La investigación de la conducta de esta manera nos proporciona el aprendizaje de algunas cualidades de identidad mental.

La motivación de la conducta

En general, las dos criaturas y las personas entran en ejercicios movidos por la primavera. La vida es un procedimiento de cooperación consistente entre el ser y la naturaleza en que vive. Toda conducta está controlada de esta manera por dos tipos de variables: externas, por ejemplo, impulsos o circunstancias externas, y otras internas, por ejemplo, la condición en la que los órganos y tejidos del ser vivo se encuentran en un minuto determinado.

Otros resortes de la conducta humana

El examen de los resortes de la conducta de las criaturas es muy simple, y se ha realizado en laboratorios de investigación del cerebro con resultados sorprendentes. En cualquier caso, la conducta humana es infinitamente más confusa que la conducta de la criatura. A pesar de los objetivos fisiológicos, o más, el hombre también se mueve por buenas motivaciones sociales. En este sentido, por ejemplo, el deseo de obtener la adoración y el respeto de sus familiares, el deseo de superar la popularidad y la grandeza, los sentimientos de respeto, de equidad, etc., se asoman regularmente como fuentes asombrosas de la actividad humana.

Los individuos se encuentran de vez en cuando en circunstancias complejas, en las que una gran cantidad de estos resortes de actividad intervienen, y una y otra vez son inconsistentes entre sí, son circunstancias de disputa.

Factores que intervienen en la conducta humana

Entre los elementos que interceden en la conducta humana, hay dos fundamentales, que son:

La conducta humana está dada por respuestas versátiles a las mejoras naturales. La investigación del cerebro examina la conducta del hombre desde la percepción de su conducta y sus condiciones.

En la conducta humana hay factores poderosos, por ejemplo, variables naturales y factores ecológicos o de socialización, los últimos aludiendo al impacto de la familia, los compañeros y la sociedad en la conducta de cada persona.

2.3.- Definiciones conceptuales

Telebasura: el término se usa regularmente para aclarar un método para imaginar la televisión caracterizada por la utilización de la aflicción, las ocasiones sorprendentes y las más delicadas como una estrategia para atraer a la multitud. La basura se puede caracterizar por los problemas que aborda, por los caracteres que muestra y pone en una vista más cercana y, lo que es más importante, por la forma contorsionada de lidiar con la que recurre para gestionar dichos problemas y personajes.

Concortv: Consejo Asesor de Radio y Televisión - Promoviendo grandes prácticas en la radio y la televisión peruana.

Reality show: Es una declaración del idioma inglés que tiene un uso continuo en nuestro idioma. La idea, que se puede descifrar como "exhibición del mundo real" o "exhibición del mundo real", alude a una posición de televisión que espera indicar las ocasiones genuinas que suceden a individuos acostumbrados en una ventaja específica.

Talk-Show: Un programa sindicado, como enfoca la interpretación estricta, es una televisión (programa o programa de televisión). Cualquier grupo de programas que se ajuste a esta definición se ajusta, desde reuniones hasta discusiones. Los proyectos de este tipo que ocurren alrededor de la medianoche se llaman espectáculos tardíos.

2.4.- Formulación de la Hipótesis

2.4.1.- Hipótesis general

Los programas televisivos de entretenimiento influyen negativamente en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”

2.4.2.- Hipótesis específicos

- Los programas televisivos de Reality Show influyen negativamente en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”.

- Los programas televisivos de Talk - Show influyen negativamente en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”.
- Los Programas televisivos animados influyen negativamente en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1.- Diseño metodológico

3.1.1 Enfoque

El enfoque de la presente investigación es Cuantitativo, porque describe las manifestaciones conductuales de los jóvenes, explica y profundiza la causa de ver sin supervisión alguna los programas de entretenimiento.

3.1.2 Tipo

El Tipo de Diseño es Correlacional tiene como objetivo para medir el nivel de relación que existe entre al menos dos ideas o factores, en un entorno específico.

3.1.3 Diseño

No experimental – corte transversal; es cualquier investigue cuáles son los factores difíciles de controlar o relega al azar a los sujetos o las condiciones ". En realidad, no hay condiciones ni mejoras a las que se descubran los sujetos del examen.

3.2.- Población y muestra

La población con que se trabajará corresponde a las 9 aulas del 3ro a 5to. Grado de educación Primaria del turno mañana y tarde del colegio 20820 Nuestra Señora de Fátima – Huacho, Por lo tanto, es muy importante y de gran ayuda para la población estudiantil saber hasta que dimensiones los niños pueden optar conductas negativas al observar programas de entretenimiento con contenido violento.

3.3.- Operacionalización de Variables e Indicadores

3.3.1. Identificación de las variables.

- Independiente (Causa)
 - Programas televisivos de entretenimiento

- Dependiente (Efecto)
 - Conducta de los estudiantes

3.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas a emplear.

Observación

Se observará diversas conductas agresivas de los jóvenes durante el proceso de comunicación establecidas en el refrigerio de los dos turnos

Encuesta

Se aplicará un cuestionario, dirigido a los Alumnos del 3ro a 5to Grado de Educación Primaria tomándose en cuenta la escala Dicotómica.

Video Vivencial y Fotografías: sustentar mediante esta técnica la conducta de los estudiantes durante los momentos académicos y al momento de socializarse.

Entrevista: Se programará una entrevista en profundidad a un psicólogo con experiencia en el tema.

3.5.- Técnicas para el procesamiento de la información

- Software SPSS
- Hoja de Cálculo

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1.- Análisis de resultados

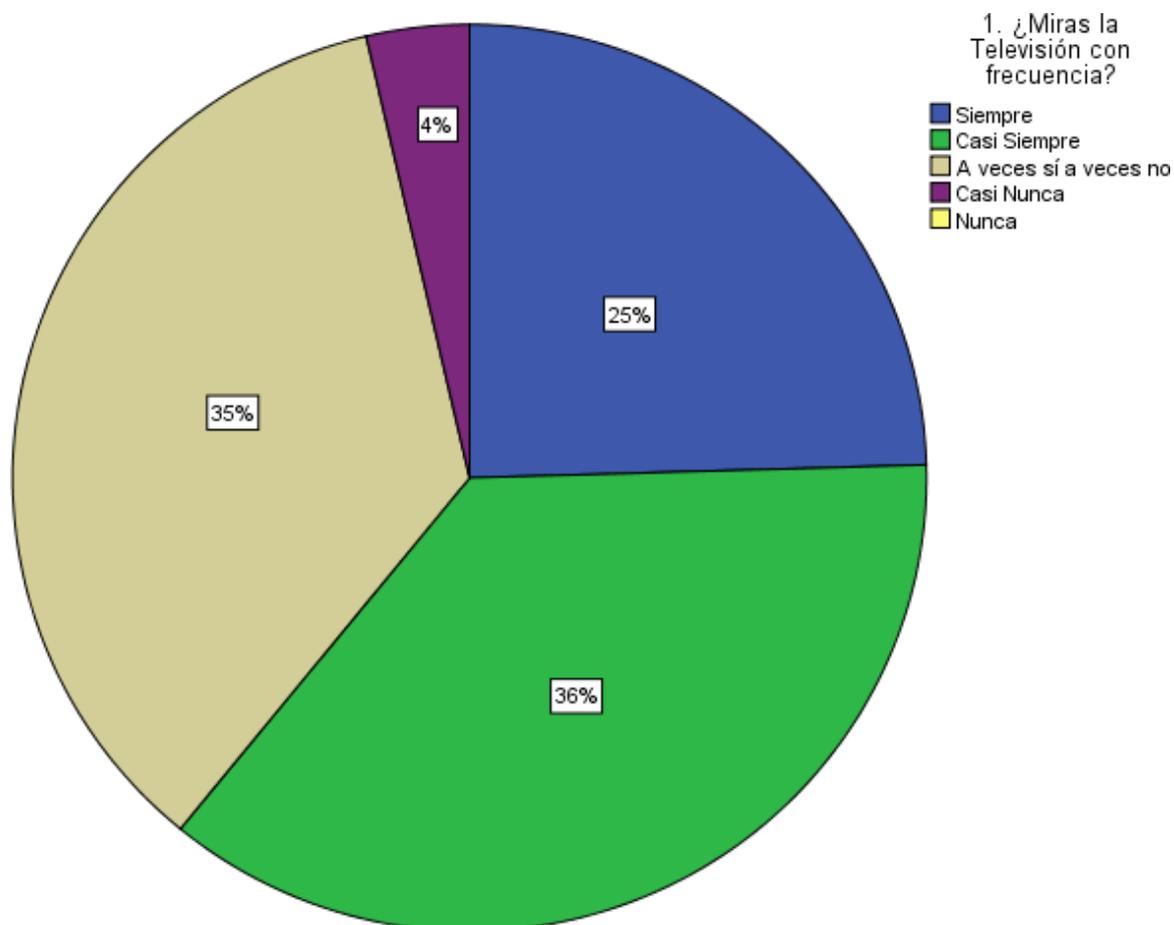
TABLA 1

		1. ¿Miras la Televisión con frecuencia?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	27	24,5	24,5	24,5
	Casi Siempre	40	36,4	36,4	60,9
	A veces sí a veces no	39	35,5	35,5	96,4
	Casi Nunca	4	3,6	3,6	100,0
Total		110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

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

FIGURA 1



Fuente: Datos Spss

El 36% de los encuestados mira casi siempre la televisión, 35 % a veces sí a veces no, el 25% siempre y el 4% casi nunca mira televisión con frecuencia.

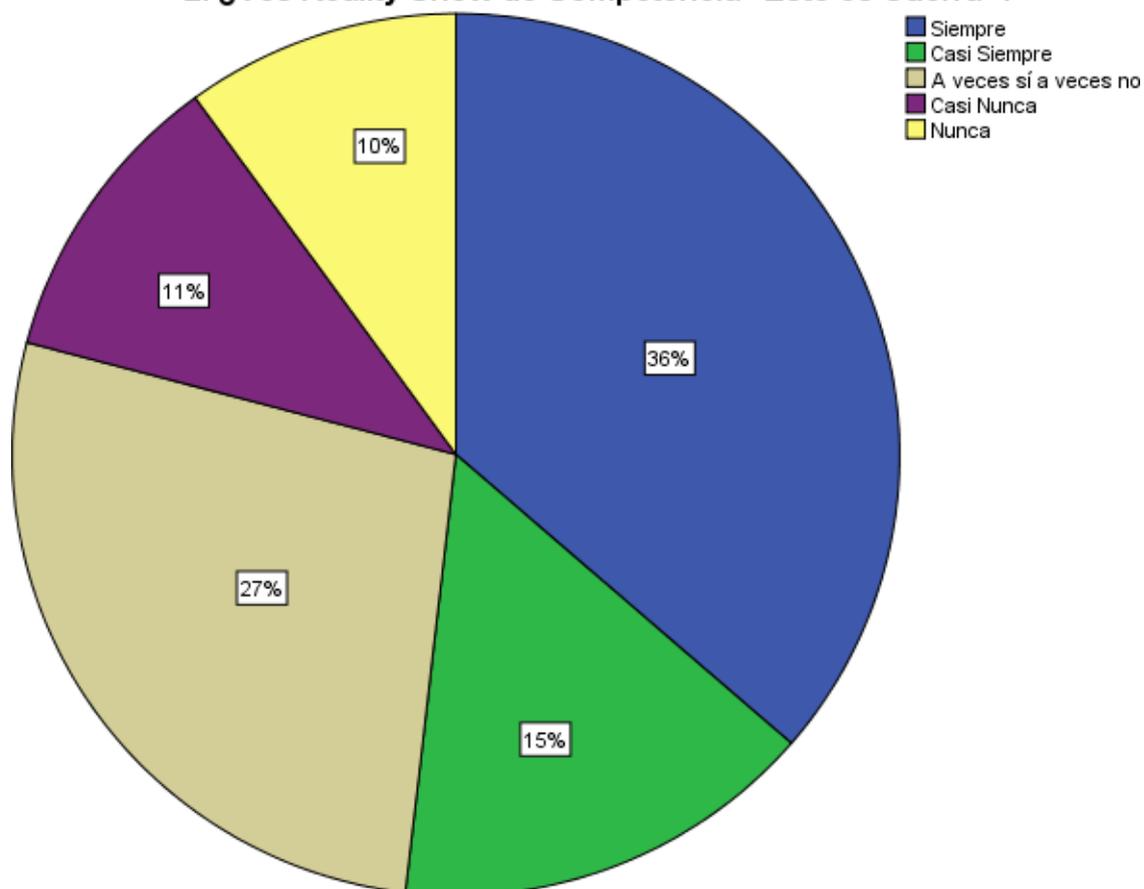
TABLA 2

2. ¿Ves Reality Show de Competencia "Esto es Guerra"?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	40	36,4	36,4	36,4
	Casi Siempre	17	15,5	15,5	51,8
	A veces sí a veces no	30	27,3	27,3	79,1
	Casi Nunca	12	10,9	10,9	90,0
	Nunca	11	10,0	10,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 2

2. ¿Ves Reality Show de Competencia "Esto es Guerra"?



Fuente: Datos Spss

El 36% de los encuestados siempre ve el reality show de competencia “Esto es Guerra”, 27 % a veces sí a veces no, el 15% casi siempre, el 11% casi nunca y el 10% nunca ha visto el reality show de competencia “Esto es Guerra”.

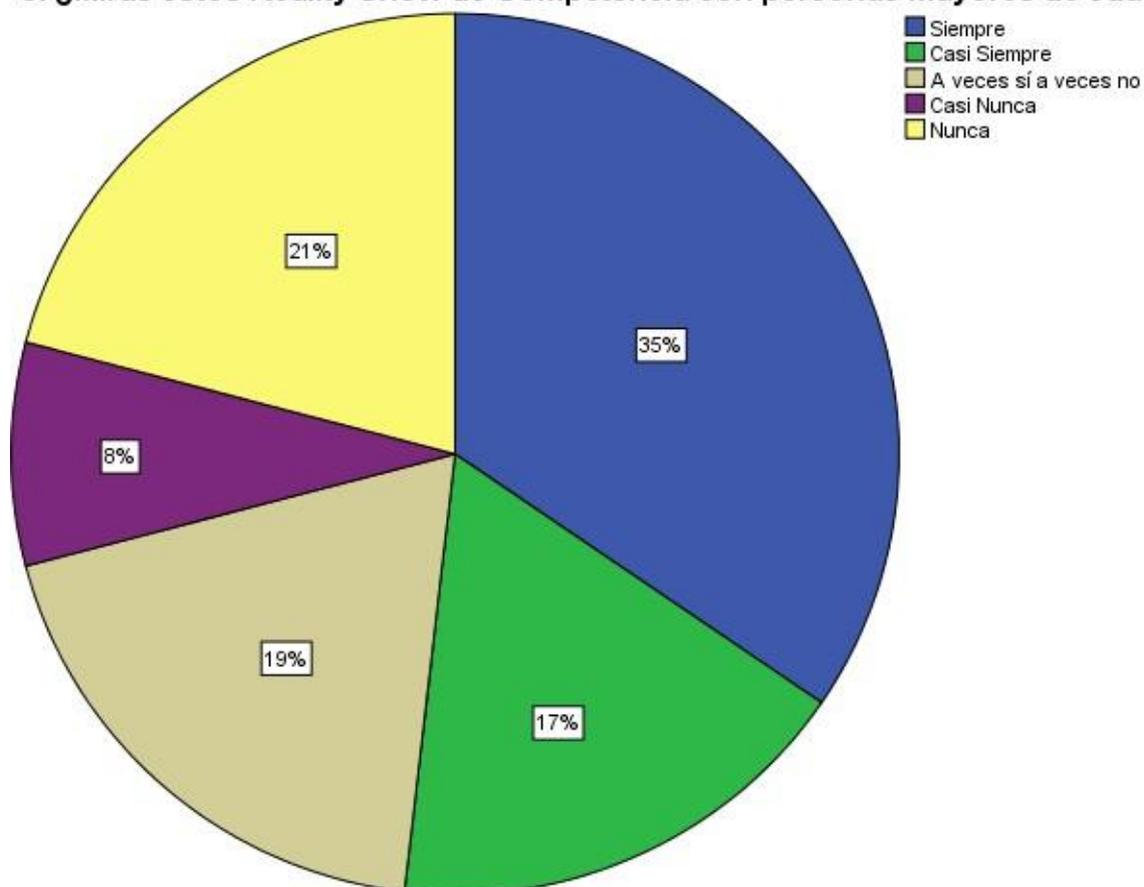
TABLA 3

3. ¿Miras estos Reality Show de Competencia con personas mayores de edad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	38	34,5	34,5	34,5
	Casi Siempre	19	17,3	17,3	51,8
	A veces sí a veces no	21	19,1	19,1	70,9
	Casi Nunca	9	8,2	8,2	79,1
	Nunca	23	20,9	20,9	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 3

3. ¿Miras estos Reality Show de Competencia con personas mayores de edad?



Fuente: Datos Spss.

El 35% de los encuestados siempre ve el reality show de competencia con personas mayores de edad, 21% nunca, el 19% a veces sí a veces no, el 17% casi siempre y el 8% casi nunca ha visto el reality show de competencia con personas mayores de edad.

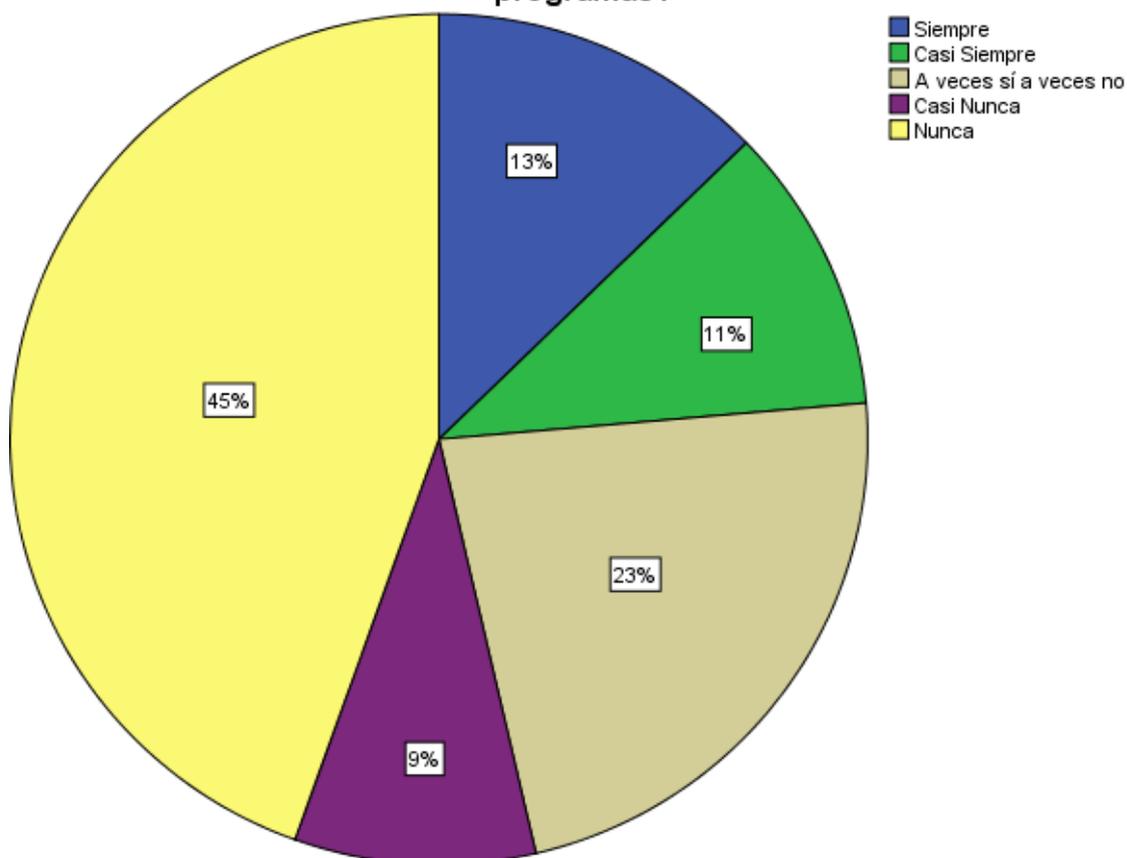
TABLA 4

4. ¿Te parece provocativo las prendas que utilizan los participantes de estos programas?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	14	12,7	12,7	12,7
	Casi Siempre	12	10,9	10,9	23,6
	A veces sí a veces no	25	22,7	22,7	46,4
	Casi Nunca	10	9,1	9,1	55,5
	Nunca	49	44,5	44,5	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 4

4. ¿Te parece provocativo las prendas que utilizan los participantes de estos programas?



Fuente: Datos Spss.

El 45% de los encuestados nunca le ha parecido provocativo las prendas que utilizan los participantes de estos programas, 23% a veces sí a veces no, el 13% siempre, el 11% casi siempre y el 9% casi nunca le ha parecido provocativo las prendas que utilizan los participantes de estos programas.

TABLA 5

5. ¿En estos programas notas ausencia de valores?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	17	15,5	15,5	15,5
	Casi Siempre	31	28,2	28,2	43,6
	A veces sí a veces no	23	20,9	20,9	64,5
	Casi Nunca	20	18,2	18,2	82,7
	Nunca	19	17,3	17,3	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 5



Fuente: Datos Spss.

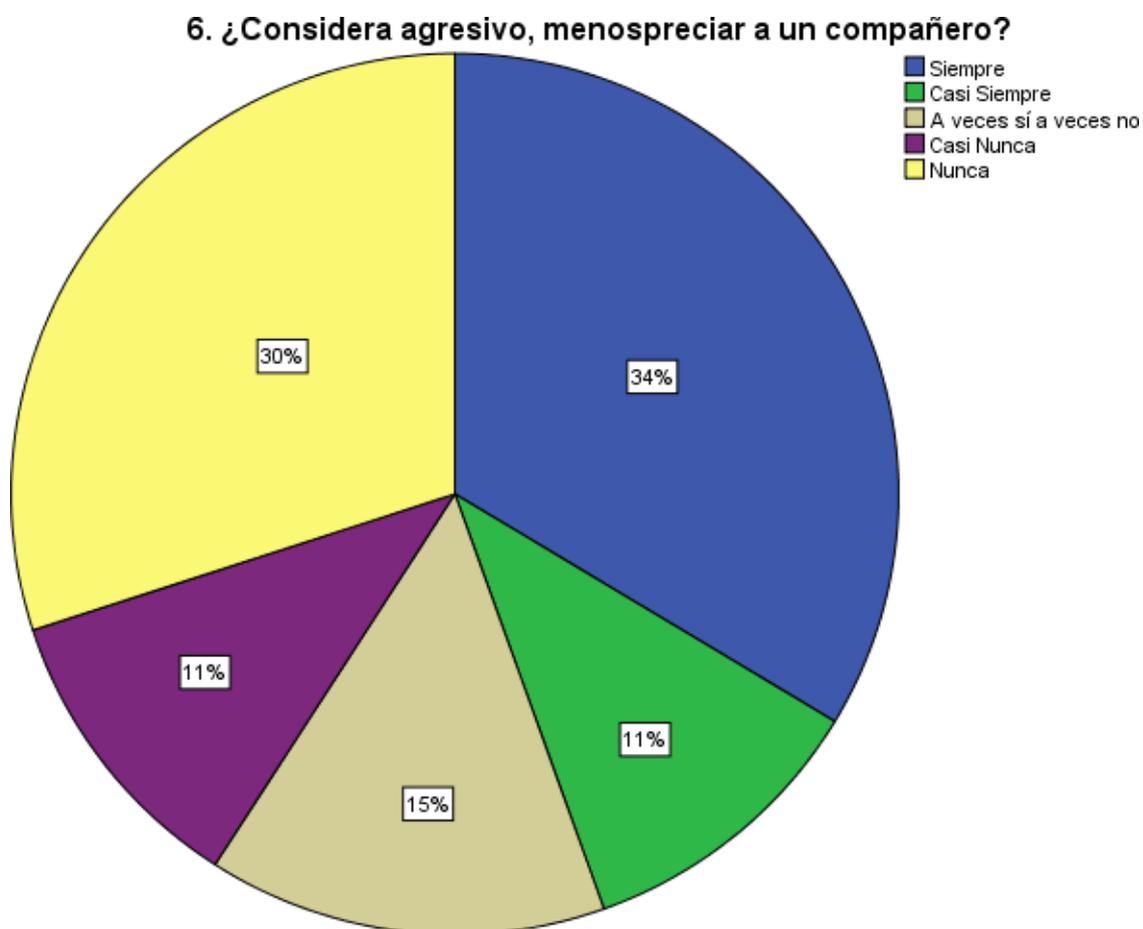
El 28% de los encuestados casi siempre nota ausencia de valores en estos programas, 21% a veces sí a veces no, el 18% casi nunca, el 17% nunca y el 15% siempre ha notado la ausencia de valores en estos programas.

TABLA 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	37	33,6	33,6	33,6
	Casi Siempre	12	10,9	10,9	44,5
	A veces sí a veces no	16	14,5	14,5	59,1
	Casi Nunca	12	10,9	10,9	70,0
	Nunca	33	30,0	30,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 6



Fuente: Datos Spss.

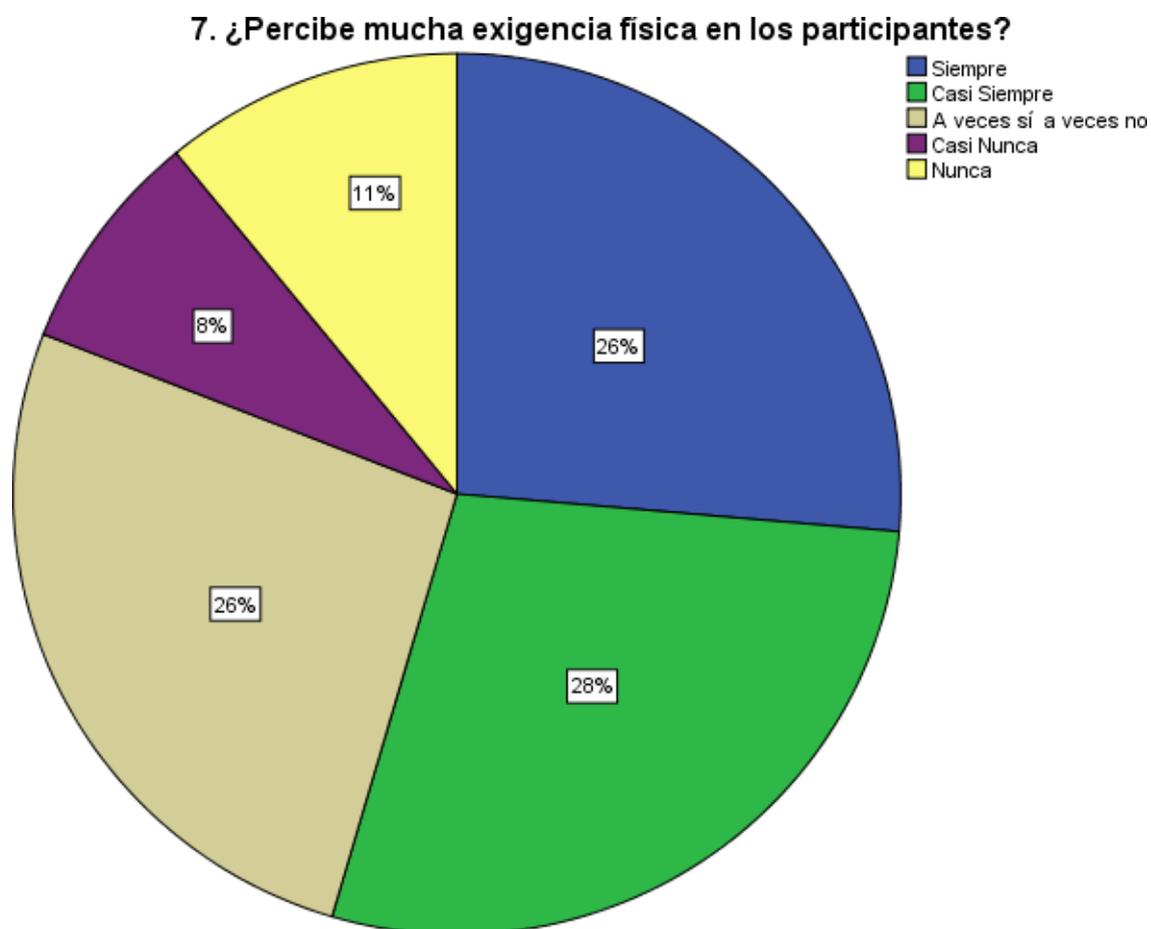
El 34% de los encuestados siempre considera agresivo menospreciar a un compañero, 30% nunca, el 15% a veces sí a veces no, el 11% casi nunca y otro 11% casi siempre considera agresivo menospreciar a un compañero.

TABLA 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	29	26,4	26,4	26,4
	Casi Siempre	31	28,2	28,2	54,5
	A veces sí a veces no	29	26,4	26,4	80,9
	Casi Nunca	9	8,2	8,2	89,1
	Nunca	12	10,9	10,9	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 7



Fuente: Datos Spss.

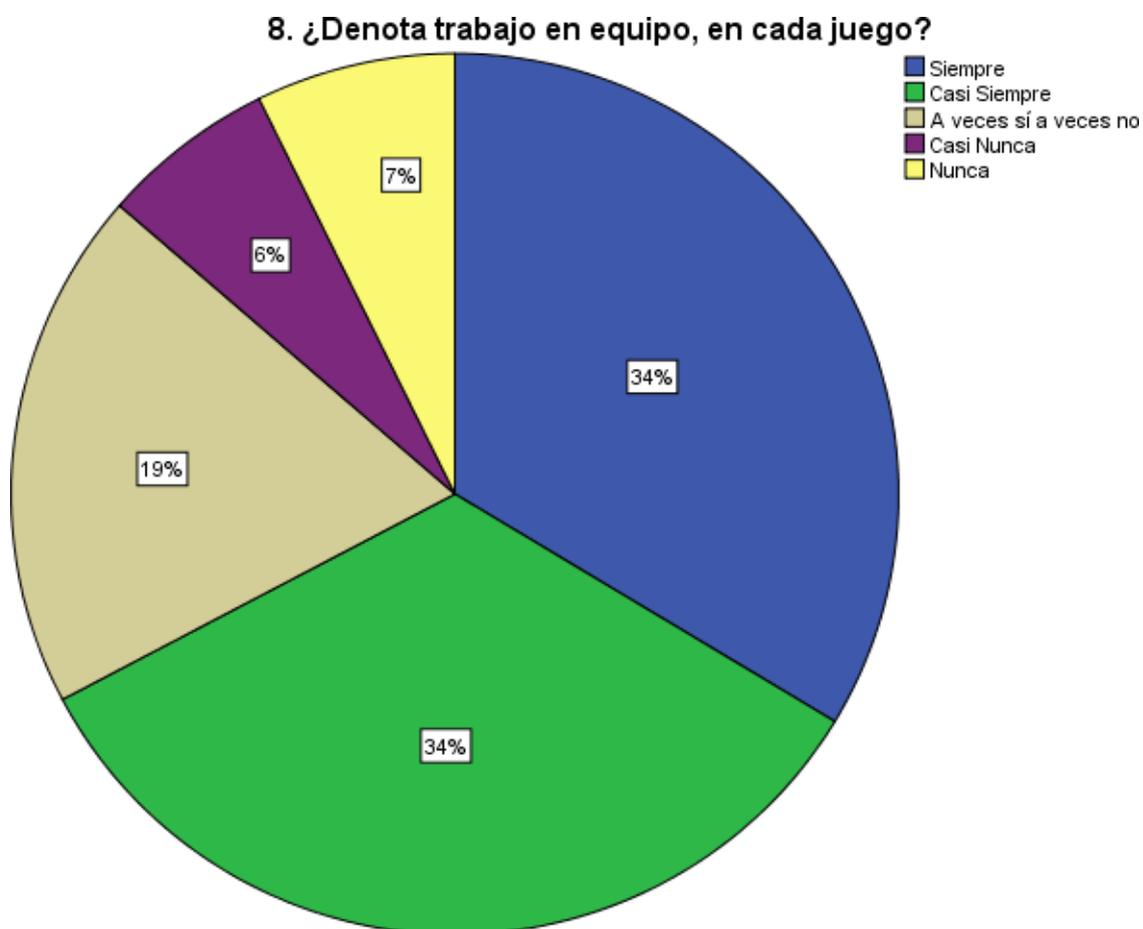
El 28% de los encuestados casi siempre percibe mucha exigencia física en los participantes, 26% a veces sí a veces no, otro 26% siempre, el 11% nunca y el 8% casi nunca percibe mucha exigencia física en los participantes.

TABLA 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	37	33,6	33,6	33,6
	Casi Siempre	37	33,6	33,6	67,3
	A veces sí a veces no	21	19,1	19,1	86,4
	Casi Nunca	7	6,4	6,4	92,7
	Nunca	8	7,3	7,3	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 8



Fuente: Datos Spss.

El 34% de los encuestados siempre y casi siempre denota trabajo en equipo en cada juego, 19% a veces sí a veces no, el 7% nunca y el 6% casi nunca denota trabajo en equipo en cada juego.

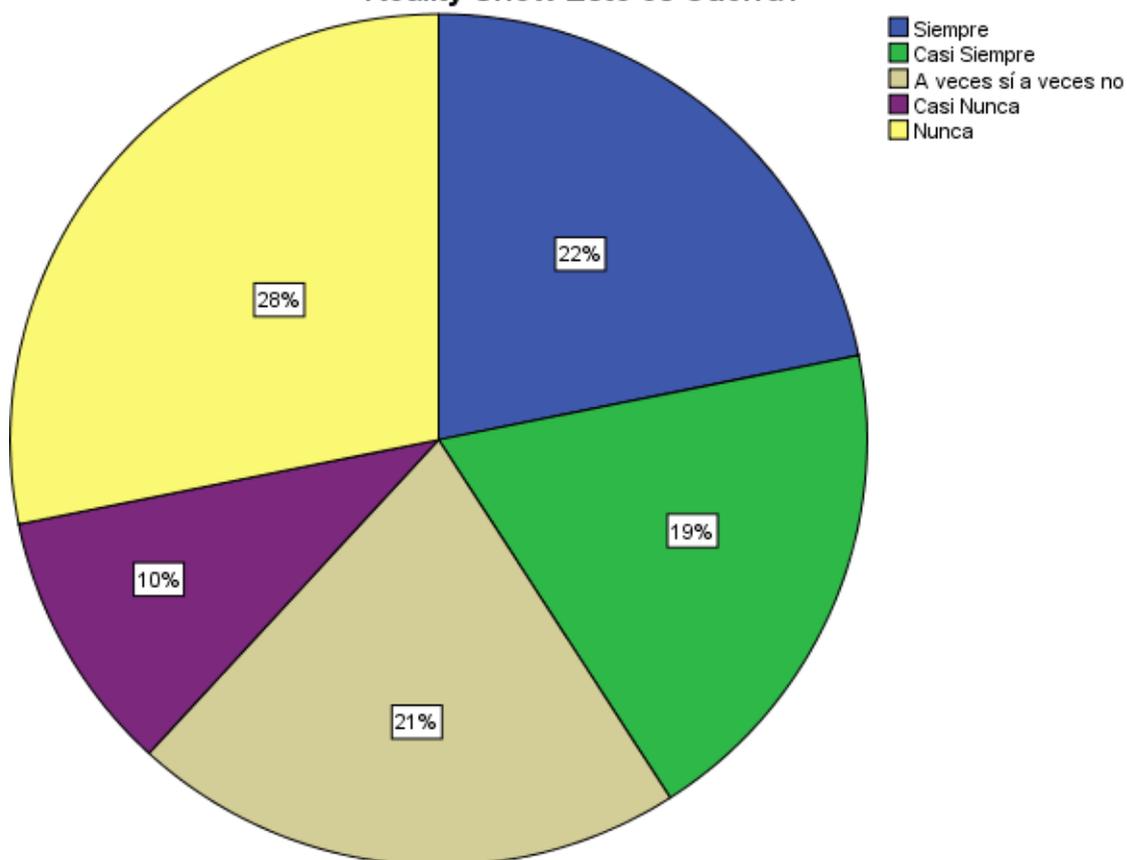
TABLA 9

9. ¿Considera que hay participantes que no deberían de estar en el programa Reality Show Esto es Guerra?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	24	21,8	21,8	21,8
	Casi Siempre	21	19,1	19,1	40,9
	A veces sí a veces no	23	20,9	20,9	61,8
	Casi Nunca	11	10,0	10,0	71,8
	Nunca	31	28,2	28,2	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 9

9. ¿Considera que hay participantes que no deberían de estar en el programa Reality Show Esto es Guerra?



Fuente: Datos Spss.

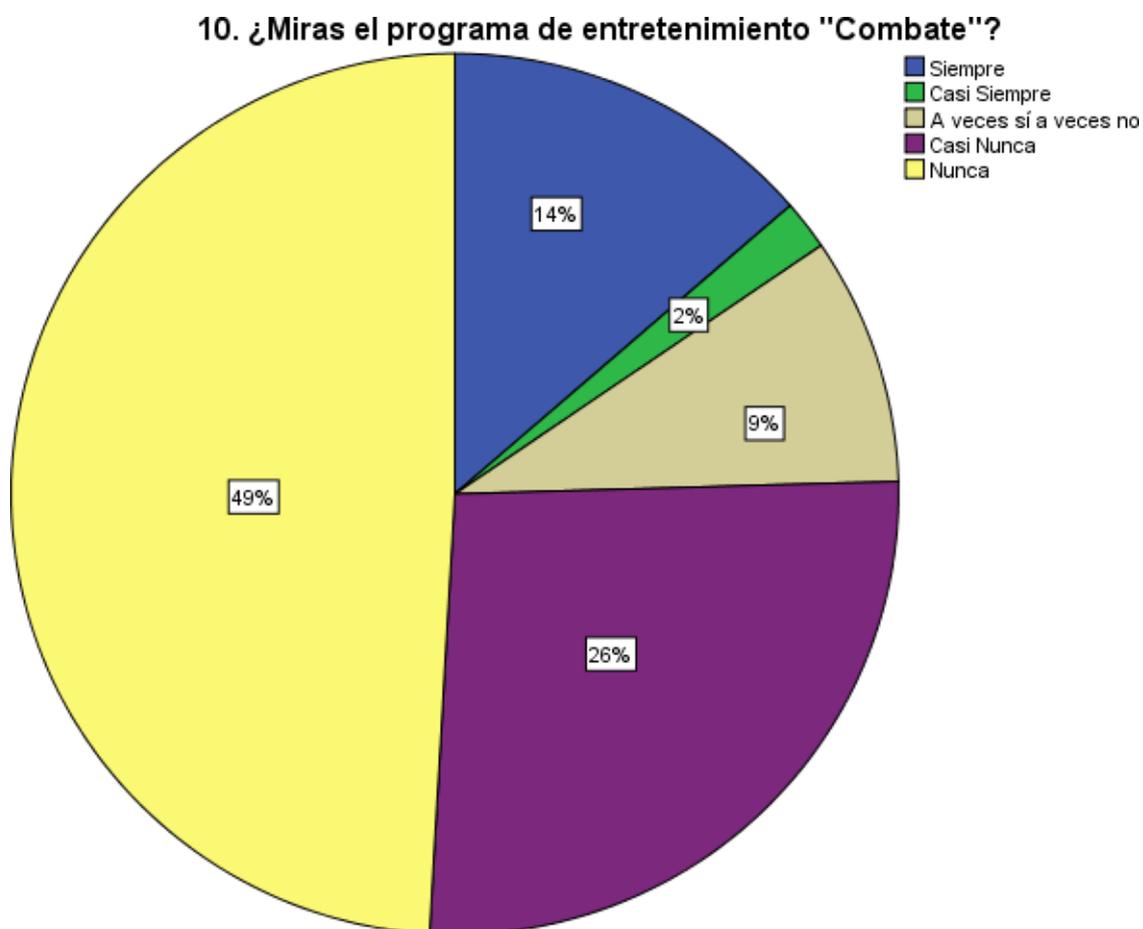
El 28% de los encuestados nunca considera que hay participantes que no deberían de estar en el programa reality show Esto es Guerra, 22% siempre, el 21% a veces sí a veces no, el 19% casi siempre y el 10% casi nunca considera que hay participantes que no deberían de estar en el programa reality show Esto es Guerra.

TABLA 10

10. ¿Miras el programa de entretenimiento "Combate"?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	15	13,6	13,6	13,6
	Casi Siempre	2	1,8	1,8	15,5
	A veces sí a veces no	10	9,1	9,1	24,5
	Casi Nunca	29	26,4	26,4	50,9
	Nunca	54	49,1	49,1	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 10



Fuente: Datos Spss.

El 49% de los encuestados nunca mira el programa de entretenimiento "Combate", 26% casi nunca, el 14% siempre, el 9% a veces sí a veces no y el 2% casi siempre mira el programa de entretenimiento "Combate".

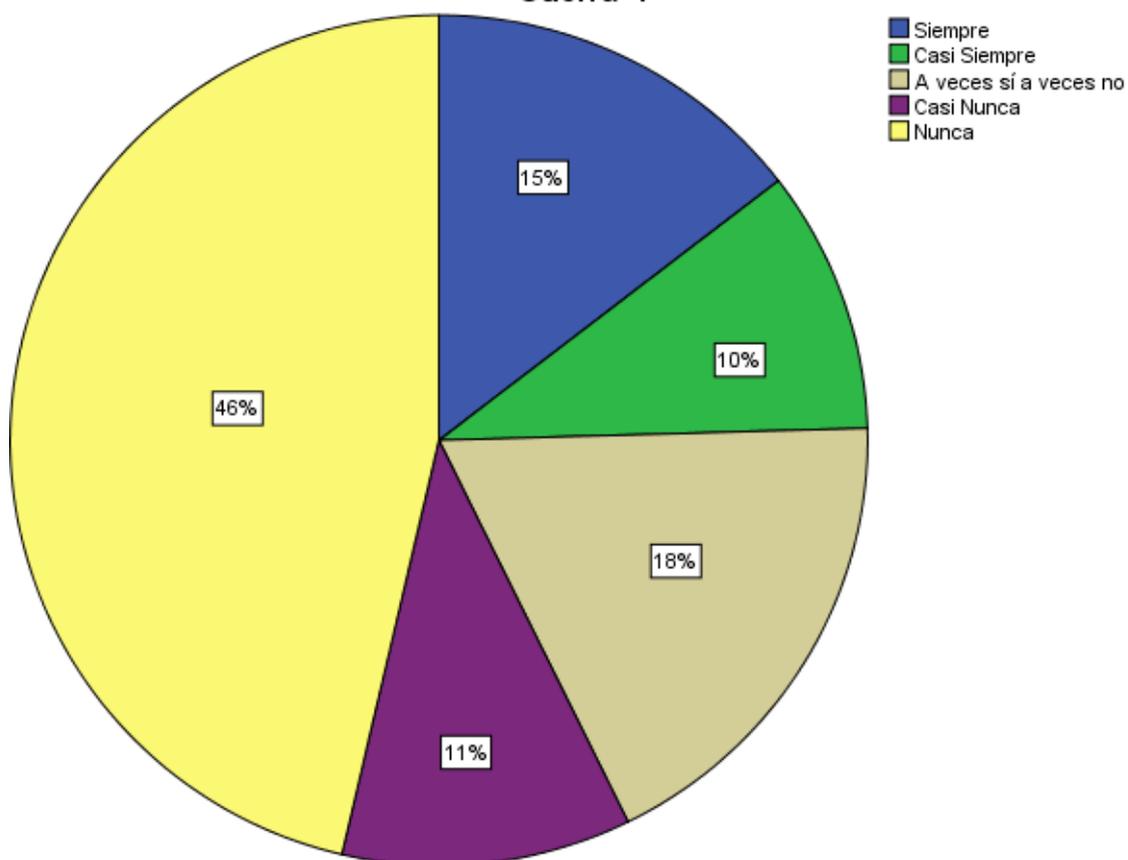
TABLA 11

11. ¿Imitarías en concursos similares estos juegos de "Combate" o "Esto es Guerra"?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	16	14,5	14,5	14,5
	Casi Siempre	11	10,0	10,0	24,5
	A veces sí a veces no	20	18,2	18,2	42,7
	Casi Nunca	12	10,9	10,9	53,6
	Nunca	51	46,4	46,4	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 11

11. ¿Imitarías en concursos similares estos juegos de "Combate" o "Esto es Guerra"?



Fuente: Datos Spss.

El 46% de los encuestados nunca imitaría en concursos similares estos juegos de “Combate o “Esto es Guerra”, 18% a veces sí a veces no, el 15% siempre, el 11% casi nunca y el 10% casi siempre imitaría en concursos similares estos juegos de “Combate o “Esto es Guerra”.

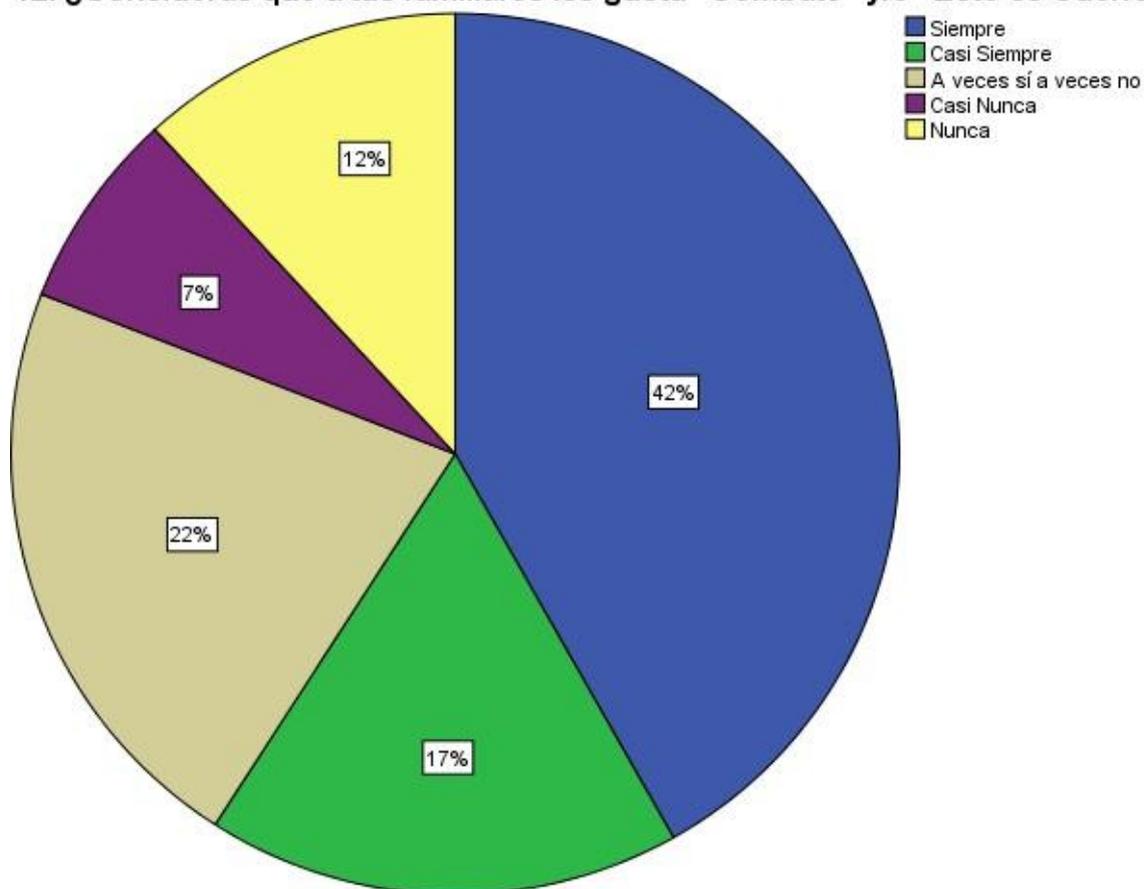
TABLA 12

12. ¿Consideras que a tus familiares les gusta "Combate" y/o "Esto es Guerra"?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	46	41,8	41,8	41,8
	Casi Siempre	19	17,3	17,3	59,1
	A veces sí a veces no	24	21,8	21,8	80,9
	Casi Nunca	8	7,3	7,3	88,2
	Nunca	13	11,8	11,8	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 12

12. ¿Consideras que a tus familiares les gusta "Combate" y/o "Esto es Guerra"?



Fuente: Datos Spss.

El 42% de los encuestados siempre considera que sus familiares les gusta “Combate” y/o “Esto es Guerra”, 22% a veces sí a veces no, el 17% casi siempre, el 12% nunca y el 7% casi nunca considera que sus familiares les gusta “Combate” y/o “Esto es Guerra”.

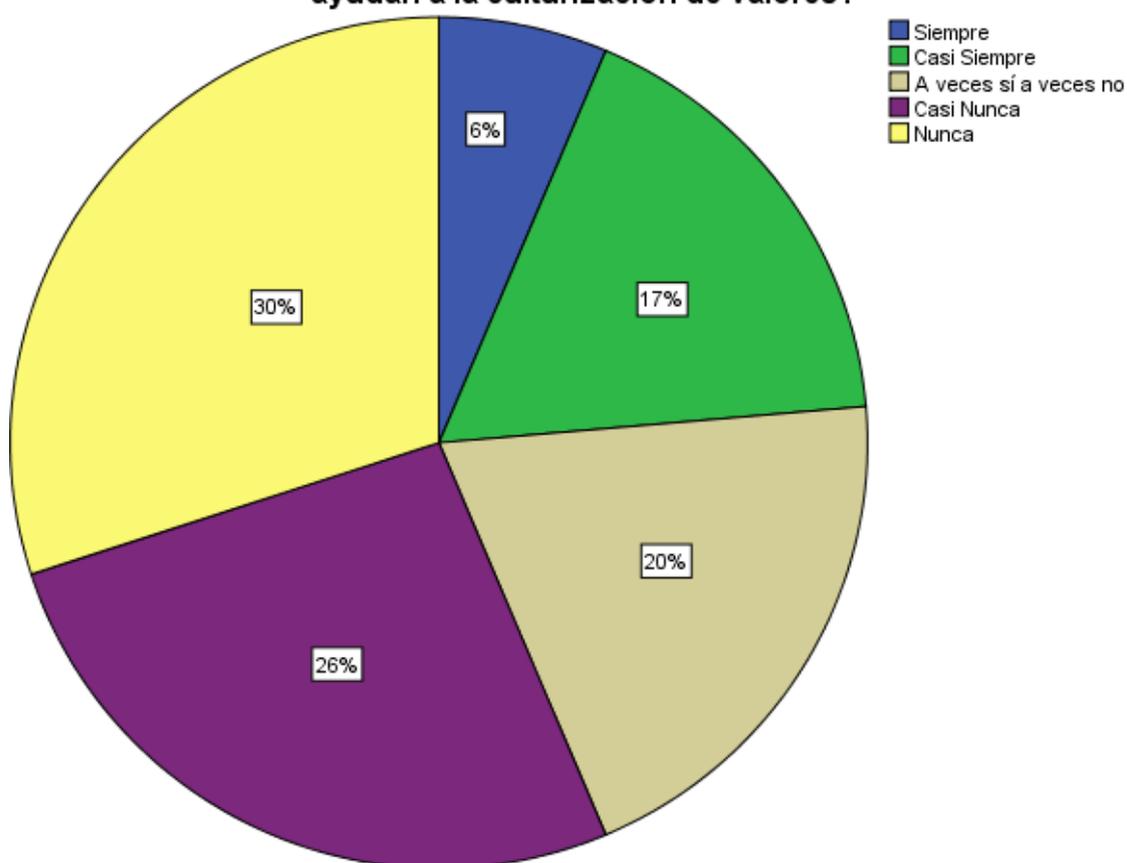
TABLA 13

13. ¿Consideras que los reality show como "Combate" y/o "Esto es Guerra" ayudan a la culturización de valores?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	7	6,4	6,4	6,4
	Casi Siempre	19	17,3	17,3	23,6
	A veces sí a veces no	22	20,0	20,0	43,6
	Casi Nunca	29	26,4	26,4	70,0
	Nunca	33	30,0	30,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 13

13. ¿Consideras que los reality show como "Combate" y/o "Esto es Guerra" ayudan a la culturización de valores?



Fuente: Datos Spss.

El 30% de los encuestados considera que nunca los reality show "Combate" y/o "Esto es Guerra" ayudan a la culturización de valores, 26% casi nunca, el 20% a veces sí a veces no, el 17% casi siempre y el 6% considera que siempre los reality show "Combate" y/o "Esto es Guerra" ayudan a la culturización de valores.

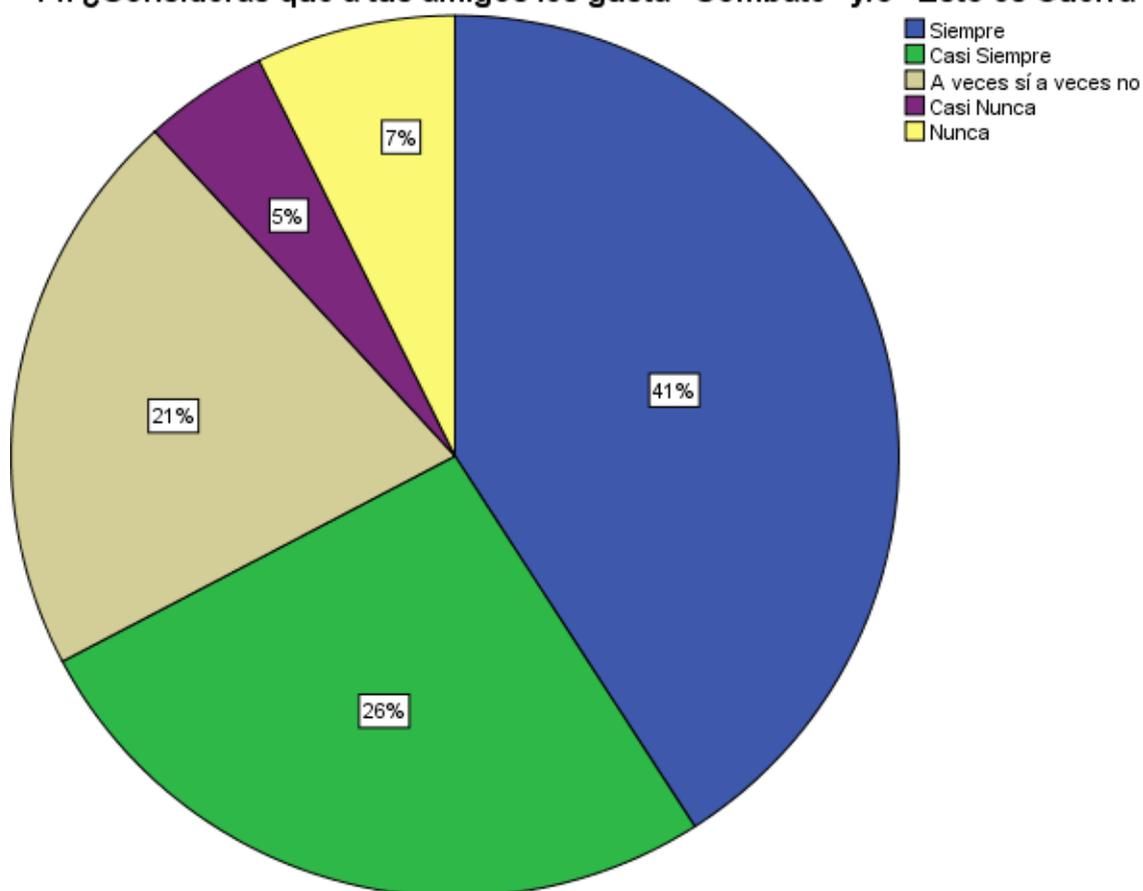
TABLA 14

14. ¿Consideras que a tus amigos les gusta "Combate" y/o "Esto es Guerra"?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	45	40,9	40,9	40,9
	Casi Siempre	29	26,4	26,4	67,3
	A veces sí a veces no	23	20,9	20,9	88,2
	Casi Nunca	5	4,5	4,5	92,7
	Nunca	8	7,3	7,3	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 14

14. ¿Consideras que a tus amigos les gusta "Combate" y/o "Esto es Guerra"?



Fuente: Datos Spss.

El 41% de los encuestados siempre considera que a sus amigos les gusta “Combate” y/o “Esto es Guerra”, 26% casi siempre, el 21% a veces sí a veces no, el 7% nunca y el 5% casi nunca considera que a sus amigos les gusta “Combate” y/o “Esto es Guerra”.

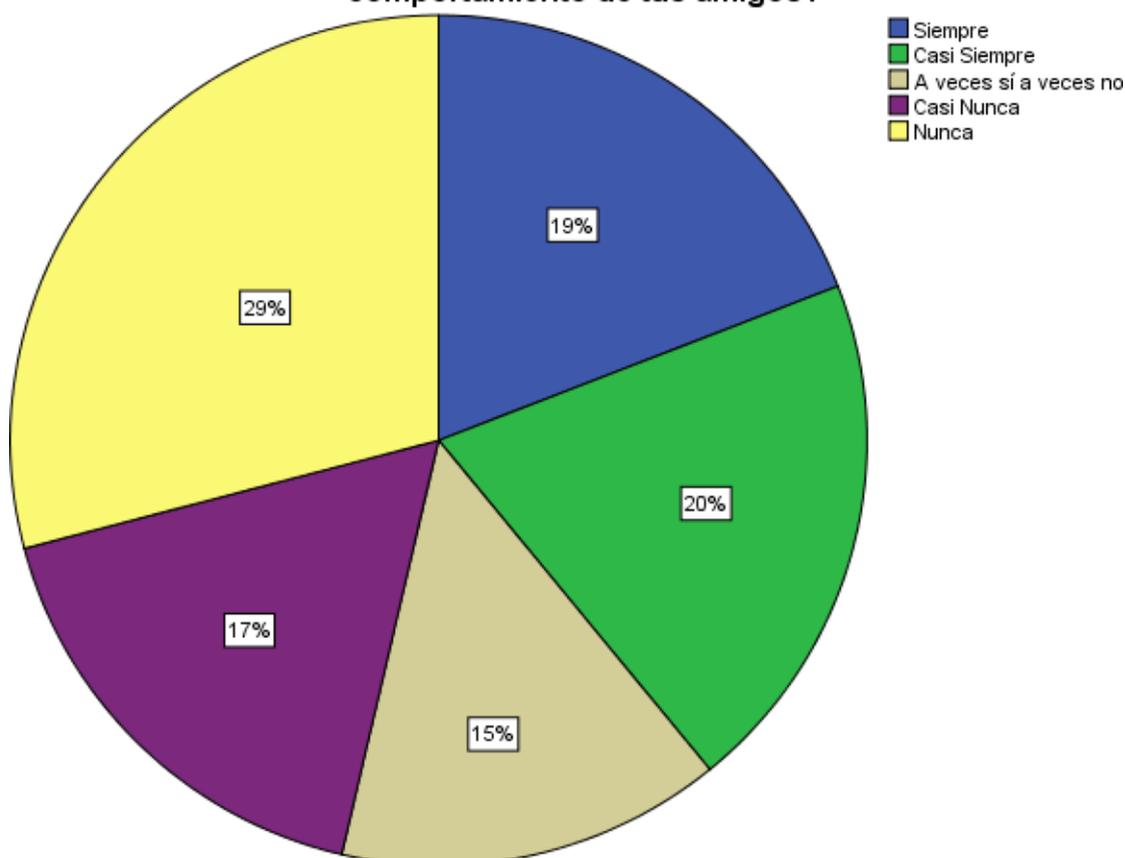
TABLA 15

15. ¿Percibes que viendo estos programas de entretenimiento cambia el comportamiento de tus amigos?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	21	19,1	19,1	19,1
	Casi Siempre	22	20,0	20,0	39,1
	A veces sí a veces no	16	14,5	14,5	53,6
	Casi Nunca	19	17,3	17,3	70,9
	Nunca	32	29,1	29,1	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 15

15. ¿Percibes que viendo estos programas de entretenimiento cambia el comportamiento de tus amigos?



Fuente: Datos Spss.

El 29% de los encuestados nunca percibe que viendo estos programas de entretenimiento cambia el comportamiento de sus amigos, 20% casi siempre, el 19% siempre, el 17% casi nunca y el 15% a veces sí a veces no percibe que viendo estos programas de entretenimiento cambia el comportamiento de sus amigos.

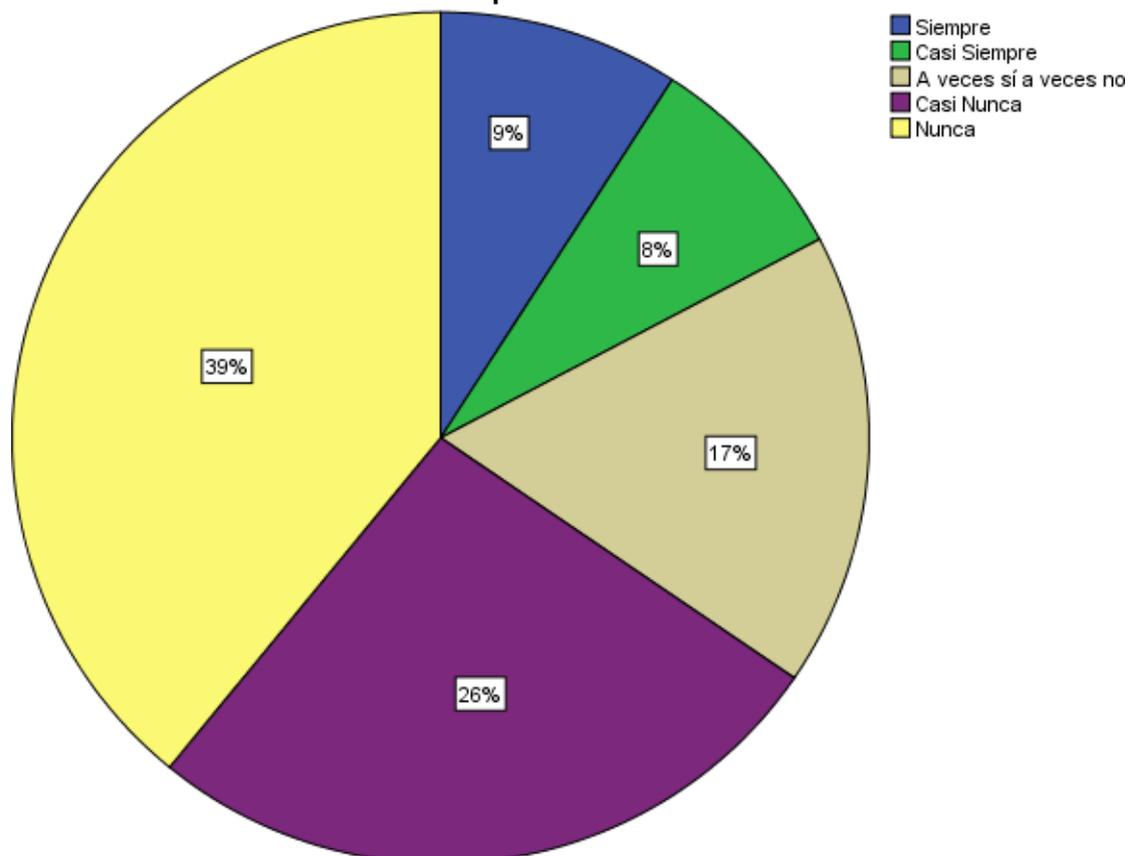
TABLA 16

16. ¿Dedicas más tiempo a ver los programas de "Combate" y/o "Esto es Guerra" que otras actividades?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	10	9,1	9,1	9,1
	Casi Siempre	9	8,2	8,2	17,3
	A veces sí a veces no	19	17,3	17,3	34,5
	Casi Nunca	29	26,4	26,4	60,9
	Nunca	43	39,1	39,1	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 16

16. ¿Dedicas más tiempo a ver los programas de "Combate" y/o "Esto es Guerra" que otras actividades?



Fuente: Datos Spss.

El 39% de los encuestados nunca dedica más tiempo a ver los programas "Combate" y/o "Esto es Guerra" que otras actividades, 26% casi nunca, el 17% a veces sí a veces no, el 9% siempre y el 8% casi siempre dedica más tiempo a ver los programas "Combate" y/o "Esto es Guerra" que otras actividades.

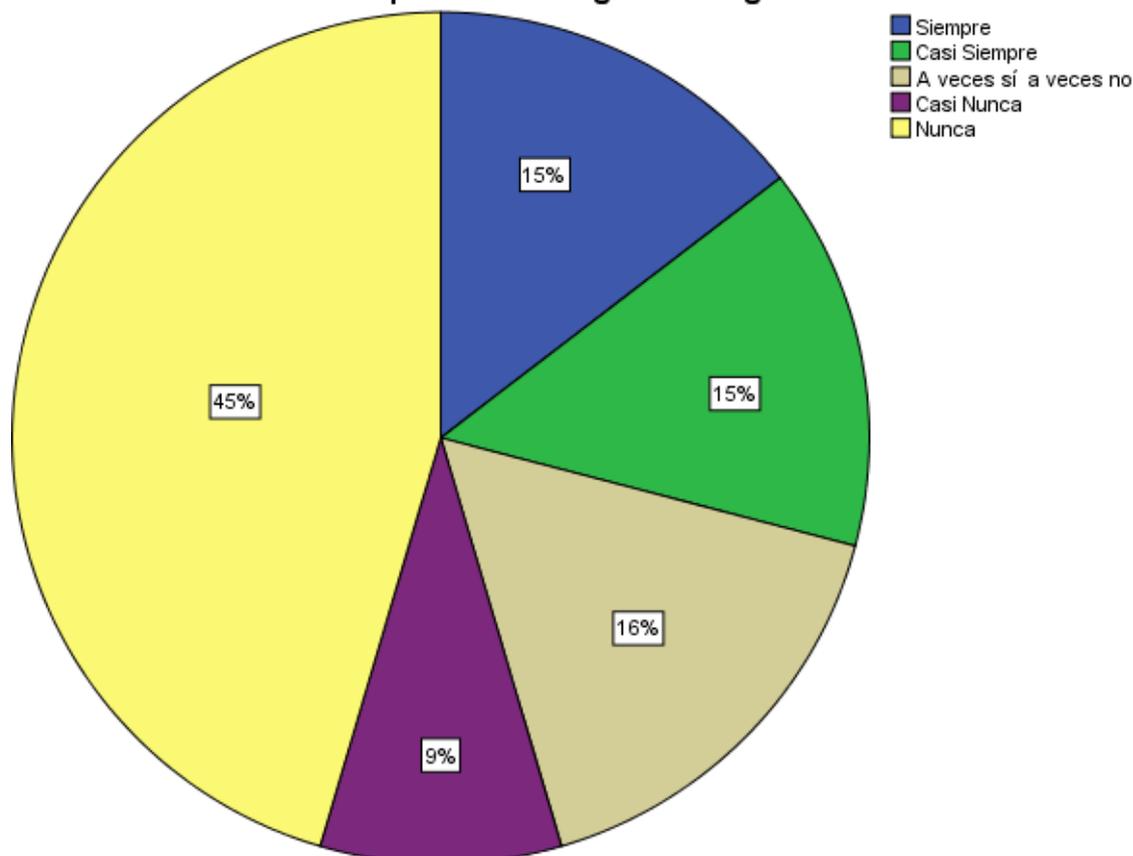
TABLA 17

17. ¿Estás de acuerdo que los participantes de "Esto es Guerra" tengan un comportamiento agresivo al ganar?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	16	14,5	14,5	14,5
	Casi Siempre	16	14,5	14,5	29,1
	A veces sí a veces no	18	16,4	16,4	45,5
	Casi Nunca	10	9,1	9,1	54,5
	Nunca	50	45,5	45,5	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 17

17. ¿Estás de acuerdo que los participantes de "Esto es Guerra" tengan un comportamiento agresivo al ganar?



Fuente: Datos Spss.

El 45% de los encuestados nunca está de acuerdo que los participantes de “Esto es Guerra” tengan un comportamiento agresivo al ganar, 16% a veces sí a veces no, el 15% siempre y casi siempre y el 9% casi nunca está de acuerdo que los participantes de “Esto es Guerra” tengan un comportamiento agresivo al ganar.

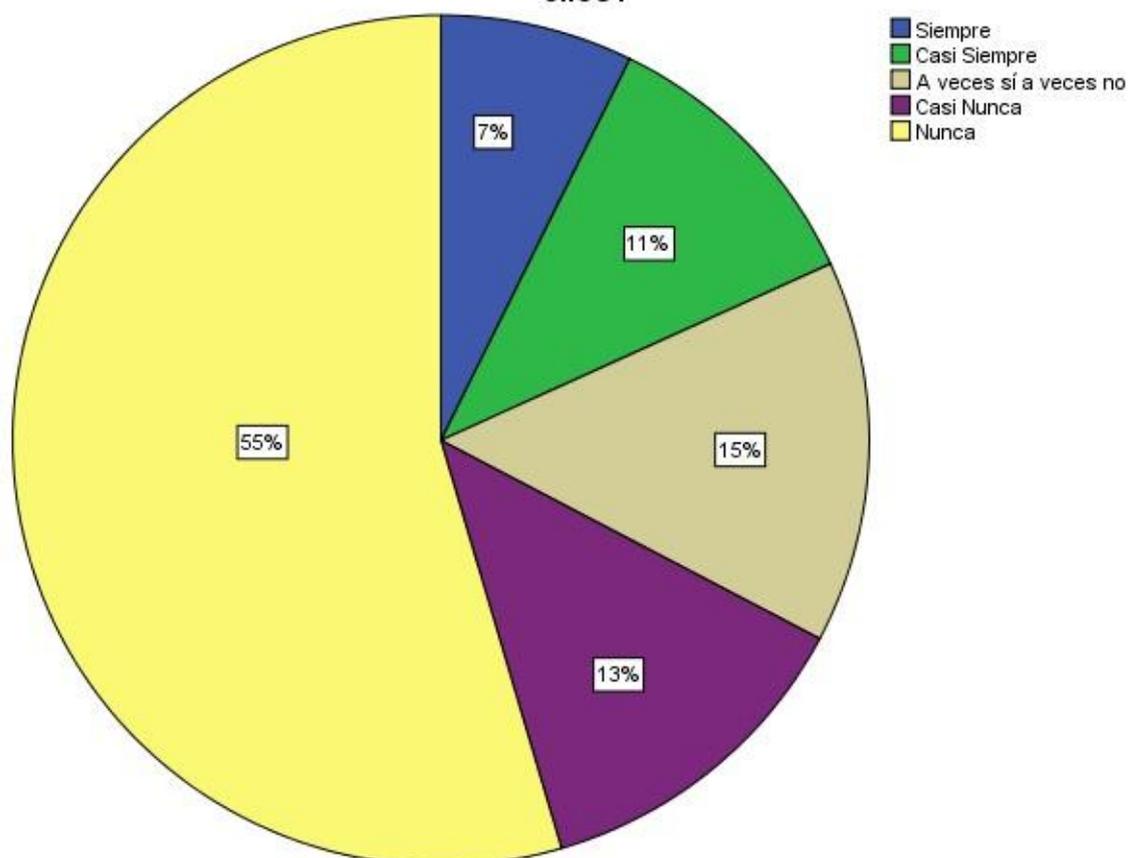
TABLA 18

18. ¿Te gusta que los participantes de "Esto es Guerra" se pongan apodos entre ellos?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	8	7,3	7,3	7,3
	Casi Siempre	12	10,9	10,9	18,2
	A veces sí a veces no	16	14,5	14,5	32,7
	Casi Nunca	14	12,7	12,7	45,5
	Nunca	60	54,5	54,5	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 18

18. ¿Te gusta que los participantes de "Esto es Guerra" se pongan apodos entre ellos?



Fuente: Datos Spss.

El 55% de los encuestados nunca les gusta que los participantes "Esto es Guerra" se pongan apodos entre ellos, 15% a veces sí a veces no, el 13% casi nunca, el 11% casi siempre y el 7% siempre les gusta que los participantes "Esto es Guerra" se pongan apodos entre ellos.

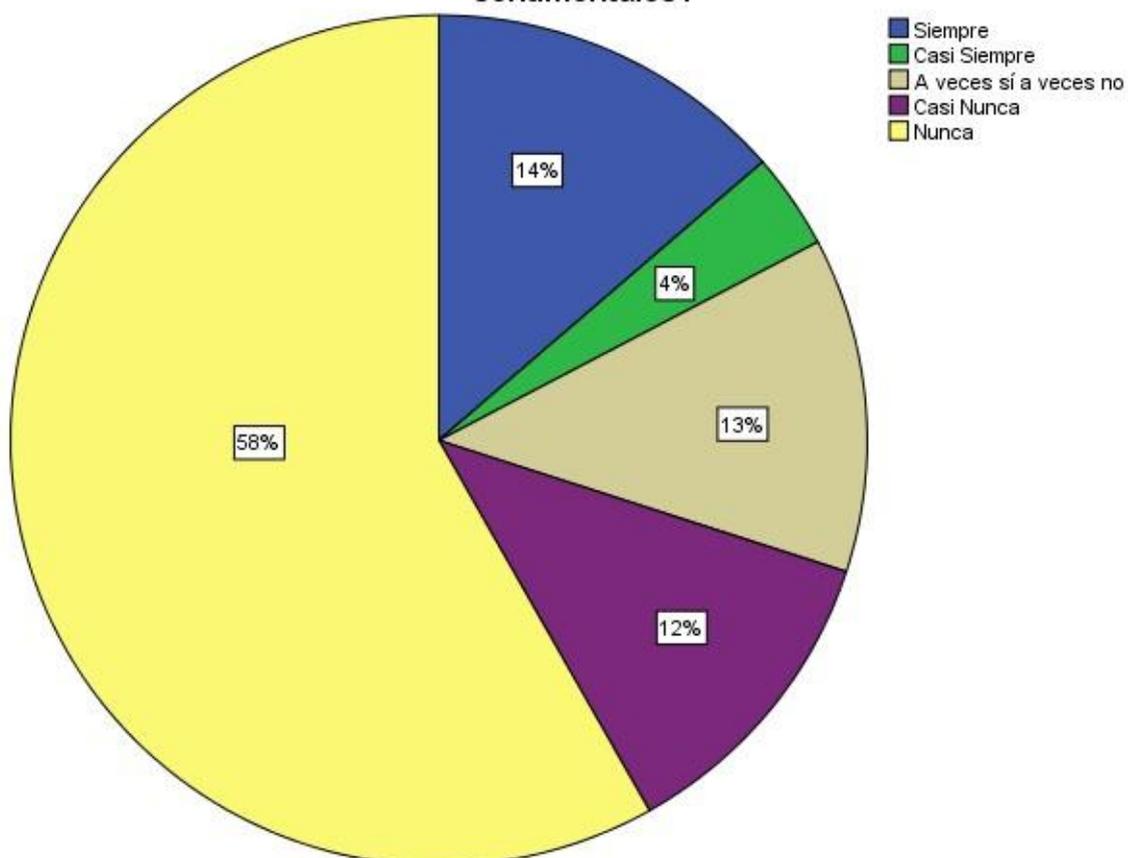
TABLA 19

19. ¿Consideras que es correcto exponer en público los problemas familiares y/o sentimentales?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	15	13,6	13,6	13,6
	Casi Siempre	4	3,6	3,6	17,3
	A veces sí a veces no	14	12,7	12,7	30,0
	Casi Nunca	13	11,8	11,8	41,8
	Nunca	64	58,2	58,2	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 19

19. ¿Consideras que es correcto exponer en público los problemas familiares y/o sentimentales?



Fuente: Datos Spss.

El 58% de los encuestados nunca considera correcto exponer en público los problemas familiares y/o sentimentales, el 14% siempre, el 13% a veces sí a veces no, el 12% casi nunca y el 4% casi siempre considera correcto exponer en público los problemas familiares y/o sentimentales.

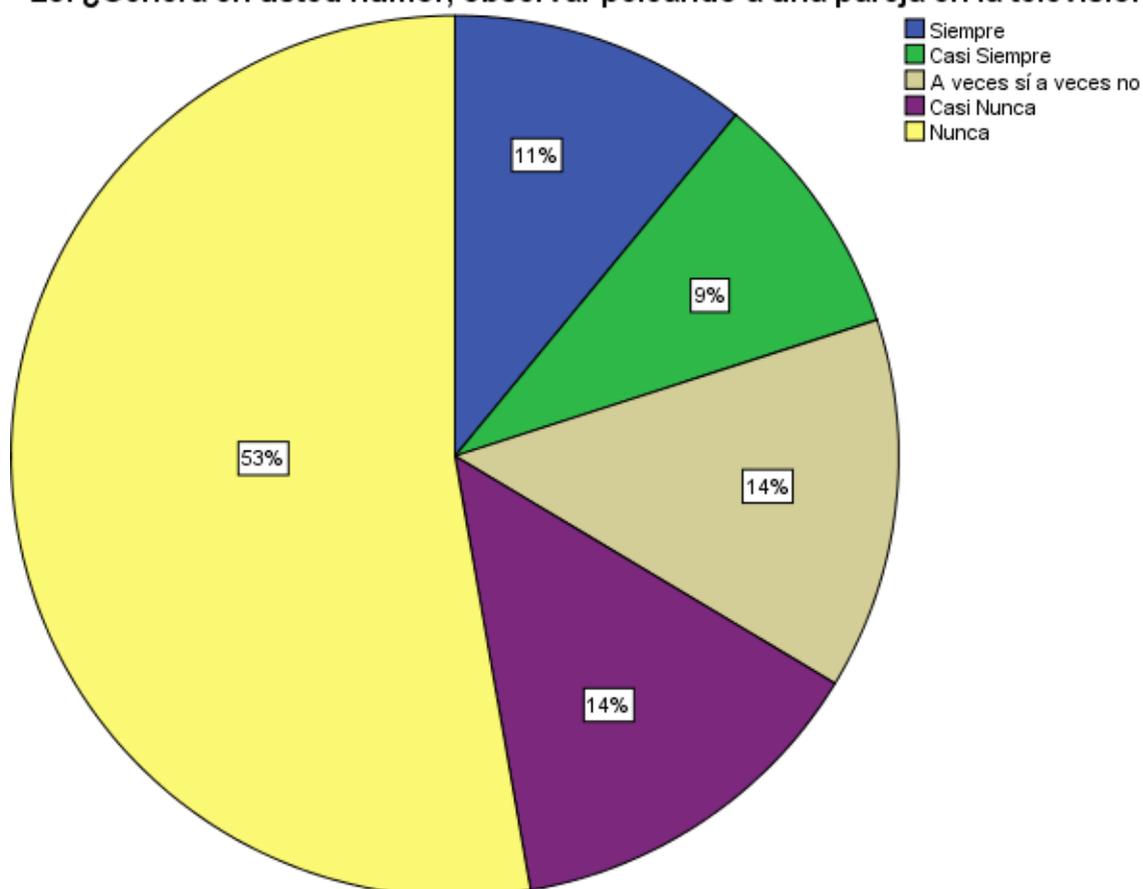
TABLA 20

20. ¿Genera en usted humor, observar peleando a una pareja en la televisión?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	12	10,9	10,9	10,9
	Casi Siempre	10	9,1	9,1	20,0
	A veces sí a veces no	15	13,6	13,6	33,6
	Casi Nunca	15	13,6	13,6	47,3
	Nunca	58	52,7	52,7	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 20

20. ¿Genera en usted humor, observar peleando a una pareja en la televisión?



Fuente: Datos Spss.

El 53% de los encuestados nunca les genera humor observar peleando a una pareja en la televisión, el 14% casi nunca, otro 14% a veces sí a veces no, el 11% siempre y el 9% casi siempre les genera humor observar peleando a una pareja en la televisión.

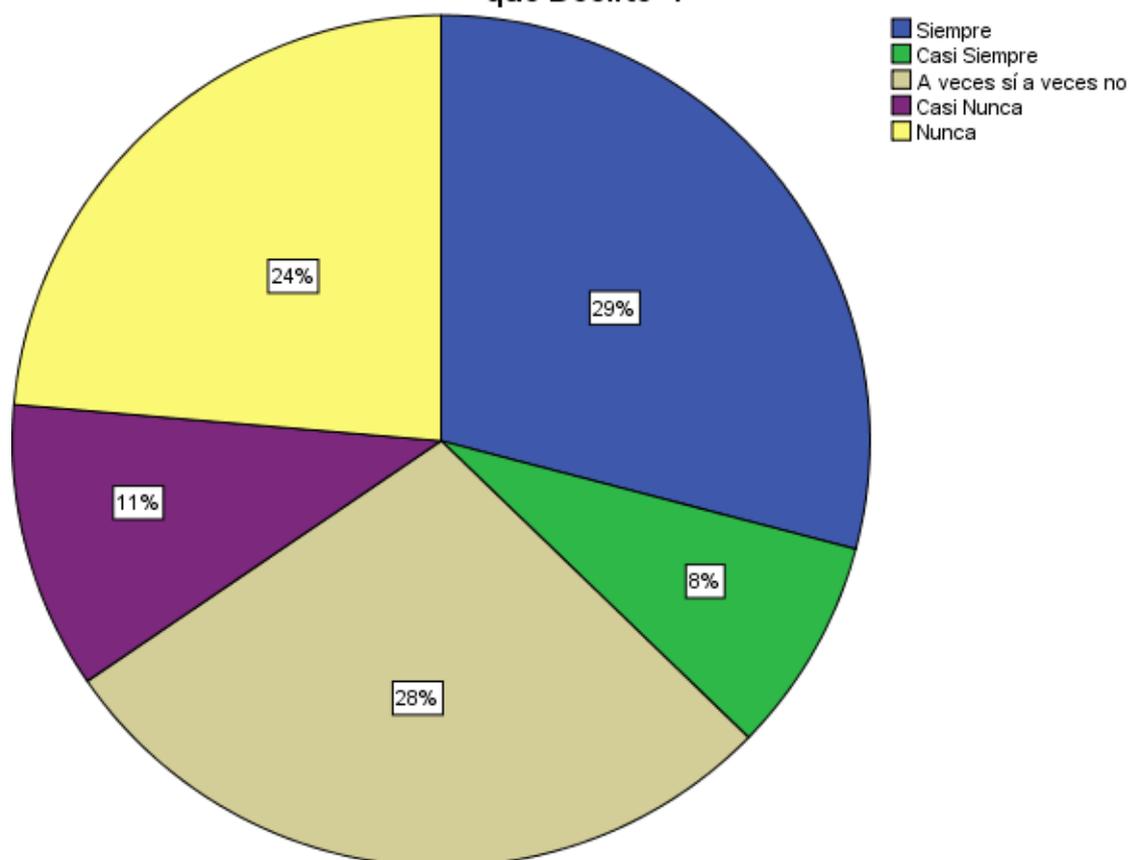
TABLA 21

21. ¿Piensa que debería de haber más programas con el formato "Tengo Algo que Decirte"?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	32	29,1	29,1	29,1
	Casi Siempre	9	8,2	8,2	37,3
	A veces sí a veces no	31	28,2	28,2	65,5
	Casi Nunca	12	10,9	10,9	76,4
	Nunca	26	23,6	23,6	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos Spss.

FIGURA 21

21. ¿Piensa que debería de haber más programas con el formato "Tengo Algo que Decirte"?



Fuente: Datos Spss.

El 29% de los encuestados siempre piensa que debería de haber más programas con el formato "Tengo Algo que Decirte", el 28% a veces sí a veces no, el 24% nunca, el 11% casi nunca y el 8% casi siempre piensa que debería de haber más programas con el formato "Tengo Algo que Decirte".

CAPÍTULO V:

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.- Discusión

La presente investigación tuvo como propósito determinar cómo influye los programas televisivos de entretenimiento en la conducta de los alumnos de sexto grado de primaria de la Institución Educativa "20820 Nuestra Señora de Fátima". Encontramos, según el análisis e interpretación de los gráficos que un 36% de los estudiantes siempre ve el Reality Show Esto es Guerra, no obstante, un 30% piensa que estos realitys no ayudan a la culturalización de valores , sin embargo, un 14,5% de los estudiantes imitaría concursos similares a los de estos programas de entretenimiento, a un 10,9% de los estudiantes de sexto grado les genera humor observar peleando a una pareja de investigación y 20% de los estudiantes percibe que viendo estos programas de entretenimiento cambia el comportamiento de sus amigos. Entonces podemos mencionar que los programas televisivos de Reality Show influyen negativamente en la conducta de los alumnos de sexto grado de la institución educativa "20820 Nuestra señora de Fátima", lo cual coincide con nuestra Hipótesis Específica 1.

Los talk show forman parte de los programas de entretenimiento que, en muchas circunstancias, muestran contenido erótico y ponen al desnudo problemas sentimentales y personales de las personas pertenecientes al medio, muchas veces humorizando temáticas como el bullying, acoso o maltrato; sin embargo, el 29,1% de los estudiantes de sexto grado considera que debe haber más programas con el formato "Tengo Algo que Decirte". Entonces, podemos mencionar que los programas televisivos de talk show influyen negativamente en la conducta de los alumnos de sexto grado de la institución educativa "20820 Nuestra Señora del Fátima", lo cual coincide con nuestra Hipótesis Específica2.

5.2.- Conclusiones

- Según nuestros resultados y la discusión ya dada, llegamos a la conclusión que los programas televisivos de entretenimiento son percibidos de una manera negativa, lo cual coincide con una de nuestras hipótesis específicas, primero en el reality show Esto es Guerra que se viene dando contenidos inadecuados del cual sus padres no están enterados.
- También se concluyó que nuestro alumno tiene cambios conductuales al observar estos programas de talk show donde se ven peleas y discrepancias con mal contenido verbal, haciendo realce a una de nuestras hipótesis.
- Nuestro alumno en las encuestas realza que la competencia televisiva no tiene un lenguaje adecuado, no utilizan vestuarios apropiados para el programa televisivo y la familia, al igual que hay juegos riesgosos que hoy en día son imitados por los niños.
- Entonces se puede llegar a la conclusión que los alumnos tienen un cambio de conducta negativa al observar estos programas de entretenimiento lo cual incita al morbo en diferentes características que se van dando al formato, coincidiendo así con nuestra hipótesis general. Obstante a eso no aportan valores a nuestros televidentes.

5.3.- Recomendaciones

1. De acuerdo a las conclusiones recomendamos a los padres de familia que tengan un control más estricto de los programas que ven sus hijos y que estarían consumiendo programas con un mal contenido, bajo nivel cultural, confundirán la realidad con la ficción e imitarán este tipo de actitudes desorientando así a muchos más de sus compañeros provocando un bajo valor al sentido de la vida. Dejar que los niños vean este tipo de programas equivale a ser cómplices a su distorsión de valores que es el fundamento para el resto de su vida.
2. Se sugiere a los padres de familia cambiar el tipo de formato para sus hijos haciéndolos observar documentales de su interés entretenidos y variados, en los cuales alzarán el nivel de su cultura y podrán formarlos de forma diferente, con valores y con criterio selectivo al momento de ver televisión.
3. Los tutores y/o padres de familia deberían ser fiscales de este tipo de programas y llegar a quejarse mediante documentos, ya que la ley N 28278 otorga poder al ciudadano a quejarse ante los medios y estos deben responder en máximo 20 días, dado este plazo se puede recurrir mediante una denuncia al ministerio de transportes y comunicaciones.
4. Obtenido estos resultados exigimos a los medios un comportamiento ético, las empresas televisivas deben ser responsables al exponer el contenido y/o formatos, por lo tanto, exigir que cumplan el horario familiar de acuerdo al código de ética porque según ley podrían recibir una multa hasta de 30 UIT.

CAPÍTULO VI:

FUENTES DE INFORMACIÓN

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

6.1.- Fuentes bibliográficas

- Agueded, J. I. (1998). Educación para la competencia televisiva. Fundamentación, diseño y evaluación de un programa didáctico para la formación del telespectador crítico y activo en educación secundaria. (Tesis de doctorado). Universidad de Huelva, España.
- Barrueto, J. (2012). La telebasura peruana y el factor psicológico.
- Bueno, G. (2002). Telebasura y democracia, cada pueblo tiene la televisión que se merece. Ediciones B, Barcelona
- Centeno, R. (2016) “Tv Basura: El Caso de los Programas Juveniles Combate y Esto Es Guerra.” Lima (Perú).
- Coloma, A. (2015). “America’s Next Top Model: Análisis del potencial carácter formativo de un reality show de belleza” Piura (Perú).
- Eco, U. (1986). “La estrategia de la ilusión”. Barcelona: Lumen.
- Fernández, D. (2011). “Los niños y el negocio de la televisión”. España.
- Ferrés, J. (1996). “Televisión subliminal”. Barcelona: Paidós.
- Ferrés, J. (2014). Las pantallas y el cerebro emocional. Editorial Gedisa, Barcelona.
- Gargurevich, J. (1987). Prensa, Radio y TV Historia Crítica. Editorial Horizonte, Lima.
- Gonzales, J. E. (1996) “Televisio y comunicacion (un enfoque teórico practico)” México.
- Gutiérrez, M. (2013). Genero Informativos y televisión “ El formato realitys show

Perú”.

- Maydana, R. (2012) Historia de la TV basura. Revista virtual Linkeados. Universidad Fasta, Argentina.
- Ponce, H. (2001). “Imágenes críticas de la televisión peruana actual”. Perú.
- Touraine, A.(1997). “¿Podremos vivir juntos, iguales y diferentes?”. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Santos, M. (2010). “Influencia De La Televisión En El Alumnado De Tercer Ciclo De Primaria En El Ámbito Rural Y Urbano. Estudio De Casos” Malaga (España).
- Rosa, F. (2010). “Calidad Televisiva y Mala Televisión. Los programas contenedores en los Canales de Televisión Española” Barcelona (España).
- Vivas, F. (2008). En vivo y en directo, una historia de la televisión peruana. Universidad de Lima.

6.2.- Fuentes electrónicas

- Krzywak, M. (2011). Violencia en la televisión e influencia en los niños. Recuperado desde: <http://www.monografias.com/trabajos89/violencia-television-y-influencianinos/violencia-television-y-influencia-ninos.shtml>
- Vivas, F. (2015). Todo lo que necesitas saber sobre la televisión basura. El Comercio Web. Recuperado desde: <http://elcomercio.pe/tvmas/television/todo-lo-que-necesitas-saber-sobretelevision-basura-noticia-1793119>
- Wikitel. (2014). Modelos teóricos sobre la competencia en el mercado de la televisión. Recuperado desde: http://wikitel.info/wiki/Modelos_te%C3%B3ricos_sobre_la_competencia_en_el_mercado_de_la_televisi%C3%B3n
- Sánchez, R. (2008). TV basura: formatos repudiados, formatos exitosos. Críticas

y contradicciones de la sociedad hacia la "TV Basura". Recuperado desde:
www.monografias.com

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	VARIABLES DE INVESTIGACION	DISEÑO DE INVESTIGACION	POBLACION Y MUESTRA	METODO, TECNICAS E INSTRUMENTOS
PROGRAMAS TELEVISIVOS DE ENTRETENIMIENTO EN LA CONDUCTA DE LOS ESTUDIANTES DEL SEXTO GRADO DE PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA 20820 NUESTRA SEÑORA DE FATIMA, HUACHO 2018	GENERAL	GENERAL	GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE DEFINICION CONCEPTUAL	El diseño de la investigación es no experimental transaccional y (correlacional-causal). El fenómeno observado será estudiado tal como se da en su contexto natural para luego analizarlo. Dado que, este tipo de diseño describe relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa efecto	La población lo conforman 180 alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima de la provincia Huaura – Huacho, Lima 2018. La población está compuesta básicamente por alumnos de ambos sexos entre 10 a 11 años. Ellos pertenecen al 6to grado de Primaria	METODO
	¿Cómo influye los programas televisivos de entretenimiento en la conducta de los alumnos de la institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”	Determinar cómo influye los programas televisivos de entretenimiento en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”	Los programas televisivos de entretenimiento influyen negativamente en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”	El programa televisivo de entretenimiento es un área de negocio y sección de información entretenida.			Método mixto, Dado que; este método hará posible la representación de un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación, asimismo implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, fenómeno en estudio como sostienen
	ESPECIFICOS:	ESPECIFICOS:	ESPECIFICOS:	VARIABLE INDEPENDIENTE DEFINICION OPERACIONAL			TECNICA - LA ENCUESTA
	Problema E. 1	Objetivo E. 1	Hipótesis E. 1	El programa televisivo de entretenimiento será analizado mediante una encuesta a través de un cuestionario de preguntas que se le aplicará a los estudiantes de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima.			Se aplicará una encuesta como medio de recolección de información, consiguiendo el apoyo de los estudiantes y plana jerárquica de la institución. Para poder transformar los datos obtenidos en conocimiento de la situación actual de la conducta de los alumnos al visionar programas de entretenimiento.
	¿Cómo influyen los programas de Reality Show en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima?	Determinar cómo influyen los programas televisivos de Reality Show en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”	Los programas televisivos de Reality Show influyen negativamente en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”.				
	Problema E. 2	Problema E. 2	Hipótesis E. 2	VARIABLE DEPENDIENTE DEFINICION CONCEPTUAL			INSTRUMENTO
	¿Cómo influyen los programas de Talk-Show en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima?	Determinar cómo influye los programas televisivos de Talk – Show en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”	Los programas televisivos de Talk - Show influyen negativamente en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa “20820 Nuestra Señora de Fátima”.	La conducta de del individuo es algo dinámico, producto de fuerzas contrapuestas.			
	Problema E. 3	Problema E. 3	Hipótesis E. 3	VARIABLE DEPENDIENTE DEFINICION OPERACIONAL			El instrumento a utilizar será un cuestionario que está conformado por 20 preguntas (ítems) de opción múltiple, cuyas alternativas de respuestas son una adaptación de la escala de Likert, y organizadas en tres dimensiones temáticas sobre los programas de entretenimiento y tres dimensiones temáticas sobre la conducta de los alumnos de la institución.
¿Cómo influyen las series animadas en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima?	Determinar cómo influyen las series animadas en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima.	Las series animadas influyen negativamente en la conducta de los alumnos de la Institución Educativa 20820 Nuestra Señora de Fátima.	Será analizado en términos cuantitativos y análisis cualitativos considerando el grado de conducta de los estudiantes.				

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LOS PROBLEMAS DE CONDUCTA POR LA INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE ENTRETENIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DEL SEXTO GRADO DE PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA 20820 NUESTRA SEÑORA DE FATIMA, HUACHO 2018

ESTIMADO COLABORADOR:

La presente Encuesta tiene por objetivo recopilar información sobre la conducta de los estudiantes en su vida cotidiana y escolar

Huacho del departamento de Lima

Edad.....

Sexo.....

RECOMENDACIÓN:

Lea los enunciados detenidamente y marque con una equis (X) en casillero por pregunta Cada número equivale a:

5 = Siempre

4 = Casi Siempre

3 = A Veces sí a Veces

2 = Casi Nunca

1 = Nunca

I. PROGRAMAS TELEVISIVOS DE ENTRETENIMIENTO

N°		5	4	3	2	1
1	Miras la Televisión con frecuencia					
2	Ves Reality Show de Competencia "Esto es Guerra"					
3	Miras estos reality Show de Competencia con personas Mayores de edad					
4	Te parece provocativo las prendas que utilizan los participantes de estos programas					
5	En estos programas notas Ausencia de valores					
6	Considera agresivo, menospreciar a un compañero.					
7	Percibe mucha exigencia física en los participantes.					
8	Denota, trabajo en equipo en cada juego.					
9	Considera que hay participantes que no deberían de estar en el programa Reality Show Esto es Guerra					
10	Miras el programa de entretenimiento Combate					
11	Imitarías en concursos similares estos juegos de Combate o Esto es guerra					
12	Consideras que a tus familiares les gusta Combate y/o "Esto es Guerra"					
13	Consideras que a tus familiares les gusta Combate y/o "Esto es Guerra" Crees que los reality show como esto es guerra y combate ayudan a la culturización de valores					
14	Consideras que a tus amigos les gusta Combate y/o "Esto es Guerra"					
15	Percibes que viendo estos programas de entretenimiento cambia el comportamiento de tus amigos					
16	Dedicas más tiempo a ver los programas de Esto es Guerra y/o Combate que otras actividades					
17	Estás de acuerdo que los participantes de Esto es Guerra tengan un comportamiento agresivo al ganar					
18	Te gusta que los participantes de Esto es Guerra se pongan apodos entre ellos.					
19	Consideras que es correcto exponer en público los problemas familiares y/o sentimentales.					
20	Genera en usted humor, observar peleando a una pareja en la televisión.					
21	Piensa que debería de haber más programas con el formato "Tengo algo que decirte"					



FOTO N° 1: Fotografía al momento de hablar sobre el tema, observarlos y escuchar sus opiniones sobre el tema, de conducta ante los programas televisivos



FOTO N°2: Aplicación de las encuestas en los salones de 6to grado de primaria.



FOTO N° 3: Una foto de nosotros los tesistas al momento de realizar la encuesta.



FOTO N° 4: terminando de hacer las encuestas en el Colegio Fátima.