

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



**LA INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO Y
COMPETENCIA TELEVISIVA EN LAS CONDUCTAS IMITATIVAS DE LOS
ESCOLARES DE LA I.E.P. ANNIES SCHOOL**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el Grado Académico de Bachiller en Periodismo

PRESENTADO POR:

ALLISON ETHEL ARROYO OLIVARES

ASESOR:

LIMA – PERÚ

2019

INTRODUCCIÓN

Esta investigación está enfocada en cómo los programas de entretenimiento peruano dirigido a niños y jóvenes incide en algunas actitudes de los escolares por lo que en la etapa escolar es un proceso de crecimiento y pasan por cambios en sus actitudes, algunas de ellas adaptaciones y los programas que presentan en televisión nacional, en teoría son un entretenimiento sano, pero en la práctica no se percibe eso.

Mi investigación plantea informar si en perspectiva de los escolares, los niños realmente se sienten influenciados por los programas de entretenimiento o por los artistas de los programas.

Explicaremos por qué los distintos programas de entretenimiento, focalizándonos en uno de los más vistos a nivel nacional, deberían tener una producción más cuidadosa respecto a las personas que se presentan en televisión.

El interés personal que he tenido por realizar este problema de investigación consiste en que deseo conocer si realmente los programas de entretenimiento y sus celebridades, son los principales influenciadores en la conducta de el televidente que en este caso son niños y jóvenes porque este resultado podría ser motivo para influenciar en un mejor tratamiento de los programas de entretenimiento.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

Los programas de entretenimiento y competencia televisiva presentan un producto de tele realidad y además son los que tienen mayor rating en el Perú.

Expone las supuestas vivencias reales de los participantes que son escogidos por un determinado perfil, con actuaciones que despiertan el morbo, el chisme e ideas sexistas.

Los participantes reaccionan con palabras inapropiadas después de perder o ganar una de las competencias. Algunos de los participantes no tienen un vocabulario muy amplio por lo que en muchas ocasiones hacen comentarios con palabras vulgares.

Los conductores presentan a cada uno de sus participantes incentivando a vestirse o ser como uno de ellos porque representan a “el o la mejor artista del año”. Transmiten ideas del cómo se deben comportar y qué moda se debe seguir.

Los programas de entretenimiento y competencia peruano, dirigido a jóvenes y adultos son los que tienen mayor preferencia a nivel nacional, y de manera clandestina ha captado a la audiencia infantil.

Un niño o niña puede presentar conductas violentas, y se pueden volver más frecuentes, intensos y peligrosos, y estas conductas las apropian para relacionarse con los demás. Los niños toman como modelos a las personas con las que más tiempo pasan, en este caso de los adultos del hogar, no solo imitan conductas, sino que también aceptan sus comentarios, sin embargo, muchos de los niños pasan mucho tiempo viendo televisión y los actores de los programas se convierten en su modelo e imitan conductas porque su comportamiento aún está en formación.

Los niños construyen su propia realidad y es parte de su formación y crecimiento, sin embargo, existe la posibilidad de construir una realidad negativa, esta situación afectaría el futuro del niño y además da la posibilidad de que, sufra fuertes complicaciones en el estudio y más adelante en el trabajo. En el aspecto social, interrelacionarse puede complicarse porque no iría con la moral de sus compañeros.

La imitación es un tipo de aprendizaje en los niños y si todos los de su edad comparten ese mismo modelo, normalizan este comportamiento y actitudes frente a cierta situación. Expresiones, palabras, gestos, en general todo lo que el niño vea seguidamente lo va a repetir. Debe existir un control en la conducta por parte de los padres para que los niños lleguen a imitar buenas actitudes, por otro lado, los padres tienen la responsabilidad de controlar las horas de entretenimiento y el escoger qué tipo de entretenimiento tienen sus hijos para que no se vean afectados.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo inciden los programas de entretenimiento y competencia televisiva en las conductas imitativas de los escolares de la I.E.P. Annie´s School?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo los contenidos sexistas inciden en la construcción de la realidad del niño de los escolares de la I.E.P. Annie´s School?

¿Cómo el lenguaje inapropiado incide en la imitación de conductas negativas de los escolares de la I.E.P. Annie´s School?

¿Cómo la transmisión de estereotipos incide en la adquisición de estereotipos de los escolares de la I.E.P. Annie´s School?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.2 Objetivo general

Comprobar la incidencia de los contenidos sexistas en la construcción de la realidad de los escolares de la I.E.P. Annie´s School en el año 2019.

1.3.3 Objetivos específicos

Afirmar la incidencia de los contenidos sexistas en la construcción de la realidad del niño de los escolares de la I.E.P. Annie´s School.

Verificar la relación del lenguaje inapropiado y la imitación de conductas negativas de los escolares de la I.E.P. Annie´s School en el año 2019.

Confirmar que la trasmisión de estereotipos incide en la adquisición de estereotipos de los escolares de la I.E.P. Annie´s School.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

Se va a utilizar la teoría de la tesis Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra, que mencionan que los programas de entretenimiento y competencia se involucran en varios aspectos de la formación de los niños además menciona sobre las dimensiones del éxito de estos programas y las aportaciones negativas a la formación de los niños.

1.4.2 Metodológica

En el aspecto metodológico el estudio utiliza el método científico como el deductivo-inductivo, comparativo, descriptivo que nos va a permitir manifestar la naturaleza y las características de las variables que se van a estudiar; además se va utilizar la técnica de la observación y la encuesta , la primera para conocer los rasgos que definen la conducta del niño y la segunda a través de un cuestionario para confirmar que los niños, si observan programas de entretenimiento y competencia y la relación de su preferencia televisiva con su conducta imitativa.

1.4.3. Práctica

Con los resultados de la presente investigación se va a aclarar y mejorar el conocimiento respecto al problema de estudio relacionado a los programas reality y el comportamiento de los niños, y aquellos son los que más se sienten afectados por la difusión indiscriminada de dichos programas. Así mismo los beneficiarios directos serán los mismos alumnos de la institución educativa donde se está contextualizando el estudio, y con la posibilidad de extenderse a otras instituciones educativas de similar naturaleza. Igualmente, los resultados servirán para que las autoridades de la Institución Educativa adopten estrategias específicas para que los efectos no sean negativos en la formación de su personalidad y comportamiento.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

El desarrollo de la presente investigación corresponde a un periodo de tiempo de seis meses desde agosto a enero, tiempo en el que se va a desarrollar el contenido global de la investigación.

1.5.2 Espacial

El estudio se desarrolla en el aspecto teórico en las instalaciones de la Universidad Jaime Bausate y Meza y en la parte experimental exclusivamente en la Institución Educativa Nuestra Señora de la Asunción, San Juan de Miraflores, en 2019. Dicha institución es de nivel primario, perteneciente a la Ugel N.º 01.

1.5.3 Social

La institución en referencia, por estar próxima a mercados formales e informales, tiene como padres de familia, en su mayoría comerciantes minoristas, muchos de ellos ambulantes, por lo cual sus hijos tienen los materiales de enseñanza necesarios para desarrollar sus capacidades. Por esta misma razón no cuentan con el apoyo de sus padres para reforzar su aprendizaje, ni para controlar las horas que deben estar en la televisión, así como para racionalizar los programas que ellos deben observar.

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

2.1 Marco histórico

Manuel Arboccó y Jorge O'Brien Arboccó. (2012). Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. 2012, de UNIFE Sitio web: http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_5.pdf

2.2 Antecedentes de la investigación

Nacional

Víctor, B. (2014) “El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012”, (tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, contempla como su objetivo general, describir el impacto de los programas de entretenimiento de la televisión en la formación y desarrollo de la identidad cultural de los alumnos.

La investigación concluye que, estos programas tienen un contenido caracterizado por la violencia en el logro de metas. Esto se demuestra en la descripción del contenido de los programas. Además, menciona que los participantes se convierten en personajes de ficción que, recalcan el esfuerzo físico, el individualismo y actitudes irreales e racionales.

Centeno, R. (2016) “Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra” (tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, expone como su objetivo general, analizar el contenido de los programas juveniles Combate y Esto es Guerra y evaluar su contenido de violencia, sexismo, chismes, escándalos y morbo, en perjuicio especialmente de los niños y adolescentes que consumen estos programas. Precisamente en estos componentes radicaría el secreto del éxito de estos programas, lo que ha llevado a los canales de TV a masificar sus propuestas de realities, farándula y todo lo que es considerado como TV basura.

Esta investigación presenta una investigación cuantitativa, trabajando con 10 capítulos del programa y 25 escolares del nivel secundaria. Un precedente que confirma la gran influencia y las posibles consecuencias trágicas que, pueden tener en los niños. Reconociendo que una niña de 8 años murió imitando uno de los juegos del programa reality.

Rodríguez, D. (2014). “Los programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I. e. no 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho, 2014.” (tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, plantea el siguiente objetivo: Determinar la relación que existe entre los programas televisivos de concurso y el comportamiento de los estudiantes. Esta investigación cuantitativa utiliza la metodología empírico analítico y trabajó como muestra a los alumnos del tercer ciclo de Educación Primaria de la I.E. N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho de Cajamarquilla, 2014.

La investigación concluye que, sí existe una relación directa entre los programas de televisión de concurso y el comportamiento de los estudiantes del nivel primario.

Internacional

Guillén, M. (2016) “La televisión y la conducta agresiva de los niños” (tesis de licenciatura). Universidad de Cuenca, Ecuador, plantea como objetivo específico de investigar la influencia de los programas televisivos en el comportamiento de los niños. La investigación fue trabajada cualitativamente y llegó a la conclusión de que los medios de comunicación son importantes para el aprendizaje del niño sin embargo resulta perjudicial cuando ellos ven programas como contenido negativo porque a su corta edad aún no diferencian entre lo real e irreal, es por eso que imitan todo creyendo que están en lo correcto.

Picoita, J. (2014) “los programas infantiles transmitidos por televisión y su incidencia en el desarrollo socioafectivo de los niños y niñas de preparatoria, primer grado de educación general básica de la escuela “General Juan Lavalle” de la ciudad de Riobamba. período lectivo 2013-2014.” (tesis de licenciatura) Ecuador, presenta como objetivo general, determinar la incidencia de los programas infantiles transmitidos por la televisión en el desarrollo socioafectivo de los niños y niñas de preparatoria, primer grado de Educación General Básica de la Escuela “General Juan Lavalle”.

La investigación científica deductiva, inductiva y descriptivo trabajó como muestra con los niños y niñas de preparatoria, primer grado de educación general básica de la Escuela General Juan Lavalle. Se concluyó que, “El Desarrollo Socio Afectivo incluye los procesos de actualización del conocimiento del entorno y de sí mismo, que permiten la significación y reconocimiento de conductas afectivas en el propio sujeto y en los demás, con el fin de alcanzar una mejor adaptación en el medio”.

Hermida, M. (2018) “Inferencia de la televisión basura en la conducta de los adolescentes del Ecuador” (tesis de licenciatura), Ecuador, expone su objetivo general, inferir sobre los efectos de la televisión basura

en las conductas de los adolescentes en Ecuador, mediante una investigación documental para la puesta en práctica de nuevas propuestas televisivas. El tipo de investigación es cualitativo.

2.3 Marco teórico

2.3.1 Bases teóricas de la Variable 1

2.3.1.1 Concepto

Los programas de entretenimiento y competencia televisiva, en el Perú están catalogados como parte de la “televisión basura” que involucra a los programas sensacionalistas, de farándula y chismes que son los que más se producen en los canales y en la radio. El éxito de los programas concurso es incomparable, la audiencia aumenta mientras en otras producciones televisivas el público reduce y efectivamente el rating también, como sucede con los programas culturales y educativos de TV Perú- canal 7; y algunos canales de paga y tv cable.

Se han realizado campañas ciudadanas, a las que, compañías e instituciones se han sumado, con el fin de modificar el contenido que brindan programas como Esto es guerra y como segunda opción sacarlos del aire porque no favorecen a los ciudadanos.

Se conoce además que existe un aparente monopolio con los medios de comunicación, es por ese motivo que algunos columnistas, como sucedió con Fernando Vivas Sabroso, no critica directamente al programa “Esto es Guerra”, pero sí critica a los denominados programas basura, ocurre que, el comercio y canal 4 (donde se emite el programa esto es guerra) pertenecen a la misma corporación.

2.3.1.2 Descripción

Se han ejecutado marchas de protesta con miles de ciudadanos que indignados reclamaban un cambio en la televisión peruana, impulsadas por redes sociales se lanzaron grandes campañas hasta se publicaron en los medios de comunicación del país.

La vigencia y el éxito de estos programas a pesar de ser considerados programas basura y negar algún aporte a la formación de la mayoría de sus seguidores que son niños y adolescentes en su producción, es difícil de explicar.

Se debe considerar además que, los niños consumen su contenido, así como consumen todo lo que acontece y trasciende en diversos medios de comunicación.

El Consejo Consultivo de Radio y Televisión, realizó un estudio en el que la mayoría de la población prefiere ver los programas de entretenimiento.

Estos formatos televisivos le dan al público lo que busca que es un formato ligero y fácil de manejar porque permite generar cambios en las reglas a diferencia de otros formatos, el manejo del programa y saber dar información que el público quiere ver y escuchar hizo que el rating aumente o se mantenga alto, son resultados de lo que exige el mercado peruano.

El programa que tiene mayor acogida es “Esto es Guerra” que inició como un segmento del programa “Dos para las 7”, después de lograr seguidores y auspiciadores se lanzó el programa reality para hacer competencia en ese entonces a “Combate”. Luego de notar la gran acogida de “Esto es Guerra” incentivo a que “Combate” salga del aire, pero para fusionarse con “Esto es Guerra” presentándose en el canal 4, esta decisión llevó a la cima a los participantes de los 2 programas, dejando solo un conductor por programa.

La originalidad e innovación en sus programas fue beneficioso, los resultados se vieron en el rating obtenido que supera a varios otros programas.

En el programa se incentiva a romances, esta forma de llamar la atención del público se observó desde sus inicios con el romance de Sully Sáenz y Yaco Eskenazi que, protagonizan coqueteos y juegos que daban inicio a especulaciones. Los besos y los acercamientos llamaron la atención, sin embargo, no existe una formalización. Acabado el programa, comienzan las reproducciones de lo más “llamativo” del programa y es reemitido por diversos medios televisivos, radiales y escritos.

Siendo seguidor del programa o no, mediante otros medios nos enteramos lo que sucedió en el programa. Así uno de los participantes se involucre con alguien fuera del programa, la producción está atenta para poder involucrarse en el reality y conseguir más rating.

Existieron otras relaciones que también causaron y siguen causando polémica en los medios de espectáculo, como el caso de Nicola Porcella y Angie Arizaga, pareja que después de los coqueteos mostrados en TV desde la primera temporada, llegaron a ser una de las parejas favoritas y por ese motivo fueron los únicos participantes confirmados para la siguiente temporada. En el año 2013, una nueva temporada y se mantenía la misma técnica que, hacía que mantengan a sus seguidores. Se presentaron problemas cuando la madre del hijo de Porcella hizo comentarios sobre la relación aludiendo que, la relación entre ellos no era real. Esto también generó mayores seguidores para Angie y el programa lo notó,

pero a pesar de ello, los 2 participantes renuncian al programa. Sin embargo, a los pocos días regresaron para difundir lo que el público estaba pidiendo, demostraciones de amor.

El caso de la modelo venezolana Korina Rivadeneira y Gino Pesaressi, fue distinto al de los antes mencionados. En este caso las especulaciones, las notas de espectáculo sobre ellos empezaron a lanzarse a partir de la ruptura de la relación. Los medios de comunicación cubrían en su mayoría a Gino Pesaressi y las salidas con diferentes chicas, en el programa se le relaciona con Natalie Vertiz, pero durante su relación se le involucró con Michelle Soifer, esto ocasionó un arranque de celos por parte de Vertiz que culminó un llanto que tuvo una alta cobertura en los días posteriores.

La presentación de jóvenes extranjeros Rafael Cardoso y Carol Reali o “Cachaza” que se sumaban al coqueteo televisivo, participaban con emoción en los juegos más ardientes del concurso. Ellos terminaron por confirmar que son pareja, luego de este anuncio han protagonizado algunas escenas de celos al aire, más aún después de que una revista publicó fotos de Rafael saliendo con una ex concursante del programa “Esto es Guerra”.

Melissa Loza y Guty Carrera, es la pareja que más tiempo estuvo en las portadas de diarios populares y en las notas de programas de farándula.

El joven hijo de la ex modelo Edith Tapia durante el programa seducía a Melissa desde que la modelo llegó al programa. Los otros medios de comunicación también ayudaron lanzando fotografías de encuentros fuera del horario de grabación. Luego de esas noticias claro que, públicamente Guty le pidió de rodillas ser su pareja. A esta historia que parecía una novela para los espectadores, se sumó otra participante externa que, es la mamá de Guty, quien mostraba su desagrado con la relación.

En el presente año 2019 se sigue mostrando estas actitudes negativas como la publicada el 13 de noviembre, se observa Rafael Cardozo desafiando y gritando a sus compañeros.

El programa “Esto es guerra” con la finalidad de lograr sus objetivos de audiencia y comerciales “juegan en pared” con los programas de farándula y los espacios de espectáculo de los noticieros, que anuncian las “noticias” de interés relacionadas los participantes del programa y los escándalos y nuevos romances. Es como una alianza porque todos ganan, los concursantes, el programa de concurso y entretenimiento y los espacios de farándula y espectáculo, que tiene como fin atrapar a sus espectadores entre niños, jóvenes y adultos. A esto se le suma la repercusión de las noticias, generadas por diarios populares y también de

los medios considerados serios como La República y El Comercio, también la difusión en las redes sociales.

Según varias encuestas los programas de televisión preferidos son los de concursos, entretenimiento, competencia y miniseries en el caso de adolescentes, y en el caso de los niños son los dibujos animados, los concursos, entretenimiento, competencias y miniseries.

Las razones por la que eligen estos programas los niños es que entretienen, divierten y por sus juegos y concursos.

El sexismo abarca actitudes que causan la desigualdad, la diferencia en jerarquía respecto al trato que reciben las personas basándose en la diferencia sexual como se comprende.

El contenido de los medios de comunicación que involucran discriminación de género conlleva a involucrar y comprometer a periodistas, mujeres y hombres, de todos los medios de comunicación, incluyendo las redes sociales con los colectivos Ni Una Menos que, desde el 2016 constituyeron un hito en la historia de nuestro país.

Los casos de violencia de género se volvieron frecuentes en los medios periodísticos, sin embargo, ahora son temas de artículos de opinión, editoriales y reportajes. Lo que el estado y la sociedad busca es la erradicación, además se conoce que se encuentra en una de las prioridades de la Agenda Pública Nacional.

Se reconoce un cambio respecto a la manera en que se informa, trata, difunde y se juzga casos relacionados a la agresión a mujeres y feminicidios. El MIMP cuenta con una Guía llamada “Comunicando igualdad” con el fin de que el enfoque de género se incorpore. Esta herramienta es utilizada por profesionales que ejecutan procesos comunicacionales.

En este aspecto se debería incluir a quienes participan en los distintos programas de entretenimiento porque aún vivimos en una sociedad en la que en muchas oportunidades se diferencia al hombre y la mujer, no solo por una cuestión física, sino que, también en las posibilidades, imposiciones y limitaciones. Además, relacionado al sexismo o actitudes sexistas están los prejuicios que son opiniones preconcebidas, por lo general son negativas y van dirigidas a otra persona.

Estos prejuicios conllevan a las burlas hacia la persona que se discrimina o de la que se ha opinado sin confirmar lo dicho.

Contenido sexista: “Nuestra cultura continúa siendo sexista, entendiendo por sexismo cuando se designan actitudes que causan la desigualdad la jerarquización en el trato que reciben las personas sobre la base de la diferenciación sexual”

- Barzabal L. & Jiménez A. (2005). Enseñemos a discriminar estereotipos sexistas en la televisión. febrero 25, 2005, de Dialnet Sitio web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929133>

“Las calificaciones de “jugadora”, “roba maridos”, “resbalosa”, “zorra” aluden a comportamientos contrarios al “deber ser” de una mujer. De ese modo, se refuerza la concepción sexista de los roles femeninos en la sociedad, según la cual la conducta sexual de una mujer es un aspecto principal, sino el más relevante, para calificarla de “decente”. Asimismo, se utilizan discursos contrapuestos sobre el cuerpo femenino –propios de la concepción sexista– según las cuales el cuerpo femenino es un arma de seducción pero a la vez el baluarte de su “decencia”.”

- Vargas M. (2012). Análisis de la imagen de las mujeres en la programación televisiva transmitida en Lima. Abril, 2012, de CONCORTV Sitio web: <http://www.concortv.gob.pe/file/informacion/mediatica/2012-04-mery-vargas-analisis-imagen-mujeres-programacion-televisiva-lima.pdf>

“Los medios de comunicación con contenido sexista son el inconsciente de una sociedad afectada o emponzoñada de estereotipos determinantes en cuanto al papel de las personas diferenciadas por su sexo. Entonces surgen las incógnitas, si es la publicidad la que crea una imagen deformada de la sociedad o por el contrario al aceptar y aprobar este tipo de actitudes la sociedad exhibe y consume su propia imagen.”

- Canales J., Aguilar T. & Carranza A. (2016). Reflexiones sobre la presencia del sexismo en los medios de comunicación. febrero 05, 2016, de Universidad Cesar Vallejo Sitio web: <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/JANG/article/view/671>

[“Los hombres que ven realidades de competencia, frente a la palabra estímulo MUJER, destacan, en un mayor porcentaje, la belleza de la mujer en el aspecto físico, en tanto que es reforzada por la cualidad física de ser linda, con rasgos de inteligencia \(60 %\)”](#)

- Quintana A., Grajeda A., Malaver C., Medina N., Montgomery W. & Ojeda G., (2017). Programas televisivos preferidos por los adolescentes de Lima y sus representaciones de violencia de pareja estereotipo de género y sexismo ambivalente. noviembre 21, 2017, de Facultad de Psicología UNMSM Sitio web: <https://pdfs.semanticscholar.org/9f62/74d93690d59a08492e883533cd7dd8061474.pdf>.

“Los medios de comunicación han sido descrito como recursos de poder y control, difusores de información para el funcionamiento social, espacios públicos donde se discuten asuntos nacionales e internacionales, fuente de definiciones e imágenes de la realidad social y de valores culturales, desarrolladores de fama y origen de significados que dictan lo que es “normal” en la sociedad”

- Cardona E., (2017). Análisis de las manifestaciones sexistas relacionadas a las "infotainers" en los programas de chismes Lo sé todo y Dando Candela. diciembre 01, 2017, de Ingenios Sitio web: http://www.ingeniosupr.com/vol_41/2017/12/1/y0y19304jmvueguadfhisko041bbj

“La idea que venden estos formatos se acercan a cánones de belleza ajenos a nuestra realidad racial y fenotípica. En primera instancia, se promueven cuerpos delgados y atléticos, que distan mucho de las curvilíneas formas peruana alimentadas con lomo saltado y demás maravillas de nuestro empalagoso boom gastronómico”

- Olivera M., (2014). Los 4 programas de tv peruana que creen que la mujer es un objeto. mayo 28 , 2014, de La Mula Sitio web: <https://feministas.lamula.pe/2014/05/28/los-4-programas-de-tv-peruana-que-creen-que-la-mujer-es-un-objeto/milagros.olivera/>

“En la abrumadora mayoría de programas, la preferencia por los rasgos europeos no se encuentra aislada de otras nociones de perfección física, como ser alto y delgado. Esto incluye a los presentadores de noticias, los participantes en realities y los conductores de la mayoría de los programas. De todas estas características, la baja estatura es la que se puede pasar por alto, si la persona cumple con los otros requisitos (Bruno Pinasco, Melania Urbina, Norma Martínez). En muchos casos una persona que escapa de este molde se expone a ser sujeto de burlas o a que ni siquiera se le mencione por su nombre. Es frecuente que, para considerar a cabalidad el rol humorístico de un personaje, se le prefiera con todas estas características”

- Ardito W., (2014). Discriminación y programas de televisión. mayo, 2014, de Academia Sitio web: [file:///C:/Users/allison/Downloads/Discriminacion en la Television Peruana..pdf](file:///C:/Users/allison/Downloads/Discriminacion%20en%20la%20Television%20Peruana..pdf)

El uso de lenguaje inapropiado puede ofender a la otra persona, es decir se estaría humillando o despreciando mediante palabras. Con lenguaje inapropiado nos referimos a palabras groseras, vulgares y soeces.

Respecto a la vulgaridad, calificamos como tal a las palabras o frases utilizadas por un colectivo o mayoría de una sociedad pero que no están correctamente dichas o escritas.

Se debe tener en cuenta que, el lenguaje inapropiado en algunas oportunidades conlleva a tener actitudes disruptivas porque mayoritariamente las palabras inadecuadas en medios de comunicación son utilizadas cuando existe un reclamo, molestia o disconformidad.

“El lenguaje sensacionalista es la principal característica en la identificación de un programa como telebasura. Los insultos, el lenguaje malsonante la utilización de términos “morbosos” o adjetivos peyorativos se convierten en parte imprescindible de este tipo de contenidos”

- Ferrer R., (2016). Calidad televisiva y "mala" televisión (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Sitio web: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399452/rmfc1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

“El discurso televisivo como tal coordina lengua e imagen donde el fundamento lingüístico desarrolla varios trabajos: entretener, persuadir, incitar, representar y un sin número de funciones más. Este elemento lingüístico es manifestado por una serie de personas y presentadores dentro de estos programas de televisión, de los cuales, percibimos su imagen, pero, sólo podemos conocerlos o acceder a él a través de su discurso, por lo que sus acciones podrían no ser las mismas que vemos a través de la pantalla, entonces el público podría recibir una realidad modificada de lo que ven.”

- Aroca, F. (2013). La televisión observada desde el Área Lenguaje y Comunicación en estudiantes secundarios. 2013, de Universidad del Bio – Bio Sitio Web: http://repositorio.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2019/1/Aroca_Arroyo_Felipe.pdf

“En televisión, el lenguaje no solo se caracteriza por el texto, sino también por la imagen, el sonido, la voz y otros elementos que lo convierten en un vehículo del pensamiento más complejo y que merece una mayor coordinación para transmitir un resultado: el mensaje audiovisual.”

- Bautista, C. El lenguaje en la televisión, diciembre 16, 2017, de Medium Sitio Web: <https://medium.com/@catherinebautista/el-lenguaje-en-la-televisi%C3%B3n-84b27cfabf77>

[“América TV firmó un Pacto de Autorregulación que publicó en su cuenta oficial en Facebook. Representado por Eric Jürgensen, gerente general y director de programación del canal, especificó los](#)

alcances de esta iniciativa que busca promover el respeto hacia la persona, la familia, la sociedad y la legislación vigente.”

- RPP (2016, setiembre, 2016) Programas de entretenimiento de América TV firman pacto de autorregulación, RPP Sitio Web <https://rpp.pe/tv/peru/programas-de-entretenimiento-de-america-tv-firman-pacto-de-autorregulacion-noticia-993666?ref=rpp>

“Es incuestionable la influencia de los medios de comunicación sobre la población escolar. Podríamos citar muchos ejemplos extraídos de la vida cotidiana. Tampoco es preciso destacar que el trabajo que afrontan hoy lo maestros para educar a chicos y chicas de acuerdo con una escala de valores cuesta más cada vez de justificar, es una ardua tarea, porque a menudo los valores positivos, deseables, como justicia, dignidad, responsabilidad, libertad, equidad, respeto, entre otros, no son fáciles ni de transmitir ni de alcanzar”

- Buxarrais, M. & Tey, A. El lenguaje televisivo soez como indicador ético de la cultura de una sociedad, de Academia Sitio Web https://www.academia.edu/1601461/El_lenguaje_televisivo_soez_como_indicador_%C3%A9tico_de_la_cultura_de_una_sociedad

“Se trataría sí, quizás, de que las malas palabras en la televisión y los videojuegos alterarían el lenguaje infantil, aunque el efecto final en la conducta sería mucho más complejo.”

- Norton, A. (2011, octubre, 20). Asocian uso de lenguaje soez en TV con agresividad infantil. Público. Sitio Web <https://www.publico.es/actualidad/asocian-lenguaje-soez-tv-agresividad.html>

Transmisión de estereotipos: “La mala televisión o el mal empleo de la televisión, ya lo vemos, exagera nuestras tendencias más egoístas y destructivas. El tema de la violencia es recurrente. observemos cómo: La violencia asolapada, a través de estereotipos, bromas de mal gusto, las influencias casi subliminales, entre otras formas.”

- Arboccó, M. & O'Brien, J. Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes, de Unife Sitio Web http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_5.pdf

“Se trata de un tema que a priori parece superado en la sociedad actual, pero ante el que cabe una mayor reflexión, sobre todo cuando leemos titulares de prensa como los siguientes: “Los jóvenes mantienen estereotipos sexistas que alimentan la violencia de género” (La Vanguardia, 12/02/2015), “Suben los casos de violencia machista entre las más jóvenes y las mayores” (El País, 05/05/2015), “La menor asesinada

en Tàrrega es la víctima de violencia machista más joven del 2013” (La Vanguardia, 08/10/2012) o “La joven asesinada en Málaga, víctima de la violencia de género” (29/07/2014)”

- Roche, E. Los estereotipos de género en la programación televisiva que ven los adolescentes, julio, 2015, de Universidad de Cantabria. Sitio Web <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6816/RocheDiezElena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

“No existe en el Perú un desarrollo similar de la opinión pública, ni una sensibilidad de los anunciantes o las propias televisoras, ni siquiera frente a la difusión de los estereotipos más ofensivos, como la situación de la mujer en los realities.”

- Ardito, W. Consultoría sobre estereotipos y discriminación en la televisión peruana, junio 07, 2017, de Ministerio de Cultura Sitio Web <https://alertacontraelracismo.pe/estereotipos-y-discriminaci%C3%B3n-en-la-televisi%C3%B3n-peruana>

2.3.2 Bases teóricas de la variable 2

2.3.2.1 Concepto

“El agresor aprende que la amenaza es una respuesta agresiva principalmente por imitación.”

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

“El aprendizaje por imitación es la adquisición de nuevas conductas por medio de la observación se da de forma inmediata, además, en los niños y niñas fortalece la capacidad de identificar roles, por tanto, dentro de la educación dicho aprendizaje constituye como un proceso eficaz.”

Zurita, M. (2018) El aprendizaje por imitación y la identificación de roles en los niños y niñas de la Unidad Educativa Madre Gertrudis del Cantón Cevallos Provincia del Tungurahua. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato.

2.3.2.2 Descripción

Imitación de conductas negativas: “Cuando los soportes de una sociedad fallan o resultan insuficientes en la formación del individuo, este se encuentra frente a un gran número de estímulos y modelos que lo impulsan a desarrollar conductas violentas y antisociales.”

- Zenayuca, M. & Zegarra, L. (2018). Influencia de los programas de la televisión en la conducta de los niños y niñas del V ciclo de educación primaria de la Institución Educativa Particular “Cristian Barnard” del Distrito de Cayma - 2017 (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa.

“El aprendizaje por imitación es la adquisición de nuevas conductas por medio de la observación se da de forma inmediata, además, en los niños y niñas fortalece la capacidad de identificar roles, por tanto, dentro de la educación dicho aprendizaje constituye como un proceso eficaz.”

- Lázaro, H. & Rodríguez, M. (2014) Taller “Gota de Paz” para disminuir la agresividad en los niños de 5 años de la institución educativa N° 215- de la Ciudad de Trujillo en el año 2014. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.

“La Teoría del Aprendizaje Social desarrollada por Bandura (1973) afirma que las conductas agresivas pueden aprenderse por imitación u observación de la conducta de modelos agresivos y considera la frustración como una condición facilitadora, no necesaria, de la agresión.”

- Muñoz, J. (2015). Expresión de ira y violencia escolar: Estudio en una muestra de alumnos de E.S.O. de la Región de Murcia. (Tesis doctoral) Universidad de Murcia.

Construcción de la realidad del niño: “Si se considera que la realidad social es construida, se ha de admitir que la infancia y el concepto de participación son también construidos. Son constructos elaborados en las prácticas e interacciones sociales, que son compatibilizados en las redes sociales en las que participamos. Sin embargo, asimismo como toda realidad, se nos presentan como naturales y necesarias. No es, por tanto, que haya realidades y otras falsas realidades, sino que todas son construidas. Necesitamos representarnos el mundo para vivir.”

- Montañés, M. (2015) La participación de la infancia desde la infancia. La construcción de la participación infantil a partir del análisis de los discursos de niños y niñas. (Tesis doctoral) Universidad de Valladolid.

“En medio de estas contradicciones, los niños construyen su subjetividad a partir del juego, de la interacción con sus amigos y amigas, el canto, el baile, el compartir con sus maestras, presentándose ante la sociedad, no solamente como sujetos de derecho sino, como seres humanos que construyen una realidad de acuerdo a las condiciones que recrean en su contexto, condiciones que se dan en el espacio de flujos del mercado, de lo versátil y lo inestable.”

- Concha, D. (2009) Construcción de la subjetividad en niñas y niños de 5 y 6 años desde las interacciones sociales cotidianas. (Tesis de Maestría) Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

“En medio de estas contradicciones, los niños construyen su subjetividad a partir del juego, de la interacción con sus amigos y amigas, el canto, el baile, el compartir con sus maestras, presentándose ante la sociedad, no solamente como sujetos de derecho sino, como seres humanos que construyen una realidad de acuerdo a las condiciones que recrean en su contexto, condiciones que se dan en el espacio de flujos del mercado, de lo versátil y lo inestable.”

- Aznar, I. & Fernández, F. (2004) Adquisidor de estereotipos sexuales a través de los medios comunicación. Revista Científica de Comunicación y Educación. Perú Sitio Web: <file:///C:/Users/antho/Downloads/Dialnet-AdquisicionDeEstereotiposSexualesATravesDeLosMedio-1049934.pdf>

2.4 Marco conceptual

- **Escolares**
- **Televisión**
- **Conducta**
- **Influencia**
- **Imitación**
- **Estereotipos**
- **Sexismo**
- **Realities**
- **Entretenimiento**
- **Lenguaje**
- **Discriminación**
- **Prejuicios**

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis de Investigación

Hipótesis general

Los programas de entretenimiento y competencia y televisiva incide de manera negativa en las conductas imitativas de los escolares de la I.E.P. Annie`s School.

Hipótesis específicas

Los contenidos sexistas inciden en la construcción de la realidad de los escolares de la I.E.P. Annie`s School.

El lenguaje inapropiado incide en la imitación de conductas negativas de los escolares de la I.E.P. Annie`s School.

La transmisión de estereotipos incide en la adquisición de estereotipos de los escolares de la I.E.P. Annie`s School.

3.2 Variables de investigación

3.2.1 Definición conceptual

3.2.1.1 Programas de entretenimiento

Los programas de entretenimiento y competencia televisiva, en el Perú están catalogados como parte de la “televisión basura” que involucra a los programas sensacionalistas, de farándula y chismes que, son los que más se producen en los canales y en la radio. El éxito de los programas concurso es incomparable, la audiencia aumenta mientras en otras producciones televisivas el público reduce y efectivamente el rating también, como sucede con los programas culturales y educativos de TV Perú- canal 7; y algunos canales de paga y tv cable.

3.2.1.2 Conductas imitativas

“El agresor aprende que la amenaza es una respuesta agresiva principalmente por imitación.”

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

“El aprendizaje por imitación es la adquisición de nuevas conductas por medio de la observación se da de forma inmediata, además, en los niños y niñas fortalece la capacidad de identificar roles, por tanto, dentro de la educación dicho aprendizaje constituye como un proceso eficaz.”

Zurita, M. (2018) El aprendizaje por imitación y la identificación de roles en los niños y niñas de la Unidad Educativa Madre Gertrudis del Cantón Cevallos Provincia del Tungurahua. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato.

3.2.2 Definición operacional

Este proyecto de investigación tiene dos variables:

Una variable independiente que es: Programas de entretenimiento y competencia, que consta de las siguientes dimensiones:

- Contenido sexista, cuyos indicadores son: Discriminación, prejuicios y la burla.
- Lenguaje inapropiado cuyos indicadores son: ofensas, mal manejo del lenguaje y potenciar actitudes disruptivas.
- Transmisión de estereotipos, cuyos indicadores son: influencia en el vestido, influencia cultural e influencia interpersonal.

Una variable dependiente que es: Conductas imitativas de los escolares, que consta de las siguientes dimensiones:

- Imitación de conductas negativas, cuyos indicadores son: Modelos de aprendizaje, hábitos y conductas autodestructivas.
- Construcción de la realidad del niño, cuyos indicadores son: Construcción social, empírico y vida cotidiana.

- Adquisidor de estereotipos, cuyos indicadores son: alienación, condicionado e identidad.

A su vez, se aplicó la escala de Likert para medir las respuestas aplicadas en el instrumento a usar en esta investigación, que consta de la siguiente asignación de valores: Totalmente en desacuerdo (Valor: 1), En desacuerdo (Valor: 2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (Valor: 3), De acuerdo (Valor: 4) Totalmente de acuerdo (Valor 5).

Estos datos se especifican en la “Matriz de operacionalización de variables”. En este sentido, se identifican, las dimensiones, los indicadores, las categorías y la estructura del instrumento, de acuerdo a la naturaleza de estudio, como figura en la matriz siguiente:

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

(Para Instrumentos: cuestionarios cerrados/listas de cotejo/Test o pruebas estandarizadas)

VARIABLE X: Los programas de entretenimiento y competencia				
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
Contenido sexista	Discriminación	¿Es frecuente la discriminación en los programas de entretenimiento y competencia?	Nominal	1
	Prejuicios	¿Los prejuicios sexistas son usuales en el programa de entretenimiento y competencia?	Nominal	2
	Burla	¿Es usual observar burlas hacia la persona de otro sexo en los programas de entretenimiento y competencia?	Nominal	3
Lenguaje inapropiado	Ofensas	¿Es usual escuchar frases ofensivas en un programa de entretenimiento y competencia?	Nominal	4
	Mal manejo del lenguaje	¿Se percibe el mal manejo del lenguaje en los programas de entretenimiento y competencia?	Nominal	5
	Potenciar actitudes disruptivas.	¿Es recurrente observar actitudes inadecuadas potenciadas con lenguaje inapropiado en los programas de entretenimiento y competencia?	Nominal	6

Trasmisión de estereotipos	influencia en el vestido	¿La vestimenta se ve influida por los programas de entretenimiento y competencia?	Nominal	7
	influencia cultural	¿La cultura se ve influida por los programas de entretenimiento y competencia?	Nominal	8
	influencias interpersonales	¿La influencia interpersonal es transmitida por los programas de entretenimiento y competencia?	Nominal	9

VARIABLE Y: Conductas imitativas de los escolares				
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
imitación de conductas negativas	Modelo de aprendizaje	¿El modelo de aprendizaje de conductas negativas es imitado por los escolares?	Nominal	<u>10</u>
	Hábitos	¿Los hábitos negativos son consecuencia de la imitación de conductas de los escolares?	Nominal	<u>11</u>
	Conductas autodestructivas	¿Las conductas autodestructivas son imitadas por los escolares?	Nominal	<u>12</u>
construcción de la realidad del niño	Construcción social	¿La construcción social es formada a partir de las conductas imitadas por los escolares?	Nominal	<u>13</u>
	Empírico	¿Las experiencias empíricas construyen la realidad del niño basadas en las conductas imitativas de los escolares?	Nominal	<u>14</u>
	Vida cotidiana	¿Se vuelve parte de la vida cotidiana cuando es frecuente la conducta imitativa del escolar?	Nominal	<u>15</u>
Adquisición de estereotipos	Alineación	¿La alienación se ve influida por los estereotipos imitados por los escolares?	Nominal	<u>16</u>
	Condicionado	¿Se ven condicionados a imitar conductas transmitidas por los programas de entretenimiento y televisión?	Nominal	<u>17</u>

	Identidad	¿La identidad se ve influida por los estereotipos imitador por los escolares?	Nominal	18
--	-----------	-------------------------------------------------------------------------------	----------------	-----------

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.3.1 Tipo de investigación

Esta investigación pertenece al carácter descriptivo, perspectiva, transversal (se utiliza una sola vez, aplicada, tal como señala el libro de Hernández Sampieri, edición del año 2016, en el cual indica que con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”

Hernández, R. (2016). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill Education.

3.3.2 Nivel de investigación

Esta investigación alcanzará un nivel descriptivo según el libro de Roberto Hernández Sampieri, edición del año 2016, en el cual indica que “los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se medirá (qué conceptos, variables, componentes, etc.) y sobre qué o quiénes se recolectarán los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos)”

Hernández, R. (2016). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill Education.

3.3.3 Diseño de contrastación de hipótesis

La presente investigación obedece el diseño no experimental, tal como lo expresa el libro de Hernández Sampieri, edición del año 2016, en el cual indica que “el diseño no experimental podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables.

Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos”

Hernández, R. (2016). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill Education.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población son los escolares de la Institución Educativa Annie´s School

3.4.2 Muestra

La muestra son los alumnos del 6to grado de primaria de la Institución Educativa Annie´s School.

3.5 Métodos de investigación

Esta investigación corresponde al método hipotético-deductivo, tal como lo expresa el libro de Roberto Hernández Sampieri, edición del año 2016, en el cual indica que “el método hipotético-deductivo se centra en la elaboración de una hipótesis, como un criterio previo un acercamiento hacia la respuesta de las interrogantes de la investigación”.

Hernández, R. (2016). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill Education.

3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas

Para el proyecto de investigación se usa técnicas de análisis documental y encuesta.

3.6.2. Instrumento (confiabilidad y validez)

Para llevar a cabo el estudio de este proyecto de investigación se realizó un cuestionario de 18 preguntas, con 5 alternativas: Muy de acuerdo, De acuerdo, Ni acuerdo, Ni e acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo. Dicho cuestionario, fue sometido a un juicio de expertos y una prueba piloto. (Ver Anexo)

3.7 Técnicas de procesamiento de datos

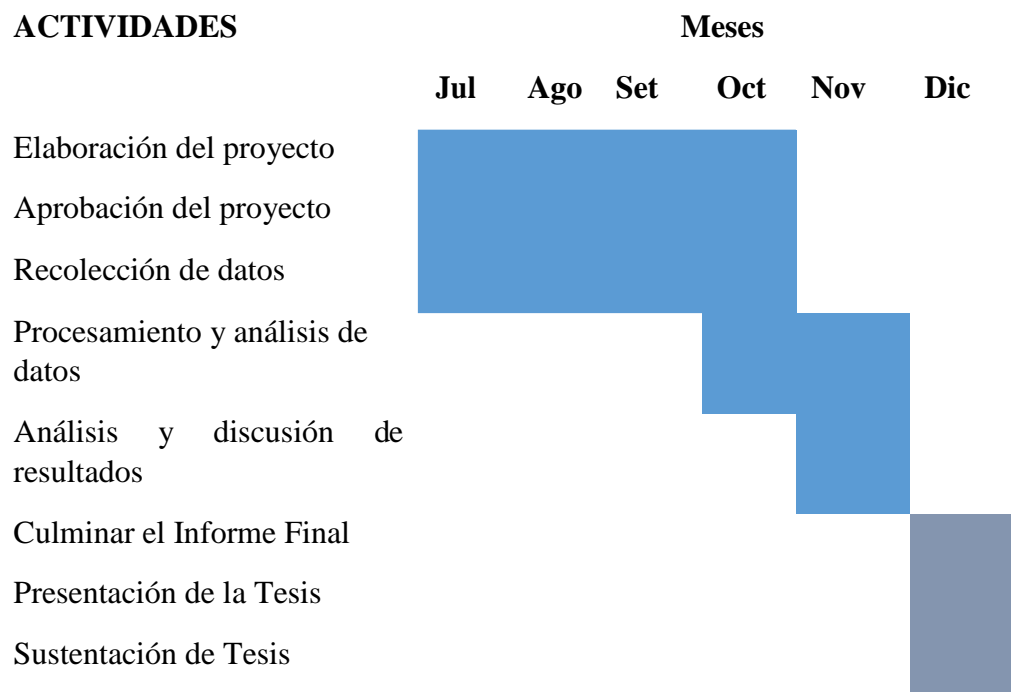
Para el procesamiento de datos del presente trabajo de investigación se utilizó el programa SPSS 25 (Statistical Package for the Social Sciences)

CAPÍTULO IV

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1. Cronograma de actividades

Se detalla la programación de actividades a realizar en el tiempo, para culminar satisfactoriamente con la investigación que nos proponemos:



4.2. Presupuesto y financiamiento

Son los gastos que se hacen en la ejecución de la investigación. Debe expresar el costo global de la investigación.

PARTIDA /ACTIVIDAD	CANTIDAD	INVERSIÓN EN SOLES (S/.)
Material de Escritorio	5	50
Impresión y correcciones	3	30
Anillados o espiralados	1	30
Transporte o movilidad	1	30
Fotocopias	5	50
Trabajo de campo, encuesta	1	20
Empastado	1	30

TOTAL	250
--------------	-----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Manuel Arboccó y Jorge O'Brien Arboccó. (2012). Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. 2012, de UNIFE Sitio web: http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_5.pdf
- Víctor, B. (2014) “El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012”, (tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima
- Centeno, R. (2016) “Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra” (tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima
- Rodríguez, D. (2014). “Los programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la l. e. no 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho, 2014.” (tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima
- Guillén, M. (2016) “La televisión y la conducta agresiva de los niños” (tesis de licenciatura). Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Picoita, J. (2014) “los programas infantiles transmitidos por televisión y su incidencia en el desarrollo socioafectivo de los niños y niñas de preparatoria, primer grado de educación general básica de la escuela “General Juan Lavalle” de la ciudad de Riobamba. período lectivo 2013-2014.” (tesis de licenciatura) Ecuador.
- Hermida, M. (2018) “Inferencia de la televisión basura en la conducta de los adolescentes del Ecuador” (tesis de licenciatura), Ecuador.
- Barzabal L. & Jiménez A. (2005). Enseñemos a discriminar estereotipos sexistas en la televisión. febrero 25, 2005, de Dialnet Sitio web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929133>
- Vargas M. (2012). Análisis de la imagen de las mujeres en la programación televisiva transmitida en Lima. Abril, 2012, de CONCORTV Sitio web: <http://www.concortv.gob.pe/file/informacion/mediatica/2012-04-mery-vargas-analisis-imagen-mujeres-programacion-televisiva-lima.pdf>
- Canales J., Aguilar T. & Carranza A. (2016). Reflexiones sobre la presencia del sexismo en los medios de comunicación. febrero 05, 2016, de Universidad Cesar Vallejo Sitio web: <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/JANG/article/view/671>
- Quintana A., Grajeda A., Malaver C., Medina N., Montgomery W. & Ojeda G., (2017). Programas televisivos preferidos por los adolescentes de Lima y sus representaciones de violencia de pareja estereotipo de género y sexismo ambivalente. noviembre 21, 2017, de Facultad de Psicología UNMSM Sitio web: <https://pdfs.semanticscholar.org/9f62/74d93690d59a08492e883533cd7dd8061474.pdf>.
- Cardona E., (2017). Análisis de las manifestaciones sexistas relacionadas a las "infotainers" en los programas de chismes Lo sé todo y Dando Candela. diciembre 01, 2017, de Ingenios Sitio web: http://www.ingeniosupr.com/vol_41/2017/12/1/y0y19304ljmvueguadfhis041bbj
- Olivera M., (2014). Los 4 programas de tv peruana que creen que la mujer es un objeto. mayo 28 , 2014, de La Mula Sitio web: <https://feministas.lamula.pe/2014/05/28/los-4-programas-de-tv-peruana-que-creen-que-la-mujer-es-un-objeto/milagros.olivera/>

- Ardito W., (2014). Discriminación y programas de televisión. mayo, 2014, de Academia Sitio web: file:///C:/Users/allison/Downloads/Discriminacion_en_la_Televisi%3%20n_Peruana.pdf
- Ferrer R., (2016). Calidad televisiva y "mala" televisión (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Sitio web: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399452/rmfc1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aroca, F. (2013). La televisión observada desde el Área Lenguaje y Comunicación en estudiantes secundarios. 2013, de Universidad del Bio – Bio Sitio Web: http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2019/1/Aroca_Arroyo_Felipe.pdf
- Bautista, C. El lenguaje en la televisión, diciembre 16, 2017, de Medium Sitio Web <https://medium.com/@catherinebautista/el-lenguaje-en-la-televisi%3%20n-84b27cfabf77>
- RPP (2016, setiembre, 2016) Programas de entretenimiento de América TV firman pacto de autorregulación, RPP Sitio Web <https://rpp.pe/tv/peru/programas-de-entretenimiento-de-america-tv-firman-pacto-de-autorregulacion-noticia-993666?ref=rpp>
- Buxarrais, M. & Tey, A. El lenguaje televisivo soez como indicador ético de la cultura de una sociedad, de Academia Sitio Web https://www.academia.edu/1601461/El_lenguaje_televisivo_soez_como_indicador_%3%A9tico_de_la_cultura_de_una_sociedad
- Norton, A. (2011, octubre, 20). Asocian uso de lenguaje soez en TV con agresividad infantil. Público. Sitio Web <https://www.publico.es/actualidad/asocian-lenguaje-soez-tv-agresividad.html>
- Arboccó, M. & O'Brien, J. Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes, de Unife Sitio Web http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_5.pdf
- Roche, E. Los estereotipos de género en la programación televisiva que ven los adolescentes, julio, 2015, de Universidad de Cantabria. Sitio Web <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6816/RocheDiezElena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ardito, W. Consultoría sobre estereotipos y discriminación en la televisión peruana, junio 07, 2017, de Ministerio de Cultura Sitio Web <https://alertacontraelracismo.pe/estereotipos-y-discriminaci%3%20n-en-la-televisi%3%20n-peruana>

ANEXOS

Se consideran entre otros que pudieran corresponder:

- Matriz de consistencia,
- Instrumentos de investigación
- Prueba de confiabilidad y validez del instrumento

LA INCIDENCIA DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO Y COMPETENCIA TELEVISIVA EN LAS
CONDUCTAS IMITATIVAS DE LOS ESCOLARES DE LA I.E.P. ANNIES SCHOOL

Planteamiento del problema	Objetivos	Marco teórico	Metodología				
			Problema principal	Objetivo general	Antecedentes	Hipótesis	Variables
¿Cómo Inciden los programas de entretenimiento y competencia televisiva en las conductas imitativas de los escolares de la I.E.P. Annies School?	Comprobar la incidencia de los contenidos sexistas en la construcción de la realidad de los escolares de la I.E.P. Annie´s School en el año 2019.	Victor,B. (2014) Centeno , R. (2016) Rodríguez, D. (2014) Guillén, M. (2016) Picoita, J. (2014) Hermida , M. (2018)	Hipótesis General	Variable Independiente	-Explicativo Nivel: -Exploratorio Diseño: Experimental Enfoque: Cualitativo	Población: - los escolares de la institución educativa “Annie’s School “de San Juan de Miraflores Muestra: los niños del tercer grado de primaria de la institución educativa “Annie’s School “de San Juan de Miraflores Cantidad: 25	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario cerrado
			Los programas de entretenimiento y competencia y televisiva incide de manera negativa en las conductas imitativas de los escolares de la I.E.P. Annie`s School.	Programas de entretenimiento y competencia televisiva			
Problemas específicos	Objetivos Específicos	Bases Teóricas	Hipótesis específicas	Variable dependiente			

<p>¿Cómo los contenidos sexistas inciden en la construcción de la realidad del niño de los escolares de la I.E.P. Annie's School?</p> <p>¿Cómo el lenguaje inapropiado incide en la imitación de conductas negativas de los escolares de la I.E.P. Annie's School?</p> <p>¿Cómo la transmisión de estereotipos incide en la adquisición de estereotipos de los escolares de la I.E.P. Annie's School?</p>	<p>Afirmar la incidencia de los contenidos sexistas en la construcción de la realidad del niño de los escolares de la I.E.P. Annie's School.</p> <p>Verificar la relación del lenguaje inapropiado y la imitación de conductas negativas de los escolares de la I.E.P. Annie's School en el año 2019.</p> <p>Confirmar que la transmisión de estereotipos incide en la adquisición de estereotipo</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>Transgresión de la ética social.</p> <p>Sobredimensión de sus contenidos.</p> <p>Imitación de conductas negativas.</p> <p>Construcción de la realidad del niño</p>	<p>Los contenidos sexistas inciden en la construcción de la realidad de los escolares de la I.E.P. Annie's School.</p> <p>El lenguaje inapropiado incide en la imitación de conductas negativas de los escolares de la I.E.P. Annie's School.</p> <p>La transmisión de estereotipos incide en la adquisición de estereotipos de los</p>	<p>Conductas imitativas de los escolares</p>			
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	--	--	--

	s de los escolares de la I.E.P. Annie's School.		escolares de la I.E.P. Annie's School.				
--	-------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------	--	--	--	--

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA

Instituto de Investigación

CUESTIONARIO

“La incidencia de los programas de entretenimiento y competencia televisiva en las conductas imitativas de los escolares de la I.E.P. Nuestra Señora de la Asunción”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a la incidencia de los programas de entretenimiento y competencia televisiva en las conductas imitativas de los escolares. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy de acuerdo	2. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. En desacuerdo	5. Muy en desacuerdo
--------------------------	----------------------	------------------------------------------	-------------------------	-----------------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad:

2. Sexo:

- a. Femenino
- b. masculino.

3. Nivel de estudios:

- a. Primaria
- b. secundaria
- c. superior

4. lugar de nacimiento

5. ¿ve programas de entretenimiento y competencia?

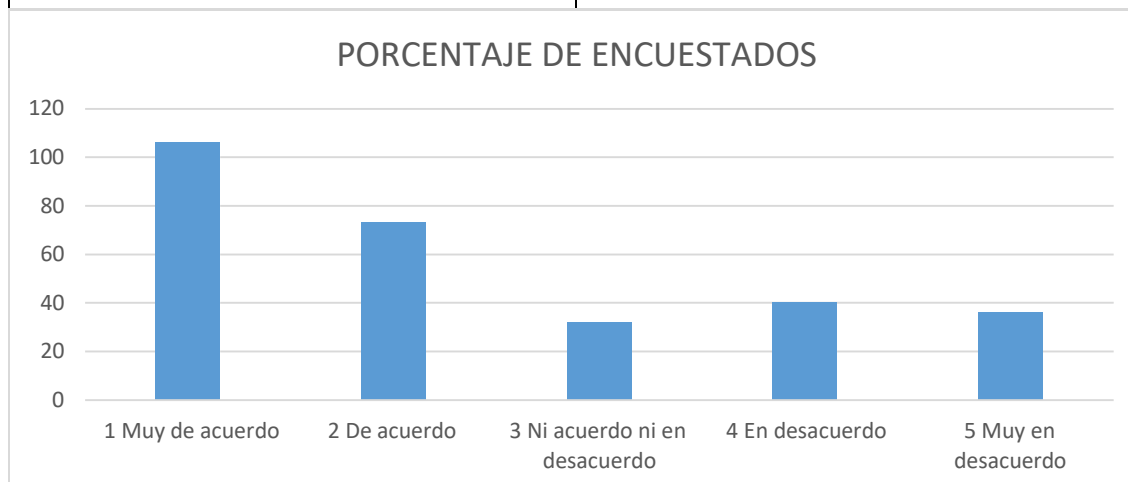
- a. si
- b. no

N°	LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO Y COMPETENCIA.	1	2	3	4	5
1	Existe discriminación en los programas de televisión.					
2	A las mujeres les va mejor en las tareas de casa, mientras que los chicos son más habilidosos para reparar cosas.					
3	Las mujeres con la excusa de la igualdad pretenden tener más poder que los hombres.					
4	Es usual escuchar frases ofensivas en un programa de entretenimiento y competencia.					
5	Los participantes ignoran la cultura general.					
6	Es adecuado reaccionar como los concursantes cuando pierden una competencia.					
7	Los jóvenes se colocan piercing o tatuajes después de en televisión que lo utilizan.					
8	Es grave tener actitudes violentas (físicas o verbales) con un compañero.					
9	Es mejor ver un programa concurso que conversar en una reunión familiar.					
VD	CONDUCTAS IMITATIVAS DE LOS ESCOLARES	1	2	3	4	5
1	Es habitual reaccionar mal con los del alrededor cuando pierden el equipo preferido.					
2	Se sigue imitando algunas conductas a pesar de reconocer que está mal.					
3	Es perjudicial recrear los concursos que se presentan en televisión cuando no se tiene el lugar ni el físico adecuado					
4	Todo lo que se presenta en televisión es parte de las experiencias.					
5	Todo lo que dicen y hacen los participantes es real desde que se les conoce en persona.					
6	Se debe participar en lo que está de moda según el programa porque de no participar te molestan.					
7	Es preferible asemejarse a uno de los concursantes de moda.					
8	La moda depende de lo que la mayoría hace que a su vez están siguiendo la moda establecida por los programas de televisión.					
9	La actitud debe variar para ser como el artista de moda.					

Muchas gracias

RESULTADOS DE LA ENCUESTA - CUESTIONARIO

ALTERNATIVAS	CONTEO
1.Muy de acuerdo	106
2.De acuerdo	73
3. Ni acuerdo ni en desacuerdo	32
4.En desacuerdo	40
5.Muy en desacuerdo	36
total	288



RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

EXPERTO	PUNTAJE	OPINIÓN
Larriviere Rojas Gisele Cecilia	44	válido, aplicar
Aguilar Culquicondor Juan	46	válido, aplicar
Lévano Francia Luz	50	válido, aplicar
PROMEDIO	47	válido, aplicar