

Los reality show y comportamiento en estudiantes I.E.S. María Auxiliadora de Puno – Perú

Melissa Zela Paricahua¹

melissazela@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-9214-5695>

Universidad Nacional del Altiplano Puno
País Perú

Jhonatan Hinojosa Mamani

jhinojosa@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-4571-2453>

Universidad Nacional del Altiplano Puno
País Perú

Javier Elias Mamani Gamarra

javierem@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-5443-9065>

Universidad Nacional del Altiplano Puno
País Perú

Roberto Chavez Flores

rchavez@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-4826-1870>

Universidad Nacional del Altiplano Puno
País Perú

Carlos Gualberto Tintaya

carloste020464@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2303-1307>

Universidad Nacional del Altiplano Puno
País Perú

Franzuá Derly Albarracín Machicado

franzuaalbarracin@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0006-6115-4953>

Universidad Nacional del Altiplano
País Perú

RESUMEN

Los reality show se manifiestan en el comportamiento de los estudiantes, en agresividad frente a sus compañeros, variación de su lenguaje, la imitación de la belleza fisionómica. El estudio tiene como objetivo: Identificar como los Reality show se manifiestan en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria María Auxiliadora Puno – Perú. La metodología que utilizada es de enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, diseño no experimental – transeccional. La población de estudio constituido por 448 jóvenes estudiantes, entre varones y mujeres de cuarto y quinto grado de secundaria de la Institución Educativa María Auxiliadora, Puno - Perú. La muestra que se aplicó fue censal considerando el 100% de los 448 estudiantes. El estudio concluye que existe influencia del comportamiento de los participantes de los programas de Reality shows sobre los estudiantes de la Institución educativa secundaria María Auxiliadora Puno, muestran agresividad hacia sus compañeros; variación de lenguaje e imitando la belleza exterior de los participantes de Realitis Show. En un alto grado de acontecimientos en los estudiantes. Los programas de reality show, incide en el comportamiento de los jóvenes de María Auxiliadora, la cual está reflejada en la agresión física y psicológica, el uso de jergas, y la variación del lenguaje coprolalico y belleza fisionómica; estos cambios se observan en los jóvenes quienes adoptan el estilo que ven en sus personajes favoritos.

Palabras clave: *Reality show, television, estudiantes, comportamientos.*

¹ Autor principal.

The reality show and behavior in students I.E.S. Mary Help of Christians of Puno – Peru

ABSTRACT

The reality shows are manifested in the behavior of the students, in aggressiveness towards their classmates, variation of their language, the imitation of physiognomic beauty. The objective of the study is to: Identify how reality shows are manifested in the behavior of students of the María Auxiliadora Secondary Educational Institution Puno - Peru. The methodology used is a quantitative approach of a descriptive type, non-experimental design - transectional. The study population consisted of 448 young students, between men and women in the fourth and fifth grade of secondary school of the María Auxiliadora Educational Institution, Puno - Peru. The sample that was applied was census considering 100% of the 448 students. The study concludes that there is an influence of the behavior of the participants of the Reality shows programs on the students of the María Auxiliadora Puno secondary educational institution, they show aggressiveness towards their classmates; variation of language and imitating the external beauty of the Realitis Show participants. In a high degree of events in students. The reality show programs affect the behavior of the young people of María Auxiliadora, which is reflected in physical and psychological aggression, the use of slang, and the variation of coprolalic language and physiognomic beauty; these changes are observed in young people who adopt the style they see in their favorite characters.

Keywords: *Reality show, television, students, behaviors.*

Artículo recibido 20 junio 2023

Aceptado para publicación: 20 julio 2023

INTRODUCCIÓN

La televisión se ha convertido en una parte esencial de la vida cotidiana de una gran cantidad de personas. Millones de hogares cuentan con un televisor, y su influencia en la sociedad es innegable. Es una fuente inagotable de información, permitiendo a las personas estar al tanto de las noticias, eventos actuales y sucesos relevantes tanto a nivel local como global (Vázquez-Barrio et al., 2021; Jiménez-Correa, 2000). También es una fuente de entretenimiento inigualable, ofreciendo una amplia variedad de programas que van desde series y películas hasta programas de realidad y competencias deportivas. Los productores de televisión han aprendido a adaptar sus programas con astucia y creatividad para atraer y mantener a la audiencia cautiva (Guerrero, 2010). Cada género y formato es cuidadosamente diseñado para satisfacer los gustos y preferencias del público. Los dramas y las comedias, por ejemplo, evocan emociones profundas en los espectadores, haciéndolos reír, llorar, o reflexionar sobre temas importantes. Los documentales educan e informan, brindando una ventana al mundo y ampliando la perspectiva de la audiencia. Los programas de entretenimiento ofrecen diversión y escapismo, permitiendo a las personas relajarse y desconectarse del estrés diario (Atarama & Villegas, 2016; Barrera, 1970; Casado-Mestre, 2005). La magia de la televisión radica en su habilidad para combinar imágenes, sonidos y palabras de manera impactante. Los avances tecnológicos han permitido que la calidad visual y sonora de los programas sea cada vez más impresionante, sumergiendo a los espectadores en mundos ficticios o reales con una intensidad sin precedentes.

En ese contexto, la televisión, sin lugar a dudas, ha sido una de las invenciones más impactantes en la historia de la comunicación y el entretenimiento. Desde su aparición, este medio de transmisión de imágenes y sonidos a distancia, mediante ondas hercianas, ha experimentado un crecimiento exponencial y ha logrado llegar a prácticamente todos los rincones del mundo. Su poder para conectar a personas de diferentes culturas, idiomas y lugares ha sido asombroso, creando un sentido de globalización y cercanía entre individuos que, de otro modo, nunca se habrían encontrado. Un fenómeno televisivo que ha revolucionado la forma en que percibimos el entretenimiento y la realidad es el surgimiento de los llamados reality shows (Coaquera, 2022; Cabeza et al., 2023; Gómez-Aguilar et al., 2015). Este formato nació en

Holanda en la década de los 90 y se ha propagado por todo el mundo con gran éxito. Su popularidad se basa en su capacidad para sumergir a los espectadores en escenarios y situaciones auténticas, proporcionando una visión fascinante de la vida real y de las interacciones humanas. Este género televisivo ha evolucionado a lo largo del tiempo y ha abarcado diversas temáticas, desde competencias y talent shows hasta programas que siguen la vida cotidiana de personas comunes en situaciones extraordinarias (Muñoz, 2003; Firmino & De Oliveira, 2019).

. Uno de los ejemplos más emblemáticos es la novela "El Gran Hermano" escrita por George Orwell, en la que planteaba cómo vivirían los hombres bajo la vigilancia constante de un ente superior en el año 1984. Esta idea distópica se ha materializado en numerosos reality shows, donde los participantes son observados las 24 horas del día por cámaras, mostrando sus emociones, relaciones y comportamientos más íntimos. Estos programas han generado controversia y debates en la sociedad, ya que algunos cuestionan la ética y privacidad de los participantes y su impacto en la audiencia. Sin embargo, su popularidad sigue creciendo, ya que ofrecen una ventana fascinante y cautivadora a la vida real, permitiendo a los espectadores conectarse emocionalmente con los protagonistas y experimentar una especie de voyeurismo televisivo (Arboccó & O'Brien, 2017; Atarama & Coloma, 2015).

El Perú no está ajeno a esta situación, considerando que los canales nacionales como América Televisión, ATV, Frecuencia Latina, tienen una programación que está compuesta en su gran mayoría por géneros y formatos de entretenimiento y ficcionales, como son los de reality shows, que según estudios realizados por Leonardo Ordóñez Díaz, 2005, es el programa más visto de la semana, considerando que este género ofrece contextos de la vida cotidiana sometiendo a los personajes a situaciones que provocan risa en el espectador. Sin embargo, dicho programa da a conocer en sus segmentos el uso de bromas en sentido morboso aduciendo al aspecto sexual y el racismo, además de la participación de mujeres en prendas menores, mostrando agresión y el uso de jergas e insultos; los cuales causan impactos negativos en los jóvenes; ya que muchos de ellos tienden a imitar estos comportamientos y hábitos en su contexto social. La imitación se puede generar al observar la conducta de los demás y las consecuencias de sus respuestas, pueden aprender comportamientos y actitudes de respuestas negativas o positivas. Uno de ellos son los

medios de comunicación, entre ellos la televisión donde unos de los géneros y formatos más imitados son los programas de entretenimiento (los Reality Shows) (Halpern et al., 2016; Quintas, 2017; Ávila et al., 2014).

En la región de Puno, al igual que en otras partes del país, el consumo de los reality shows de la televisión peruana ha sido notable. Programas como "Combate," "Esto es guerra" y "Bienvenida la tarde" han dejado una marcada influencia en el público local. Especialmente entre los adolescentes que asisten a centros educativos, como es el caso de la institución educativa María Auxiliadora, donde se han observado cambios en los comportamientos y actitudes de los jóvenes, quienes tienden a adoptar los rasgos y modismos de los personajes mediáticos que ven en la pantalla. La influencia de estos programas va más allá de la mera diversión. El lenguaje utilizado en estos reality shows, que a menudo incluye expresiones coloquiales y modismos particulares, se ha incorporado al habla cotidiana de los adolescentes. De igual manera, la agresividad y rivalidad que se exhibe en ciertas competencias televisivas se refleja en su comportamiento diario. Los jóvenes pueden adoptar actitudes competitivas y confrontacionales, influenciados por lo que ven en pantalla. Otro aspecto destacado es la percepción de la belleza física que estos programas promueven. Los estándares estéticos presentados en la televisión pueden afectar la autoestima y la percepción del cuerpo de los adolescentes, quienes pueden sentir la presión de cumplir con ciertos ideales de belleza impuestos por los medios. Es fundamental reconocer que el impacto de estos reality shows no es exclusivamente negativo (Rojas, 2008; Gallardo et al., 2020; Peiró & Merma, 2011). Algunos jóvenes pueden ver en los participantes de estos programas modelos a seguir, motivándolos a luchar por sus sueños y objetivos. Sin embargo, es necesario fomentar un consumo crítico y consciente de los medios, para que los jóvenes puedan apreciar estas producciones como entretenimiento, sin dejar que su influencia los desvíe de una formación personal sólida y respetuosa. Además, es importante promover una educación integral que enseñe a los jóvenes a discernir entre la realidad televisiva y la vida cotidiana, cultivando valores y principios que los guíen en su crecimiento personal y social. En ese contexto, el presente artículo de investigación busca: Identificar como los reality show se manifiestan en el comportamiento de los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria María Auxiliadora Puno - Perú

METODOLOGÍA

El método de investigación sobre el cual se desarrollara el trabajo será cuantitativo, porque se recoge y analiza datos sobre la variable, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra no probabilística censal (Apuke, 2017; Hernández et al., 2014).

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utiliza es descriptivo, es el modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Es decir se busca, que la parte teórica no pierda su sentido, por ello la teoría se relaciona posteriormente con la realidad (Tamayo, 1998).

Población y muestra

Está constituido por 448 jóvenes estudiantes, entre varones y mujeres de cuarto y quinto grado de secundaria de la Institución Educativa María Auxiliadora de la ciudad de Puno. La muestra contara con 448 estudiantes de cuarto y quinto grado del Centro Educativo María Auxiliadora Puno, entre varones y mujeres comprendidas entre 14 a 17 años de edad. La muestra no probabilística censal que se utiliza al criterio de los investigadores, tomando el 100% de los estudiantes (Otzen & Manterola, 2017; Hernández & Carpio, 2019).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las tecnicas que se utilizaron fueron los siguientes: Encuesta que es una técnica que permite cuantificar y comparar la información. Esta información se recopila entre una muestra representativa de la población objeto de evaluación (Gómez-Escalonilla, 2021). La observación es una tecnica que consiste en analizar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis (Gauchi, 2017; Hernandez et al., 2014). Los instrumentos que se utilizaron son el cuestionario que es una lista de 14 preguntas formuladas, con el objetivo de obtener la información que se recopila entre una muestra representativa de la población objeto de evaluación. Tambien se utilizo la ficha de observacion que se usan cuando el investigador debe registrar datos que aportan otras fuentes como son personas, grupos sociales o lugares donde se presenta la problemática (Hernandez et al., 2014).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Funcion principal de la televisión en estudiantes de la I.E.S. María Auxiliadora de Puno – Perú

Tabla 1

Función principal de la televisión

Dimensiones	Estudiantes de 14 a 17 años	
	Frecuencia	%
Informativa	108	24.11 %
Comercial	54	12.05 %
Entretenimiento	224	50.00 %
Educativa	62	13.84 %
Total	448	100.00%

Los resultados, en relación a la función principal de la televisión, se observa que el 50% que equivale a 224 estudiantes califican como entretenimiento, seguido de 24%, que opina que la televisión es informativo, y un 14% manifiestan que es educativo, así mismo un 12% opina que la televisión comercial que representan a 54 estudiantes.

De acuerdo a los resultados de la investigación se deduce que para los jovenes es importante los programas de entretenimiento, por qué esperan que la televisión les proporcione diversión en horas libres. Su objetivo es buscar y superar el aburrimiento y la monotonía. Actualmente uno de los programas de entretenimiento mas visto son los reality show; puesto que, maneja variedad de segmentos como juegos, romanticismo, baile y otros, los cuales llaman la atención de los jóvenes, de la misma manera interesándose por su vida personal de los participantes de estos programas que hacen mas entretenido a los reality show. En ese contexto, un porcentaje de los estudiantes le interasa ver programas educativos para adquirir nuevos conocimientos; de la misma forma el 24% de los jóvenes prefieren los programas informativos, puesto que, presenta una imagen objetiva del mundo en el que nos rodea. Por ello consideramos que es muy importante la televisión, por qué, ella tiene un impacto en sus decisiones y la conducta de las personas, y por lo tanto la televisión influye en su vida cotidiana.

Tabla 2*Horario*

Dimensiones	Estudiantes de 15, 16 y 17 años	
	Frecuencia	%
De 9 a 11 am	75	16.74 %
De 6 a 8 pm	269	60.04 %
De 9 a 10 pm	104	23.21 %
Total	448	100.00%

Los resultados respecto al tiempo que dedican a la televisión en el día, se observa que el 60% que equivale a 269 estudiantes ven la televisión de 6 a 8 de la noche , seguido de 23% que visualiza de 9 a 10 pm, y un 17% manifiestan que observan la televisión de 9 a 11 de la mañana.

Los estudiantes prefieren ver la televisión en horarios familiares de 6 a 8 pm, puesto que, salen del colegio y el punto para distraerse de las labores académicas que tuvieron en el día, son los programas que se emiten a esas horas que son los reality show y sus padres permiten que vean televisión junto a ellos; por qué, es el punto de reencuentro en casa después de una jornada de labores realizadas en el día. En la televisión peruana en los horarios de 6 a 8 pm solo se emite programas de entretenimiento, siendo estos los más sintonizados por las familias y los jóvenes; puesto que, en estos programas tienen segmentos de competencia de juego, que agrada a los jóvenes llamando su atención.

Valoración de los programas de reality shows en estudiantes de la I.E.S. María Auxiliadora de Puno
– Perú

Tabla 3

Valoración de los programas de reality shows por los jóvenes

Dimensiones	Estudiantes de 15, 16 y 17 años	
	Frecuencia	Porcentajes
Excelente	37	10.49 %
Muy bueno	77	17.19 %
Bueno	151	33.71 %
Regular	136	30.36 %
Malo	47	8.26 %
Total	448	100.00%

Los resultados en relación a la valoración de los programas reality show, se observa que el 34% que equivale a 151 estudiantes califican como bueno, seguido de 30% que opina que el programa es regular, un 17% afirma que el programa es muy bueno, así mismo un 11% opina que el programa es excelente y la escala que menos predomina es malo con un 8% que representan 47 estudiantes.

Los resultados de la investigación evidencian que los jóvenes estudiantes del centro educativo María auxiliadora de la ciudad de Puno, aceptan los programas de reality show con un mayor porcentaje como bueno, por qué prefieren ver programas que los entretenga; y de los cuales estos programas muestran variedad en su producción como: la cobertura a nivel nacional, horario familiar de 6 a 8 p.m, presentación de segmentos variados, participación de figuras reconocidas, todo esto conlleva a la aceptación de los estudiantes, momentos en que los estudiantes siempre disponen de tiempo libre y optan por ver un programa de entretenimiento.

Tabla 4*Preferencia de los programas de reality show*

Dimensiones	Estudiantes de 15, 16 y 17 años	
	Frecuencia	Porcentajes
“Esto es guerra”	271	60.49 %
“Combate”	85	18.97 %
“Bienvenida la tarde”	17	3.79 %
Otros	75	16.74 %
Total	448	100.00 %

Los resultados en relación a la preferencia de los programas reality shows nos indica que el 60% que equivale a 271 jóvenes afirman que ven el programa “Esto es guerra”, seguido de un 19 % que afirman también ver el programa “Combate”, seguido de un 17 % que afirman ver otros programa, y la escala que menos predomina es 4% en el que se ubican 17 estudiantes que ven el programa “Bienvenida la tarde”.

Los resultados demuestran que más de la mitad de los jóvenes miran el programa de reality show “Esto es guerra”, esto nos permiten deducir que ellos tienen preferencia, por que tiene cobertura nacional, polémica ocasionada, romanticismo planeados y peleas entre los integrantes, que hace mas interesante a este reality; ya qué, los mantiene a la expectativa de lo que va pasar en el programa. Así mismo no dejar de lado a los demás programas que son “combate” y “bienvenida la tarde” que también son sintonizados por un 36% de jóvenes que prefieren ver estos programas.

Tabla 5*Segmento de su preferencia de los programas*

Dimensiones	Estudiantes de 15, 16 y 17 años	
	Frecuencia	Porcentajes
Juegos de fuerza y destreza física	188	42.0
Romanticismo	64	14.3
Competencia de conocimientos	126	28.1
Concursos de baile	70	15.6
Total	448	100.0

Los resultados en relación al segmento de los programas reality show que prefieren los jóvenes, se observa que predomina la preferencia por el segmento juegos de fuerza y destreza física, en el que se encuentran 188 jóvenes que equivale a 42%, seguido de un 28% que prefiere el segmento competencia de conocimientos, así mismo un 17 % ve el segmento concurso de baile, y un 14% ve el segmento romanticismo en el que se ubican con 64 jóvenes.

Los resultados del estudio evidencian que los jóvenes que en su mayoría que son mujeres tienen preferencias a ver programas de entretenimiento a comparación a otros; debido a que, los programas de entreteniendo son atractivos, como los reality show que tienen variedad de segmentos como son: juegos de fuerza y destreza física, que agrada en su mayoría a los estudiantes, según los resultados de la investigación, dicho segmento es más aceptado por los jóvenes en un 42% porque esto induce al deporte y están a la expectativa del ganador. De igual manera el segmento de “concurso de baile”, tiene aceptación por los jóvenes; puesto que, presentan a las participantes en prendas menores realizando bailes sensuales, y esto indirectamente conlleva a la morbosidad; por otro lado en el segmento de “competencia de conocimientos”, los integrantes muestran la falta de conocimiento en cultura general, causando burla de su grado de inteligencia, o de su reputación de los personajes que participan en estos programas reality, por parte de los estudiantes; y por

último el segmento de “romanticismo” que se muestra en los programas de reality shows nos hace inferir que los jóvenes tiene preferencia a ver este segmento porque les interesa saber las parejas conformadas dentro del programa y la vida personal de los participantes que son manipuladas para atraer más televidentes.

Influencia de los reality shows en comportamientos de los estudiantes de la I.E.S. María Auxiliadora de Puno – Perú

Tabla 6

Agresiones físicamente y psicológica en los reality shows

Dimensiones	Estudiantes de 15, 16 y 17 años	
	Frecuencia	Porcentajes
Si	33	7.37
No	415	92.63
Total	448	100.00

Los resultados en relación si están de acuerdo que una persona agrede físicamente y psicológicamente en los reality show, se observa que el 93% que equivale a 415 estudiantes califican que No esta mal, seguido de 7% que opina que Si esta bien ya que manifiesta que así es mas entretenido.

En este resultado indica que 93% de los jóvenes de María Auxiliadora no están de acuerdo a la agresión que se ve en la televisión, por el mismo hecho de que aún mantienen valores inculcados dentro de la familia, y que al ver agresión en la televisión y en especial en estos programas de entretenimiento no es correcto, por qué manifiestan que tienen hermanos menores y es perjudicial para ellos mismos en su contexto social. Sin embargo, de acuerdo a los resultados en un 7% se encuentran estudiantes que si les agrada ver agresividad dentro de estos programas; ya qué, manifiestan que al ver agresión dentro del programa es más interesante y entretenido para ellos, esto conlleva a que los jóvenes puedan ser agresivos en su ámbito social, al ver que los integrantes de estos programas se agreden física y psicológicamente entre ellos. Esto se multiplicara cada vez más, si la televisión sigue mostrando actos de violencia en estos programas que son captados por jóvenes adolescentes.

Tabla 7*Conductas de los estudiantes*

Dimensiones	Estudiantes de 15, 16 y 17 años	
	Frecuencia	Porcentajes
Golpes	37	8.26 %
Empujones	44	9.82 %
Amenazas	55	12.28 %
Miradas agresivas	78	17.41%
Ninguno	234	52.23 %
TOTAL	448	100.00

Los resultados en relación a las actitudes utilizadas por los participantes de los programas relity show aduciendo al aspecto violento por parte de los jóvenes, un 52% que representa a 234 jóvenes negaron que No les gusta estas actitudes de estos participantes, y un 18% que representa 78 jóvenes que afirman que Si les gusta las miradas agresivas emitidas por los participantes de los reality show, y un12% que representa 55 estudiantes que les agrada las amenazas que se utilizas en los programas, 10% de jóvenes que estas de acuerdo con los empujones que se ve los reality show, y por ultimo un 8% que representa 37 estudiantes que afirman gustarles los golpes que se ve entre los participantes de los programas reality show

De acuerdo a los resultados en un 52% de los jóvenes encuestados no están de acuerdo con las conductas emitidas por los participantes de los programas reality shows, ya qué, manifestaban que la conducta de los integrantes de estos programas son un mal ejemplo para ellos; puesto que, estan en desacuerdo ver gestos, miradas, golpes y amenazas agresivas que afecta su actitud hacia los demás. Sin embargo, según los resultados de la investigacion, la otra mitad que es en un 48% de estudiantes que si están de acuerdo con actos de agresión, que se ve en estos programa de reality show como: empujones, amenazas, miradas agresivas, son aceptadas por los estudiantes; puesto que, a los jóvenes les interesa ver malas conductas y conflictos de los integrantes de los programas; esto ocasiona que a los estudiantes les atraiga ver y al mismo tiempo ser agresivos.

Tabla 8*Jergas en programa de reality show*

Dimensiones	Estudiantes de 15, 16 y 17 años	
	Frecuencia	Porcentajes
Carajo	80	17.86
No jodas	111	24.78
Bataclana	67	14.96
Animal	88	19.64
Otros	102	22.77
Total	448	100.00

Los resultados en relación si escuchan el uso de jergas, apodos, insultos, que se realizan en los programa reality show, se observa que el 25% que equivale a 111 jóvenes afirman escuchar la palabra no jodas, seguido de 23% que opina que escuchas otras jergas, posteriormente un 19% que afirma escuchar la palabra animal, y un 18% afirman escuchar la jerga carajo, y la escala que menos predomina es 15% en el que se ubican 67 jóvenes quienes afirman el uso de jergas como bataclana, apodos e insultos que se realizan en el programa.

Los resultados de la investigacion los jóvenes manifiestan que al ver estos programas, si escucharon decir jergas como: no jodas, bataclana, animal, carajo, etc. lo cual indica que los jovenes escuchan constantemente palabras desagradable en programas de reality show, tal es el caso de los programas “esto es guerra”, “combate” y “bienvenida la tarde”, por ello los jóvenes al ver esta variación de lenguaje en la televisión, cambia el tipo de lenguaje que utilizaba, ya qué escuchar este lenguaje se va haciendo cada vez más habitual para ellos. Todo este tipo de variación de lenguaje, los jóvenes imitan las palabras utilizadas dentro de los programas reality show, en su contexto social, y es así que hoy en día es común que los jóvenes utilicen palabras, que ven en la televisión, haciendo cada vez más habitual el uso de jergas.

Tabla 9

Preferencia del estilo de maquillaje, peinados y cortes de cabello de los personajes

Dimensiones	Estudiantes de 15, 16 y 17 años	
	Frecuencia	Porcentajes
Si	349	77.90 %
No	99	22.10 %
Total	448	100.00 %

Los resultados, en relación a la aceptación del estilo de maquillaje, peinados y corte de cabello de los participantes favoritos, un 78% que representa a 349 jóvenes afirmaron que SI les gusta, y solo un 22% que representa 99 jóvenes NO les gusta el estilo de belleza de los participantes de los programas reality show. Los resultados muestran que el 78% de los jóvenes encuestados, si les gusta la belleza fisionómica de los participantes de estos programas, debido a que parte de su entorno social esta constituido por los mismos jóvenes que tienen tendencia a imitar su belleza fisionómica de sus personajes favoritos de los programa reality show, esto viene influenciando en cuanto a su aspecto físico y al cual ellos quieran llegar, a ser como los integrantes de estos programas. Del análisis también hay jóvenes que prefieren otros desenvolvimientos de los integrantes, como pueden ser: prendas de vestir, la figura de su cuerpo, ya que las participantes de estos programas; utilizan prendas menores al mismo tiempo exhibiendo su cuerpo, y esto es un gancho para los jóvenes, porque les agrada ver y utilizar las prendas de vestir para verse mejor ante sus amigos.

Resultados de acuerdo a la ficha de observación en estudiantes de la I.E.S. María Auxiliadora de Puno – Perú

Tabla 10

Comportamiento de los estudiantes

Item observado		Detalle
Comportamiento	Relación de comportamiento de estudiantes e integrantes de reality shows.	Se observó que los jóvenes si tienen una relación en cuanto al comportamiento de los participantes de los reality, puesto que a los jóvenes les gusta imitar la actitud y conducta, ya sean en utilizar jergas, son agresivos y les gusta cuidar su apariencia física.
	Dependencia de los estudiantes hacia los programas de reality shows.	Los estudiantes están en constante información sobre la vida pública de los personajes de estos reality shows, puesto que se observó y se escuchó en sus conversaciones que el tema a tratar son los integrantes de realitis como: Jasmin, Nikola, Mishell.
	Agresividad Física	Los estudiantes se agreden físicamente, puesto que se observó empujones y golpes entre ellos en horas de receso y de salida, aduciendo a conductas negativas que en lo posterior podría perjudicar a la personalidad del estudiante como machismo o aduciendo a la violencia familiar.

Los resultados de la ficha de observacion, en relación al comportamiento, Se observó conductas negativas en cuanto a su comportamiento, puesto que a los jóvenes les gusta imitar la actitud y conducta, ya sea en utilizar un lenguaje inadecuado, agresividad y apariencia física. Según a los resultados de la ficha de observacion, se muestra que los jóvenes observados, imitan en su mayoria la forma de comportarse de los participantes de estos programas, debido a que parte de su entorno social son jóvenes que tienen tendencia a copiar actitudes de sus personajes favoritos de los programa reality show, esto viene afectando delicadamente en jovenes del colegio María Auxiliadora puno.

Tabla 11

Grado de agresividad en estudiantes

Item observado		Detalle
Agresividad Física	Agresividad Física	Los estudiantes se agreden físicamente, puesto que se observó empujones y golpes entre ellos en horas de receso y de salida, aduciendo a conductas negativas que en lo posterior podría perjudicar a la personalidad del estudiante como machismo o aduciendo a la violencia familiar.
	Agresividad psicológico	Se observó a los jóvenes agrediendo psicológicamente a sus compañeros como por ejemplo poniéndose apodos que denigran a su personalidad de los estudiantes, puesto que se vio en los servicios higiénicos básicos del centro educativo María Auxiliadora, escrituras que muestras insultos entre señoritas como: perra, Candy, bataclana.

De acuerdo a la observacion participante se evidencio que los estudiantes si, se agreden físicamente y psicológicamente, puesto que se observó empujones y golpes entre los estudiantes esto a causa de visualizar los programas de reality show que perjudica en sus actividades académicas. De acuerdo a los resultados de la ficha de observación, en cuanto a la agresividad, los estudiantes se agreden entre compañeros, aduciendo apodos que denigran a su personalidad de los estudiantes.

Tabla 12

Variacion del lenguaje en estudiantes

Item observado		Detalle
Lenguaje	Jergas	Al realizar la ficha se observó que para los estudiantes al hablar o escuchas jergas de los participantes de reality show en la televisión, piensas que es normal y por ello lo utilizan en su lenguaje diario.

En la ficha de observación en cuanto a la variación de lenguaje, se observó que los estudiantes utilizan palabras inadecuadas CGen contexto social académico y esto perjudica su dialecto.

Por lo que al corroborar con el cuadro N° 11, manifiesta que en un alto grado, los jóvenes imitan palabras escuchadas por los participantes de los programas de reality show, que practican en su vida cotidiana.

Tabla 13

Belleza fisionomica en estudiantes

	Belleza	
	Item observado	Detalle
	Peinados y cortes de cabello	Se observó que los estudiantes imitan los peinados y cortes de cabellos frecuentemente, puesto que se vio a los jóvenes tener los cortes y peinados similares al de los personajes de estos programas.
	Maquillaje	Se observó que debido a que los personajes de reality show cambian constantemente su estilo de maquillaje, los jóvenes estudiantes imitan a estos personajes para verse bien físicamente.

Se observó que debido a que los personajes de reality show cambian constantemente su apariencia física, los jóvenes tienden a copiar las modas que imponen en estos programas de reality show. En cuanto a la tabla, la belleza fisionomica visualizada en los reality show tiene gran aceptación por los estudiantes; ya que cambien constantemente sus estilos de maquillaje, peinados y cortes de cabello para estar a la moda.

CONCLUSIONES

Los programas de reality show, incide en el comportamiento de los jóvenes de María Auxiliadora, la cual está reflejada en la agresión física y psicológica, el uso de jergas, y la variación de la apariencia física por parte de los estudiantes.

Los programas de los reality show influyen en mediano grado en la agresividad de los jóvenes, debido a que imitan la conducta agresiva que ven en los programas, lo que se manifiesta con sus compañeros de colegio, en agresión física empujones, psicológica en amenazas, lo cual es adaptado en su vida cotidiana.

Los programas de reality show se manifiesta en la variación del lenguaje, los jóvenes utilizan e imitan las

jergas, dentro y fuera de clases, adoptándolo en su comunicación entre compañeros,

La belleza fisionómica de los integrantes de los reality show se impone en los estudiantes, imitan el look, rizado de cabello, maquillaje, pintado de labios, cortes de cabello, entre otros; estos cambios se observan en los jóvenes quienes adoptan el estilo que ven en sus personajes favoritos.

LISTA DE REFERENCIAS

- Apuke, O. D. (2017). Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(11), 40-47. <https://doi.org/10.12816/0040336>
- Arboccó, M., & O'Brien, J. (2017). Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. *Avances en Psicología*, 20(2), 43-57. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2012v20n2.318>
- Atarama, T., & Coloma, A. (2015). America's Next Top Model: Análisis del potencial carácter formativo de un reality show de belleza. *Correspondencias & Análisis*, 5, 311-326. <https://doi.org/10.24265/cian.2015.n5.17>
- Atarama, T., & Villegas, G. (2016). Difusión de contenido obsceno dentro del Horario de Protección al Menor en el Perú: Análisis del reality show Esto es Guerra. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(2), 211. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.2.10>
- Ávila, S., Botero, D., Serna, D. M., Giraldo, M. C., & Gaviria, V. (2014). ENSERIADOS WEB. Análisis del comportamiento del consumidor y las narrativas en las series digitales. *Publicidad*, 3(1), 63-101. <https://doi.org/10.18566/publicidad.v03n01.a05>
- Barrera, C. (1970). La crítica de los «reality shows» en la prensa. *Communication & Society*, 7(2), 89-97. <https://doi.org/10.15581/003.7.35597>
- Cabeza, J., Casado, R., & Paz, M. A. (2023). ¿Qué se comenta de un reality? Análisis del foro en Facebook de Gran Hermano España (2011- 2019). *Revista de Comunicación*, 21(2), 51-68. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A3>
- Casado-Mestre, F. (2005). TV as a way of social behaviour: a pedagogical proposal. *Comunicar*, 13(25). <https://doi.org/10.3916/C25-2005-196>
- Coaquera, D. P. (2022). Contenidos televisivos violentos y conducta agresiva en estudiantes nivel primario.

- Revista Médica Basadrina*, 16(1), 34-42. <https://doi.org/10.33326/26176068.2022.1.1515>
- Firmino, M. T., & De Oliveira, M. É. (2019). Franquicia televisiva en formato talent show infantil y la gestualidad en la performance del canto. *Correspondencias & Análisis*, 10. <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n10.11>
- Gallardo, J., Lavín, E., & Sierra, J. (2020). Los programas infantiles de televisión y su consumo en diferido en España. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 18(1), 155-178. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1387>
- Gauch, V. (2017). Estudio de los métodos de investigación y técnicas de recolección de datos utilizadas en bibliotecología y ciencia de la información. *Revista española de Documentación Científica*, 40(2), 175. <https://doi.org/10.3989/redc.2017.2.1333>
- Gómez-Aguilar, M., Paniagua Rojano, F. J., & Farias Batlle, P. (2015). Comportamiento de la audiencia de televisión en las redes sociales. Una aproximación al perfil y programas más comentados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 539-551. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1058>
- Gómez-Escalonilla, G. (2021). Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 115. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000018>
- Guerrero, E. (2010). La irrupción del reality game en la televisión española y sus efectos sobre los concursos (2000-2005). *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 182-216. <https://doi.org/10.15178/va.2010.110.182-216>
- Halpern, D., Quintas-Froufe, N., & Fernández-Medina, F. (2016). Interacciones entre la televisión y su audiencia social: hacia una conceptualización comunicacional. *El Profesional de la Información*, 25(3), 367. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.06>
- Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75-79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (McGRAW-HILL). <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/%0Auploads/2017/08/metodologia-de-la->

investigacion-sextaediccion.%0Acompressed.pdf

Jiménez-Correa, A. (2000). La transmisión de los valores y la televisión. *Comunicar*, 7(14), 89-96.

<https://doi.org/10.3916/C14-2000-12>

Muñoz, S. A. (2003). La Influencia de la Televisión y de los Videojuegos en la Educación de los Niños.

Revista Internacional de Psicología, 4(02), 1-16. <https://doi.org/10.33670/18181023.v4i02.22>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International*

Journal of Morphology, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Peiró, S., & Merma, G. (2011). Una mirada crítica a las repercusiones de la televisión en la educación.

Polis, 29, 1-18. <https://journals.openedition.org/polis/2086>

Quintas, N. (2017). El ocaso de la televisión pública española ante su audiencia: un lustro decadente (2010-

2015). *Palabra Clave - Revista de Comunicación*, 21(1), 165-190.

<https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.1.8>

Rojas, V. (2008). Influencia de la televisión y videojuegos en el aprendizaje y conducta infanto-juvenil.

Revista chilena de pediatría, 79. <https://doi.org/10.4067/S0370-41062008000700012>

Vázquez-Barrio, T., Torrecillas-Lacave, T., & Suárez-Álvarez, R. (2021). Percepción sobre la televisión en

el ecosistema audiovisual de la convergencia digital. *El profesional de la información*.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.40>