

# UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

## FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

### ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



### TESIS

“INFLUENCIA DE LOS REALITIES SHOWS EN LAS EMOCIONES BÁSICAS DE LOS NIÑOS DE 11 - 12 AÑOS DE LA I.E.P. 70564 LAS MERCEDES JULIACA 2016”.

### PRESENTADO POR:

- JHUDITH BLANCA CHURA LIMACHI
- CESAR JAVIER LUQUE VILCA

### PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**PUNO-PERÚ**  
**2017**

## UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PUNO

## FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

## ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

"INFLUENCIA DE LOS REALITIES SHOWS EN LAS EMOCIONES BÁSICAS DE LOS NIÑOS DE 11 - 12 AÑOS DE LA I.E.P. 70564 LAS MERCEDES JULIACA 2016".

## TESIS PRESENTADO POR:

- JHUDITH BLANCA CHURA LIMACHI
- CESAR JAVIER LUQUE VILCA

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

APROBADO POR EL JURADO REVISOR, CONFORMADO POR:

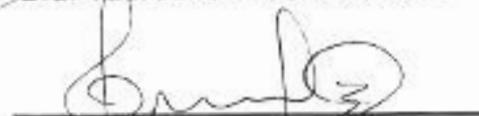
**PRESIDENTE**

:

  
Dra. Yudi Janeh Yucra Mamani

**PRIMER MIEMBRO**

:

  
M.Sc Percy Gómez Bailón

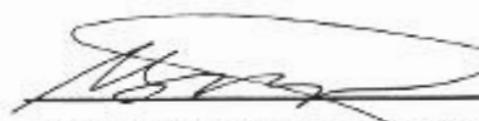
**SEGUNDO MIEMBRO**

:

  
M.Sc Luigi Hedrik Rodríguez Rocha

**DIRECTOR DE TESIS**

:

  
Lic. Fermín Edgar Gómez Pineda

PUNO – PERÚ  
2017

**AREA: Periodismo**

**LINEA: Medios de Comunicación**

**TEMA: Televisión**

## DEDICATORIA

A Dios, por permitirnos alcanzar  
nuestras metas y brindarnos salud,  
además de su infinita bondad y  
amor.

A nuestros padres y hermanos, por  
su amor, cariño y apoyo constante  
en nuestra vida diaria.

A nuestra hermosa hija, Duania  
Yasmin, por ser nuestra fuente de  
inspiración y motivación.

## AGRADECIMIENTO

El agradecimiento a Dios, nuestro padre, quien nos guío y dio fortaleza de seguir adelante. Y por mantenernos con vida y salud.

A los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, en particular a nuestros jurados y director de tesis, por la orientación, comprensión, y el apoyo incondicional.

## ÍNDICE GENERAL

Resumen .....	12
Abstract .....	13
Introducción .....	14
CAPÍTULO I.....	16
1.1 Planteamiento del problema .....	16
1.2 Antecedentes de la investigación.....	18
1.3 Objetivos de la investigación .....	20
1.4 Justificación de la investigación: .....	21
CAPÍTULO II.....	23
2.1 Revisión de la literatura .....	23
2.1.1 Comunicación .....	23
2.1.2 Medios de comunicación masiva.....	25
2.1.3 Televisión.....	26
2.1.4 Reality show .....	29
2.1.5 Historia del reality show .....	30
2.1.6 Tipos de reality shows .....	33
2.1.7 Reality show en el Perú.....	35
2.1.8 Emociones .....	47
2.1.9 Desarrollo emocional y cognitivo de niños 11 a 12 años .....	61
2.1.10 Grados de influencia .....	62
2.1.11 Influencia de los realities shows en las emociones de los niños .....	63
2.2 Marco conceptual.....	68
2.2.1 Alegría .....	68
2.2.2 Competencia .....	68

2.2.3	Comunicación .....	68
2.2.4	Consumo televisivo .....	68
2.2.5	Emociones .....	69
2.2.6	Emociones básicas .....	69
2.2.7	Influencia.....	69
2.2.8	Inteligencia emocional.....	70
2.2.9	Ira .....	70
2.2.10	Medios de comunicación.....	70
2.2.11	Miedo .....	70
2.2.12	Neo televisión.....	70
2.2.13	Pelea.....	71
2.2.14	Reality show.....	71
2.2.15	Sentencia .....	71
2.2.16	televisión .....	71
2.2.17	Tristeza .....	71
2.2.18	Triunfo .....	72
2.3	Operacionalización de variables.....	73
2.4	Hipótesis.....	73
CAPÍTULO III .....		75
3.1	Materiales y métodos:.....	75
3.1.1	Metodología .....	75
3.1.2	Nivel de análisis: .....	75
3.1.3	Unidad de análisis:.....	75
3.1.4	Unidad de observación .....	75
3.1.5	Diseño de la investigación.....	76

3.1.6 Población.....	76
3.1.7 Muestra .....	77
3.1.8 Técnica de la investigación .....	78
3.1.9 Instrumento de investigación.....	78
3.1.10 Procedimiento de recolección de datos.....	79
CAPÍTULO IV .....	80
4.1 Caracterización del área de investigación .....	80
4.1.1 Ámbito de estudio I.....	80
4.1.2 Ámbito de estudio II.....	80
CAPÍTULO V .....	82
5.1 Resultados y discusión.....	82
5.2 Exposición y análisis de los resultados encuesta .....	82
5.3 Exposición y análisis de los resultados de la observación:.....	94
Conclusiones .....	100
Recomendaciones.....	101
Referencias.....	102
Webgrafía .....	104
Anexos.....	106

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Logo del reality EEG de América TV .....	38
Figura 2 Discusión de Nicola y Mario en el Reality Esto es Guerra.....	40
Figura 3 Provocación entre Patricio y Rafael en “EEG” .....	41
Figura 4 Enfado de Nicola en “EEG” .....	41
Figura 5 Sentencia de los guerreros en “EEG” .....	42
Figura 6 Eliminación de Facundo en “EEG” .....	43
Figura 7 Llanto de Thiago y Thati en “EEG” .....	43
Figura 8 Miedo de Nicola en “EEG” .....	44
Figura 9 Reto de cuchillos en “EEG” .....	44
Figura 10 Desafío de altura en “EEG” .....	45
Figura 11 Burla de sus compañeros hacia Meliza en “EEG” .....	45
Figura 12 Expresando la felicidad en el Reality “EEG” .....	46
Figura 13 Victoria de los Leones en “EEG” .....	46
Figura 14 Concepto de emoción.....	48
Figura 15 Emociones Básicas.....	53

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla N° 1 Percepción de los niños al observar discutir a los personajes en el programa “EEG” .....	83
Tabla N° 2 Percepción de los niños al observar las provocaciones de los personajes en el programa “EEG” .....	83
Tabla N° 3 Tabla Percepción de los niños al observar el enfado de los personajes en el programa “EEG” .....	84
Tabla N° 4 Percepción de los niños al observar la eliminación de los personajes en el programa “EEG” .....	86
Tabla N° 5 Percepción de los niños al observar el llanto de los personajes en el programa de “EEG” .....	86
Tabla 6 Percepción de los niños al observar la sentencia de los personajes en el programa de “EEG” .....	87
Tabla N° 7 Percepción de los niños al observar el temor de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” .....	88
Tabla N° 8 Percepción de los niños al observar la exposición al peligro de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” .....	89
Tabla N° 9 Percepción de los niños al observar los desafíos de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” .....	89

Tabla N° 10 Percepción de los niños al observar la burla de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra”.....	91
Tabla N° 11 Percepción de los niños al observar la felicidad de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” .....	92
Tabla N° 12 Percepción de los niños al observar la victoria de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra”.....	92
Tabla N° 13: Expresión facial y lenguaje corporal de la ira de los niños al observar EEG .....	94
Tabla N° 14: Expresión facial y lenguaje corporal de la tristeza de los niños al observar EEG .....	96
Tabla N° 15: Expresión facial y lenguaje corporal del miedo de los niños al observar EEG .....	97
Tabla N° 16: Expresión facial y lenguaje corporal de la alegría de los niños al observar EEG .....	98

**ÍNDICE DE ACRÓNIMOS**

ATV .....	Grupo Andina, 35
CONCORT TV .....	Consejo consultivo de radio y televisión, 104
DES .....	Escala diferencial de emociones, 56, 88, 89, 91, 92
EEG .....	Esto es guerra, 35, 36, 38
MTV .....	Music Television, 34

## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación titulado “La influencia de los realities shows en las emociones básicas de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes Juliaca 2016” se ha planteado determinar cuál es el grado de influencia de los realities shows en las emociones básicas de los niños.

Para la investigación, se tomó al reality show “Esto es guerra”, debido a que se emiten en un horario familiar y tiene una gran aceptación. Por otro lado, como muestra se optó por los niños de 6° grado de la Institución Educativa Primaria 70564 Las Mercedes de la ciudad de Juliaca, que tienen la edad promedio de 11 a 12 años, quienes se encuentran en una etapa de formación de sus emociones. Finalmente, se hizo uso de la metodología descriptiva - analítica, a su vez, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo - transversal con un diseño no experimental, apoyado con la técnica de la encuesta - cuestionario y una ficha de observación, los cuales permitieron determinar el grado de influencia en las emociones básicas la ira, tristeza, miedo y alegría, con la finalidad de dar alcances positivos para una mejor comprensión de la situación emocional de los niños. Las hipótesis de la presente investigación han sido validadas, por tanto, determinan la validez del trabajo de investigación. Los resultados de esta investigación determinan que el Reality Show “Esto es Guerra” ejerce un alto grado influencia en las emociones básicas de los niños de 11 a 12 años de edad de la Institución Educativa Primaria 70564 Las Mercedes de la ciudad de Juliaca.

**Palabras Clave:** Televisión, reality show, influencia, niños, emociones básicas.

## ABSTRACT

In the present research work entitled "The influence of the realities shows in the basic emotions of children 11 - 12 years of the I.E.P 70564 Las Mercedes Juliaca 2016" has been raised to determine the degree of influence of the realities shows in the basic emotions of children.

For research, took the reality show "This Is War", due to the fact that are broadcast in a family's schedule and has a great acceptance. On the other hand, as shown, it was decided by the children of 6 grade of the Primary School 70564 The Mercedes of the city of Juliaca, which have an average age of 11 to 12 years, who are at a formative stage of their emotions. Finally, use was made of the analytical - descriptive methodology, in turn, the research was a quantitative approach - cross-sectional study with a non-experimental design, supported with the technique of the survey questionnaire and an observation record sheet, which made it possible to determine the degree of influence on the basic emotions of anger, sadness, fear and joy, with the aim of giving positive advances for a better understanding of the situation of children.

The hypothesis of this research have been validated, thus determining the validity of research work. The results of this research determines that the Reality Show "This Is War" exerts a high degree influence on the basic emotions of children 11 to 12 years of age of the Primary Educational Institution 70564 The Mercedes of the city of Juliaca.

Keywords: Television, reality show, influence, children, basic emotions.

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis es una investigación que tiene por objetivo determinar y analizar el grado de influencia del reality show “Esto es guerra” en las emociones básicas de los niños de 11 a 12 años de la I.E.P. 70564 Las Mercedes de la ciudad de Juliaca. Los datos se obtuvieron de 64 niños del 6to grado de secciones B Y C, cuyos padres en su gran mayoría se dedican al comercio debido a que la ciudad es netamente comercial. El interés de la investigación nace por la gran aceptación del reality show en el Perú. En el caso de los niños, hacen uso de la televisión y sintonizan este tipo de programas, porque explota las emociones del espectador, a su vez los padres no tienen control de sus hijos. La bibliografía fue contrastada con la realidad de nuestro país en cuanto a la problemática que atraviesa los niños en cuanto a la formación de sus emociones básicas, como es la ira, tristeza, miedo y alegría llegando a desbordar dichas emociones. La presente investigación los siguientes capítulos:

En el primer capítulo, se hace el planteamiento del problema que da origen a la investigación y que se sintetiza con las siguientes preguntas: ¿Cuál es el grado de influencia del reality show “Esto es guerra” en las emociones básicas de los niños de 11 - 12 años de la I.E.P. 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016? y las específicas referido a las cuatro emociones básicas como la ira, tristeza, miedo y alegría. Seguido de los antecedentes donde se consideran los estudios anteriores vinculados a la investigación, además de los objetivos y justificación del presente trabajo.

En el segundo capítulo, exponemos el sustento teórico, que sirve como base para enfocar el trabajo, detallamos además el marco conceptual; así como la hipótesis general y las específicas de la investigación y el cuadro de operacionalización de las variables.

En el tercer capítulo ubicamos a la metodología de la investigación, precisados en el método, las técnicas que son la encuesta, y la observación, los instrumentos como el cuestionario y ficha de observación, la población y la muestra, así como el análisis de datos y el objeto de estudio.

En el cuarto capítulo, se detallan las características más importantes del área de investigación, detallando el número de niños que nos ayudan a conocer más de las características a los niños.

En el quinto capítulo, contiene los resultados y el análisis de los mismos, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos, así como la interpretación de cada uno de los resultados.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones a las que se llegaron al finalizar la investigación, que esperan contribuir con el control de padres a hijos menores y a la selección de programas de televisión; asimismo, se encuentra las referencias bibliográficas y los anexos que complementan la investigación.

## CAPÍTULO I

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, los realities shows son formatos televisivos polémicos debido a su contenido híbrido y realidad mediatizada de la vida de sus participantes, se valen de la realidad como una verdad. Prado, Delgado, García, Huertas, Larrégola y Perona afirman que “Este género hace espectacular lo cotidiano, es decir, expone las emociones y se recrea dentro del dolor y el infortunio así como también muestra las desgracias de todo orden” (Barcelata, 2004, pág. 20). “El reality show se caracteriza por jugar con las emociones y por su forma desencarnada de aproximarse al dolor y a la desgracia de los ciudadanos más humildes, de la gente común apelando a la emotividad” (Prado, 2012, págs. 10-11). Desde que tuvo lugar sus primeras apariciones en el mundo y américa latina, entre ellos Perú el 5 de abril del año 2012 con la emisión del reality show juvenil “Esto es guerra”, fueron obnubilando con el show mediático, generando conflictos emocionales entre sus integrantes, en diversas situaciones de competencia, manteniendo al espectador ligado a las pantallas y contenido, acaparando las portadas de la gran parte de los medios televisivos, radiales, escritos y redes sociales, con un rating superior a los pocos programas educativos, o culturales que quedan a nivel nacional. “El 99,8% de los niños a nivel nacional, ubica a la televisión como la actividad preferida, Esto es guerra se ubica con 50% como uno de los programas favoritos” (CONCORT TV, 2016).

La situación en cuanto a influencia de la TV en los niños, en la actualidad es bastante preocupante, desde el incremento de la agresividad, irritabilidad, ofuscación, hostilidad, antipatía hasta llegar a la violencia. Dejando de lado un conjunto de habilidades como la

inteligencia emocional, entre las que destacan el autocontrol, el entusiasmo, la empatía, la perseverancia y la capacidad para motivarse a uno mismo. “Basta con observar a los niños o a los animales para darnos cuenta de que las emociones conducen a la acción” (Goleman, *Inteligencia Emocional*, 1995, pág. 10). Según varias investigaciones demuestran que las habilidades emocionales son susceptibles de aprenderse y perfeccionarse a lo largo de la vida, si para ello se utilizan métodos adecuados. Sin embargo, en la actualidad la exposición y falta de control de los padres en lo que ven sus hijos a través de la televisión, juega un papel importante, ya que estos aún no tienen límite, al contrario, se expanden como un virus y están impregnados en cada hogar. Convirtiéndose en uno de los principales problemas a estudiar, la iniciativa de este tipo de investigación parte de nuestra realidad próxima, debido a que los niños de la ciudad de Juliaca, no son indiferentes a este tipo de programas, y más aún analizar el grado de influencia que ejercen estos en sus emociones básicas ira, tristeza, miedo y alegría considerados así según la Dra. Rachael Jack quien manifestó: “Nuestros resultados son consistentes con las predicciones evolutivas, donde las señales son diseñadas tanto por las presiones evolutivas biológicas como las sociales para optimizar su función” (Donaire, 2015). “Las emociones también cumplen una función importante en la comunicación social. Según Izard (1993) existen varias funciones sociales de las emociones, como son: i) facilitar la interacción social; ii) controlar la conducta de los demás; iii) permitir la comunicación de los estados afectivos y, iv) promover la conducta prosocial. Por ejemplo, una emoción como la felicidad favorece los vínculos sociales y las relaciones interpersonales, mientras que la ira pueden generar repuestas de evitación o de confrontación” (Piqueras, Ramos, Martínez, & Oblitas, 2010, págs. 35-36).

Para el estudio se tomó como muestra a los niños de edad promedio de 11 – 12 años del 6° grado de Primaria de la I.E.P. 70564 Las Mercedes Juliaca, sobre el cual se medirá el grado de influencia en las emociones que ejerce el reality show “Esto es Guerra”, con la finalidad de describir y analizar las emociones que sienten al observar a los participantes en diferentes situaciones como las peleas, sentencias, retos extremos y el triunfo en el transcurso del programa. Los resultados obtenidos nos darán un panorama general de las incidencias de mayor medida en las emociones, los cuales pueden persistir incluso hasta la vida adulta y necesitar ayuda profesional para modificarse.

Está demostrado que el contenido de los mensajes de la televisión, sobre todo en el mundo occidental y más aún en los países subdesarrollados, es de baja calidad artística, con altos contenidos de violencia, agresión y exaltación de valores que no están de acuerdo con los intereses de nuestra sociedad (Aldea Muñoz, 2004, pág. 150).

Finalmente, con la presente investigación contribuiremos a tomar consideraciones sobre los problemas emocionales, los cuales determinaran su desarrollo social del niño, con la finalidad de que se puedan tomar control de sus hijos en cuanto a programas de televisión y que estos accedan a una mejor calidad de vida. Por ello, se formuló los enunciados con las siguientes interrogantes que permitirán desarrollar la presente investigación.

### **1.1.1 PROBLEMA GENERAL**

¿Cuál es el grado de influencia del reality show “Esto es guerra” en las emociones básicas de los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016?

### **1.1.2 PROBLEMA ESPECÍFICO**

- ¿Cuál es el grado de influencia de las peleas de los personajes del reality show “Esto es Guerra” en la emoción básica la ira en los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016?
- ¿Cuál es el grado de influencia de las sentencias de los personajes del reality show “Esto es Guerra” en la emoción básica la tristeza en los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016?
- ¿Cuál es el grado de influencia de los retos extremos de los personajes del reality show “Esto es Guerra” en la emoción básica el miedo en los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016?
- ¿Cuál es el grado de influencia del triunfo de los personajes del reality show “Esto es Guerra” en la emoción básica la alegría en los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016?

## **1.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

A continuación, se mencionan algunas investigaciones:

En su investigación, Rosero Cazar (2008) de la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Carrera de Comunicación Social, Tesis previa a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social denominada: “La Influencia de Programas de Televisión en el Desarrollo de la Inteligencia Emocional de las Niñas de 4 a 5 Años de la Unidad Educativa Bilingüe Génesis en el Año Lectivo 2007 -2008” concluye que “los programas de televisión influyen de forma negativa en el desarrollo de la Inteligencia Emocional en los niñas de 4 a 5 años de la Escuela Génesis en el año lectivo 2007-2008”.

La autora Ronquillo León (2015) de la Universidad de Guayaquil, Especialidad de Comunicación Social, en su tesis previa a la obtención del título: “Análisis de la influencia de los programas de Televisión Basura”, en el comportamiento de los niños del Plan Habitacional Mucho Lote 6ta etapa en el periodo 2014 – 2015. En esta investigación, hipotético - deductivo se llegó a la conclusión de que “el contexto de los programas que se transmiten en la franja horaria familiar, siempre están llenos de violencia y vulgaridad, que para la mayor parte de la familia les parece un entretenimiento”.

En su revista Aldea Muñoz (2004) titulada:

“La Influencia de la Nueva Televisión en las Emociones y en la Educación de los Niños”, concluye que los hechos que perjudican a la mayoría porque los valores reales, estilo de vida y manera de vivir de cada uno está manipulados por modelos, valores y tipos de comportamientos, algunos de los cuales están bastante fuera del alcance de la mayoría de los hombres, pero otros pueden ser imitados y ejercer influencia directa sobre nuestro comportamiento y sobre todo sobre la conducta infantil (pág. 29).

En su tesis Quispe Mamani (2014) de la Universidad Nacional del Altiplano de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, para optar el título profesional, titulada: “Influencia del programa “Esto es Guerra” en el comportamiento de los alumnos de nivel secundario de la Institución Educativa Privada James Baldwin – Puno 2014”, concluye que el programa de entretenimiento si influye de manera directa e indirecta en el comportamiento de los alumnos de cuarto y quinto grado de educación secundaria.

En la tesis de Jacho Chura & Mamani Bautista, (2012) titulada “El Programa cómico Risas de América y su influencia en el comportamiento de los jóvenes de la Ciudad de Puno-2012” de la Universidad Nacional del Altiplano, para optar el título profesional en Ciencias de la comunicación, concluye que “El programa cómico Risas de América sí influye de manera directa e indirecta en el comportamiento de los jóvenes de Puno, porque este programa hace el uso de la comicidad para fomentar la morbosidad el sexo y el racismo, lo cual causa la práctica de malas actitudes y hábitos en los jóvenes”.

En su tesis Mamani Cruz (2012) de la Universidad Nacional del Altiplano de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, para optar el título profesional, titulada: “Consumo de los programas de dibujos animados de la TV nacional, en la actitud de los niños de 8 – 10 años de la I.E.P. 70024 Laykakota Puno 2012” llega a la conclusión de que los dibujos animados de la TV que consumen los niños de 8 a 10 años de la I.E.P. Laykakota de la ciudad de Puno, influyen significativamente en el comportamiento del alumnado.

### **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar cuál es el grado de influencia del reality show “Esto es guerra” en las emociones básicas de los niños en 11- 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.

#### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar cuál es el grado de influencia de las peleas de los personajes del reality show “Esto es Guerra” en la emoción básica la ira en los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.
- Determinar cuál es el grado de influencia de las sentencias de los personajes del reality show “Esto es Guerra” en la emoción básica la tristeza en los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.
- Determinar cuál es el grado de influencia de los retos extremos de los personajes del reality show “Esto es Guerra” en la emoción básica el miedo en los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.

- Determinar cuál es el grado de influencia del triunfo de los personajes del reality show “Esto es Guerra” en la emoción básica la alegría en los niños de 11 - 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.

#### 1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

En los últimos tiempos la Televisión se convirtió en una de las distracciones más atrayentes para los niños desde décadas atrás, innovando y creando formatos televisivos como “el reality show que es uno de los más novedosos géneros televisivos aparecidos en la reciente historia de la televisión mundial. Sus peculiares características no han estado exentas de críticas que lo descalifican y lo ubican en los terrenos de la llamada la telebasura” (Henaó Pérez, 2010, pág. 10). Por ende, el interés de la investigación, debido a que en el Perú tuvo un éxito que llegó a sus máximos niveles de sintonía, no obstante, estudios concluyeron que la mayoría de los niños y adolescentes prefieren ver televisión en sus tiempos libres, lo que los hace esclavos emocionales de este tipo de género. La situación de la ciudad de Juliaca es bastante comercial, donde los padres viven de sus negocios para mantener a los pequeños del hogar, lo que incrementa el riesgo a que sus hijos estén expuestos en sus hogares viendo televisión sin control de un responsable. Como una parte de la representación de la población para hacer el estudio se tomó a los niños del sexto año de la Institución Educativa Primaria 70564 Las Mercedes de Juliaca del año 2016.

Diversos estudiadores, han incluido en sus investigaciones dicho género “como objeto de estudio y –por ende– se reconozca su significativa influencia en el campo de la producción, realización y recepción televisivas” (Henaó Pérez, 2010, pág. 10). La influencia negativa que estos ejercen en las emociones, comportamiento, conducta, actitudes, valores entre otros factores son preocupantes, porque cada vez se observa niños coléricos, irritables, antipáticos, antisociales, y sobre todo el incremento de la violencia.

De acuerdo a los antecedentes, Madeline Levine ha concluido que “los niños que ven violencia en los medios de comunicación, tienen más probabilidad de considerar las peleas como un mecanismo normal para solucionar los conflictos” citado por (Aldea Muñoz, 2004, pág. 152). Esta investigación pretende determinar el grado de influencia para obtener resultados óptimos sobre las emociones básicas que ayuden a tomar consideraciones y

control de sus hijos a los padres, como también a los comunicadores sociales tomar interés en estos aspectos de la vida social.

## CAPÍTULO II

### 2.1 REVISIÓN DE LA LITERATURA

Dado que el análisis del presente tema de investigación estará puesta en la influencia del reality show en las emociones de los niños, como un proyecto de abordaje hacia cierta dimensión de lo social, será necesario plantear algunos parámetros que sirvan de ejes conceptuales sobre los que apoyar la lectura interpretativa del genero reality show. Para empezar, entenderemos el concepto de comunicación para adentrarnos en el tema.

#### 2.1.1 COMUNICACIÓN

Según el Autor A Miller, G (1979) la comunicación es un proceso en que se trasmite ideas, emociones, gestos, conductas etc., con el fin de influenciar en su receptor, y existió desde que hubo vida en la tierra. El ser humano es un ser que tiene la facultad de comunicarse, desarrolló y perfeccionó medios que le permitan facilitar la comunicación.

Según Berelson, B. y Steiner, G. (1964) la comunicación es: “El acto o proceso de transmisión que generalmente se llama comunicación, consiste en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, mediante el empleo de signos y palabras.” (Marifer, 2013) .

Para Osgood, Ch (1961): “Tenemos comunicación siempre que una fuente emisora influencia a otro- el destinatario – mediante la transmisión de señales que pueden ser transferidas por el canal que los liga” (Marifer, 2013).

La comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte" (Stanton, Etzel , & Walker, 2007, pág. 511).

La comunicación es "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos" (Lamb, Hair,Jr, & McDaniel, 2006, pág. 484). Sin embargo, la comunicación cumple distintas funciones una de las más importantes para esta investigación es la función emotiva:

#### **2.1.1.1 Función emotiva de la comunicación**

Para Prado, E. (2012) esta función se centra en el emisor, que expresa emociones de forma consciente o inconsciente para dar a conocer su mensaje o lo que quiere lograr en los demás.

Es conocida también como función expresiva. El eje se centra en el emisor: cuando éste transmite un mensaje imprime en él una actitud subjetiva, sentimientos y emociones, y generalmente lo hace de forma inconsciente. Esta función se caracteriza por el empleo de oraciones admirativas y enunciativas, interjecciones, interrogaciones, así como también por la entonación de la voz del hablante, el cual, al expresarte, intenta transmitir sentimientos (Marifer, 2013).

Después de haber definido cuál es la función que cumple la comunicación es necesario analizar a la audiencia según la presente investigación.

#### **2.1.1.2 Teoría de los usos y gratificaciones:**

Este enfoque nace a finales de los años 50's y la segunda mitad de los años 70's. Analiza a la audiencia de una forma más profunda. Parte del siguiente cuestionamiento: ¿Qué hace la gente con los medios? Esta teoría postula que los medios de comunicación no tienen efectos en la audiencia, a menos que la audiencia los busque y les dé una significación particular a los mensajes. Los medios de comunicación satisfacen las necesidades de los individuos.

Los teóricos de esta propuesta centran su preocupación en lo que las audiencias hacen con los medios, a sabiendas de que la sociedad ya no podía ser vista como un conglomerado, pues cada individuo opta por determinados mensajes según sus

necesidades. Por ello crearon algunos principios que denominaron usos y gratificaciones:

- Los individuos eligen los estímulos a los que quieren responder, dependiendo de los valores, su contexto social y sus intereses.
- Los estímulos como tales no propician un proceso cognitivo, este se inicia cuando el receptor lo aterriza en su contexto particular.
- Los medios luchan entre sí y al mismo tiempo con otras fuentes para retener la atención del público que busca saciar sus necesidades.

Respecto a las necesidades Katz, Blumler y Gurevitch definen 4 áreas de necesidad:

- Personales: relacionadas con la personalidad y las relaciones interpersonales
- Escape: las que buscan consumir diversión y entretenimiento
- Cognitivas: búsqueda de información
- Afectivas: experiencias emocionales y placenteras (Lazarsfeld, Blumler, & Gurevitch, 2010).

“Este enfoque parte de la creencia de que la audiencia tiene un conjunto de necesidades que busca satisfacer con los medios masivos” (Fiske, 1984, pág. 112).

La investigación, tomará como base a Lazarsfeld, Blumler y Gurevitch, quienes afirman que a la audiencia busca experiencias emocionales y placenteras para satisfacer sus necesidades a través de los medios de comunicación masivos. Por ello, es de gran importancia conocer y conceptualizar dichos medios.

### **2.1.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA**

Los medios de comunicación masiva “mass media”, son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros.

Principalmente por las características formales de su mensaje, los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia en la construcción del pensamiento social de sus consumidores, en especial entre los niños y los jóvenes (Liceras Ruiz, 2005).

Los medios masivos son utilizados en la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas formas más de comunicación. Su principal objetivo es reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a toda la sociedad, si bien los mensajes tienen un público deseado, no quiere decir que este público será el único que lo reciba, añadiendo así más audiencia al mensaje. (Dominguez Goya, 2012, pág. 12).

De esta forma determinamos que los medios de comunicación son entes influyentes para construir nuestras ideas y pensamientos sobre la sociedad, y uno de los principales medios de comunicación de mayor influencia es la televisión.

### 2.1.3 TELEVISIÓN

La televisión ofrece a los niños una amplia gama de oportunidades para observar y experimentar emociones. Hoy es sabido que “las emociones constituyen el fundamento de todo lo que hacemos, incluso el razonar” Maturana y Bloch, (1998). De hecho, el término proviene de la palabra latina *movere* (mover hacia afuera). Es decir, como plantea Glasenapp (2014), las emociones conducen a la acción, ofrecen la fuerza para moverse en una determinada dirección, para realizar cosas o para dejar de hacerlas. De esta forma, ayudan a definir y registrar los hechos importantes de la vida de las personas, determinando su comportamiento. A partir de estas consideraciones se puede afirmar que “el sistema límbico -el cerebro emocional- es la central energética del cerebro, generadora de los apetitos, impulsos, emociones y estados de ánimo que dirigen nuestra conducta”. (Rita, 2002, pág. 54)

La televisión, a partir de la imagen, configura un lenguaje peculiar que contiene una fuerte carga emocional que impacta de diversas maneras al espectador. “La T.V. gatilla emociones, algunas placenteras como la alegría, otras que apoyan la identidad como el orgullo, pero también el miedo” (Maya & Schwarz, 2014, pág. 13)

Algunas características de la televisión muy bien analizadas por Giovanni Sartori son:

- Se suele creer en lo que se transmite.
- El tipo de comunicación es unidireccional.

- La información que llega tiene que ver con los valores, normas y actitudes de quienes la transmiten.

Para Carmen Pérez León y colaboradores (1998) en su investigación *¿Por qué los niños ven televisión? Determinación de hábitos televisivos en niños de 6 a 8 años en Caracas: La Televisión presenta estímulos audiovisuales, los cuales son más efectivos que los visuales y auditivos por sí solos. Se impone sobre los otros medios de comunicación por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de nuestra época* (Arboccó de los Heros & O'Brien Arboccó, 2012, pág. 47).

La televisión de antes (paleotelevisión), buscaba informar, entretener y formar, sin embargo, conforme pasaron los años fueron apareciendo nuevos modelos donde no existe parámetros para impregnar en el hogar, hoy denominado la Neotelevisión.

### **2.1.3.1 Neotelevisión**

Para Casetti y Odin (1990) la Neotelevisión prácticamente todas las características mencionadas de la era paleotelevisiva varían con la neotelevisión, era que coincide con el inicio de las emisiones de las cadenas privadas. Los temas tabúes dejan de serlo; las funciones institucional, educativa y jerárquica desaparecen y son sustituidas por la proximidad y la interactividad. A pesar de la supuesta consulta permanente, el espectador sólo puede elegir entre un espectro limitado. Se trata de un modelo superficial, energético y asocial, donde todo sucede a un ritmo acelerado. Según Eco (1983), una de las características de la neotelevisión es la producción de realidad; la televisión, por el solo hecho de enunciar el mensaje, lo convierte en «verdad»; es creadora de noticias. La neotelevisión modifica la realidad; convierte el paisaje en escenario (Eco, 1983) y, consecuentemente, a las personas en actores/personajes. Se caracteriza por la hipervisibilidad, la voluntad de mostrarlo todo, incluso sus propios artificios, como método para simular autenticidad; por la espectacularización (Imbert, 2003), la cantidad infinita de actores que intervienen, la dificultad creciente de diferenciar entre ficción y no ficción, y la sofisticación del neoespectador, paralela a la de la televisión citado en (Tous Rovirosa, Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión, 2009, págs. 176-177).

Surge entonces, el consumo televisivo sin filtros, donde el espectador no sabe diferenciar entre ficción y realidad, dónde los más propensos son los niños a este nuevo modelo.

### **2.1.3.2 El consumo de televisión en los niños**

En el consumo de Medios de Comunicación Masiva por los niños, la televisión ocupa el papel estrella. “Un niño español está de media más horas delante del televisor que en la escuela. Los menores entre 4 y 12 años dedican 990 horas anuales a ver televisión, frente a las 960 que se destinan al colegio y los estudios, y en una franja horaria (entre las 21 a las 24 horas) en la que brillan por su ausencia los programas infantiles” (Liceras Ruiz, 2005).

En el Perú, en estudio realizado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) reveló que el 99% de niños y adolescentes tiene como principal actividad de lunes a viernes ver televisión.

De acuerdo a la ‘Encuesta Nacional sobre Consumo Televisivo y Radial en Niños, Niñas y Adolescentes’, los menores ven en promedio 3.1 programas al día. Sus programas preferidos son “Esto es Guerra” (50%), “Al Fondo Hay Sitio” (36%) y “Combate” (29%); y sus personajes favoritos son Nicola Porcella (13%), Erick Elera (9%) y Yaco Eskenazi (8%).

“Para ellos la influencia de la televisión es tan importante como el colegio. Ese dato está mostrando la importancia que tiene en la vida de los chicos, y, por tanto, el impacto que tiene hoy en sus vidas la programación que ofrece, que además no considera programas especializados para ellos” explicó la secretaria técnica del CONCORTV, Miriam Larco.

Por otro lado, según la encuesta el 84 % de los niños, niñas y adolescentes eligen el programa de televisión que desean ver, sin ser acompañados por sus padres o adultos responsables de ellos (PANAMERICANA RADIO, 2014).

La consecuencia es que, a falta de otros contenidos, los niños están abocados a consumir los mismos productos que los adultos. En esas circunstancias no resultan extrañas las opiniones de José Manuel Pérez Tornero (2004) “lo que

hace la escuela durante el día lo deshace la televisión durante la noche” citado en (El País, 2004).

Muchas telenovelas y teleseries, reality shows, talk shows, programas de debate, tertulias, series de dibujos animados, etc. propalan la mala educación, la frivolidad, el egoísmo, hedonismo, consumismo, falsos conceptos sentimentales y sexuales, la rebeldía, el culto a la popularidad a la presencia física, el consumismo, el amor al dinero, la poca objetividad de la información, la insensibilidad ante la violencia, etc., como realidades “normales” de la modernidad y no como falsos valores. (Liceras Ruiz, 2005, págs. 4-5).

Según las cifras del consumo televisivo, encontramos a los reality shows como los preferidos de los engreídos del hogar, este género es parte de la Neotelevisión, por tanto, a continuación conoceremos como surge y que implica el reality show.

#### **2.1.4 REALITY SHOW**

Para Prado Emeli (2012) define al reality show como traficantes de emociones sustentando de que la televisión de nuestros días está altamente connotada por la emergencia y proliferación de los programas que espectacularizan lo cotidiano, exhiben emociones, se recrean en el dolor y la desgracia y airean las miserias de todo orden. A este fenómeno se le ha bautizado con el paradójico nombre de TV verdad, y con otra multitud de etiquetas como tele-realidad, telebasura o reality show (pág. 9).

La imagen propone y/o refleja necesidades y deseos a través de mecanismos de proyección e identificación del sujeto. Si las emociones influyen en las decisiones y en los comportamientos, cualquier imagen que genere emociones será socializadora (movilizadora), en el sentido de que tendrá incidencia sobre las creencias y los comportamientos de las personas. Esto, sin duda, es lo que también buscan conseguir los mensajes televisivos. Este es el poder que tiene la televisión: puede comunicar emociones, lo que a su vez, en ocasiones, puede constituir un riesgo, pero en otras puede ser también un beneficio (Sedeño, 2005).

Estos programas se clasifican dentro del género de programas contenedores o formatos híbridos, cuyo contenido es variado y se va conectando por un conductor

obligado a constituir una continuidad que dentro de los espacios televisivos raramente se ve. (Lacalle, 2001, pág. 222)

El Reality Show se caracteriza por la presencia del concepto de información con la descripción oral de historias reales llevadas a la pantalla por la gente, el acto de manipular de la televisión y la audiencia, la entrada a la televisión de sectores sociales excluidos anteriormente, conteniendo temas como la crisis y la carencia, teniendo a la verdad como garantía de credibilidad. (Lorenzo, 1995, pág. 43).

La audiencia juega un papel fundamental dentro de los Reality Shows, reflejando un fuerte impacto pues “Los Reality son sistemas de signos en donde se presentan estereotipos y conductas no convencionales, reconocibles, con las cuales el televidente se identifica o rechaza y utiliza para definir parte de su relación subjetiva con el conjunto social” (De Lucia, 2002).

Definimos entonces a los realities shows como formatos híbridos, que se valen de muchos géneros como los informativos (parte de la realidad) y novelas (ficción), transmitiendo vivencias y emociones reales de sus participantes para mantenerlos enganchados a la pantalla a su audiencia.

### **2.1.5 HISTORIA DEL REALITY SHOW**

Según Barcelata, C. (2004) “si bien en radio ya pudo existir algún tipo de género con características similares al actual reality, hay varios momentos puntuales que, sin duda, constituyen hitos dentro de la historia y la evolución de la telerrealidad. Con la intención de comprender el porqué de su éxito, haremos un breve recorrido por su historia”.

En 1973 la televisión pública estadounidense saca a la luz «An american family», un documental cuyo objetivo es estudiar la vida de una familia norteamericana de clase media. Podía haber sido uno de tantos documentales de no ser porque dicho objetivo exigió un seguimiento diario durante nueve meses, y porque durante su emisión sucedieron cosas tales como la revelación de homosexualidad por parte de uno de los hijos o la separación del matrimonio.

Diecinueve años después, la cadena MTV parece dar un pequeño salto cualitativo con «The real world», donde por primera vez de forma consciente se eligen personas

(los actores eran muy caros) para crear una serie con el formato que hoy conocemos. Fue un éxito rotundo.

Por Europa, ya en esta década, asistimos al boom de un formato con cierta similitud a los reality shows, los llamados «talk shows», en donde la gente va a un programa literalmente a vender su intimidad. Es el caldo de cultivo de los reality. Comparte el ingrediente base: el fisgoneo en las vidas ajenas, el voyerismo y ese interés malsano por las personas. La evolución de los Talk shows desde lo verídico hasta lo humorístico es consecuencia directa de la aparición de la telerrealidad, que ha ocupado descaradamente su lugar en esta promesa de autenticidad. Por entonces algunos llamaron a estos espectáculos «Trash TV», o televisión basura, telebasura. En Europa, cinco años después, la productora sueca Strix lanza al mercado «Expedition Robinson» (Supervivientes, exportado a España posteriormente) Su argumento era sencillo: una serie de concursantes son abandonados en una isla del pacífico donde tendrán, además de sobrevivir, que competir con sus compañeros. Otro éxito incontestable. Su repercusión en la fría sociedad sueca dejó asombrados incluso a sus creadores. Anecdóticamente, uno de sus concursantes se suicidó un mes después de ser expulsado de la isla donde se desarrollaba el programa.

Pero desde luego, si hubiéramos de concretar un punto en la dilatada historia del nacimiento de los reality, lo haríamos en 1999, cuando la empresa holandesa Endemol saca a la luz un producto «Big brother» (Gran Hermano para las comunidades hispanoparlantes) inspirado en la novela «1984» (1948) de George Orwell, quien imaginó una sociedad permanentemente observada bajo la mirada incansable del Gran Hermano, figura que representaba al estado represor. Se trata, sin duda, del reality con más presencia en todo el mundo y, en no pocas ocasiones, el introductor del formato en el país de destino.

A decir verdad, añadió poco, pero de una importancia extrema. Ahora, los televidentes serían los jueces de lo que sucediera dentro de la casa donde estaban reclutados los participantes. Este hecho, el de las votaciones por las expulsiones de los concursantes, fue clave para el éxito del concurso.

A partir de entonces, pocos reality han obviado esta interacción con el público.

En España, Gran Hermano se coló por las pantallas en el verano de 2000, precedido por su fama y polémica en Holanda. En un principio, fue vergonzosamente vendido a la opinión pública como un experimento sociológico. Nada más lejos de la realidad. Telecinco, la cadena dueña de los derechos en España, se convirtió en líder absoluto de audiencias. Consiguió el rating más alto de su historia gracias a la explotación de los contenidos de Gran Hermano, que desbordó su franja horaria para convertirse en contenido de la mayoría de los programas de la cadena.

El éxito, al menos de audiencias, de los reality era incuestionable (hasta hoy, más de 100 ediciones de Big Brother en treinta países de todos los confines del planeta), pero rápidamente comenzaron a surgir voces discordantes.

Los sectores conservadores fueron los primeros, y posteriormente se le unieron intelectuales y, sobre todo, educadores. Casi todas las críticas giraban en torno al daño que podría ocasionar en la sociedad la difusión masiva de valores no deseables, así como de comportamientos, actitudes e incluso un lenguaje chabacano. Además, el propio daño infringido a los mismos concursantes. Por la casa de Gran hermano España han pasado ya 100 concursantes. Problemas de drogas, prostitución y, sobre todo, depresión, son los más frecuentes.

La enfermedad de la fama no es ni más ni menos que una percepción de fracaso personal debido a la insatisfacción de expectativas altas. Sólo unos cuantos son los verdaderos vencedores. Sin embargo, esta oposición era aún tímida. Eso sí, hay barreras infranqueables. En Bahreim, las emisiones de Big brother tuvieron que cesar tras una semana de funcionamiento. La presión ejercida por algunos sectores islámicos fue demasiado fuerte.

Cuando parecía que ya nada podría superar el éxito de Gran hermano, surgió Operación triunfo. Un producto «made in Spain» exportado a todo el mundo. 12 millones de espectadores vieron la final. Operación triunfo trató de atenuar las críticas precedentes a través de un complejo proceso de prestigiación basado en bombardear a la audiencia con ideas consideradas política y moralmente correctas. Así, la productora introdujo los conceptos de superación personal u oportunidad de éxito (Calzado, 2005). En la versión española numerosos invitados con gran credencial social pasaron por el plató.

Gran Hermano México ha realizado acuerdos con la Secretaría de Medio Ambiente para promover actitudes ecologistas, iniciativa similar a la que habitualmente lleva a cabo la versión española a través de campañas contra el tabaco.

El presidente de Colombia, Álvaro Uribe, ha sido el primer jefe de Estado que aparece públicamente en este tipo de programas. No obstante, y sin negar que estos ingredientes existieran, no renegaron de la vieja fórmula: encierro + concurso + interactividad. De esta forma, la productora Gestmusic Endemol, crea la idea de La Academia. ¿Por qué no prescindió del ingrediente encierro si el objetivo final era dar una oportunidad a algunos chicos anónimos? Porque encierro es convivencia, y convivencia, casi siempre, conlleva morbo.

Morbo es audiencia. Audiencia es dinero. ¿Hubiera tenido el mismo éxito si no hubiéramos visto las lágrimas de Rosa (Rosa de España) delante del espejo? ¿Y el enamoramiento, bajo sospecha de infidelidad, de David Bisbal y Chenoa? Desde 2001, año de la primera edición de Operación Triunfo, hasta hoy, hemos asistido a la aparición, reedición e incluso alguna caída, de más de una veintena de reality shows en España: El bus, Confianza ciega, Supervivientes, La casa de tu vida, Hotel glam, Préstame tu vida, La granja, etc. La mayoría de ellos suele tener bastante aceptación entre el público (Maestre Delgado, 2005).

En nuestro contexto es necesario conocer dónde y cuando surge este nuevo formato en nuestro país y que impacto tuvo.

## **2.1.6 TIPOS DE REALITY SHOWS**

Existe una extensa variedad de reality shows, de acuerdo a la clasificación de la investigación de Barcelata (2004).

### **2.1.6.1 El Reality musical**

Basado en crear estrellas, ha sucedido en más de cuarenta países en el mundo, incluido el Perú donde han realizado el novedoso reality show musical Yo Soy, la Voz Perú entre otros formatos.

Popstars, fue un reality que funcionó en diversos países como Italia, Ecuador, Alemania, Europa y Estados Unidos y países latinoamericanos (Barcelata 2004).

#### **2.1.6.2 Los reality games**

Son juegos de la realidad, programas en los cuales se crean retos deportivos, audaces, hasta inhumanos para así ganar el premio final, es una clase de “atrévete a hacerlo” (Barcelata 2004).

#### **2.1.6.3 Los dating show**

Se caracterizan por citar y formar parejas entre personas solteras que quieran conocer a alguien, muchas veces si ha resultado en bodas reales, como es el caso de “The Bachelorette”, reality transmitido por Warner Channel; donde 25 apuestos chicos conquistaban el corazón de una muchacha. Finalmente, el reality termino y ella escogió a su pareja, contrajo nupcias y él por supuesto ganó el concurso (Barcelata 2004).

#### **2.1.6.4 El info Show**

También conocido como información espectáculo, en donde podemos incluir además a muchos noticieros, en el Perú Espectáculos de Latina, Hola a todos de ATV entre otros (Barcelata 2004).

#### **2.1.6.5 Freak show**

Conocido también como espectáculo de fenómenos, el típico show de “Increíble Pero Cierto”, “A Que No Se Atreve”, “Hagalo Usted Mismo”, etc (Barcelata 2004).

#### **2.1.6.6 Trash TV**

Llamado también televisión basura o telebasura, el family show o espectáculo de la familia, por ejemplo los famosos archimillonarios “The Osbournes” Reality transmitido por la Cadena MTV, “Neweleeds”, reality en el que transmiten la vida de Nick Lachey de la agrupación 98 degrees y Jessica Simpson, cantantes estadounidenses de música POP, ellos transmitieron su matrimonio y ahora su vida juntos como pareja en un reality show (Barcelata 2004).

#### **2.1.6.7 Real life soup**

Conocido también como telenovela de la realidad, aquí se producen programas hechos con actores, pero tomando casos de la vida real. En el Perú Solamente Milagros, A cada quien su Santo, entre otros (Barcelata 2004).

#### **2.1.6.8 Los reality show**

*Más conocidos como tienda de la realidad. Un claro ejemplo son los “Big Brother” versión México y Colombia, que estaban plagados de publicidad. En el Perú, “Esto Es Guerra” “Combate” “Bienvenida la Tarde” “Reto de campeones” entre otros formatos del mismo género (Barcelata 2004).*

#### **2.1.6.9 Reality crime o crime match**

Son considerados shows de la intimidad o televisión hiperrealista.

### **2.1.7 REALITY SHOW EN EL PERÚ**

En el Perú, surge el primer reality show con el formato al cual va direccionado nuestra investigación, es el de Combate, un programa de la televisión peruana, que fue adaptado de "Combate de Ecuador" emitido por ATV.

La temporada 1 se emitió el 27 de junio al 27 de octubre del año 2011. Conformado por dos equipos “Rojo” y “Verde”, conducido por Gian Piero Díaz Y Renzo Schuller. Posterior a este reality surge “Esto es guerra” con formato similar del cual trata la presente investigación (Wikipedia, 2016).

#### **2.1.7.1 Esto Es Guerra**

EEG es un reality show juvenil peruano, emitido por América Televisión y conducido por Mathías Brivio. Fue estrenado como secuencia del programa Dos para las 7 el 5 de abril de 2012, donde solo se emitía dos días a la semana. A partir del 25 de mayo empezó a emitirse de lunes a viernes. El reality logra su mejor audiencia en el sector C y D.

La primera temporada estuvo conformada por 2 equipos "mujeres" y "hombres". A medida que avanzó el programa ingresaron nuevos participantes. Los ganadores fueron Nicola Porcella y Angie Arizaga, venciendo a Yaco Eskenazi y Sully Sáenz en el final de la temporada.

La segunda temporada, llamada EEG de verano, fue estrenada el 7 de enero de 2013. En su estreno regresaron la mayoría de los participantes de la temporada pasada y se sumaron nuevos. El programa estuvo conformado por 2 equipos mixtos "cobras" y "leones". El equipo ganador fue "las cobras", conformado por Nicola Porcella, Melissa Loza, Carol Reali, Gino Assereto, y los eliminados Sully Sáenz y Gino Pesaressi.

La tercera temporada fue estrenada el 29 de abril del 2013. Continúan la mayoría de participantes y los mismos equipos. El equipo ganador fue "los leones", conformado por Yaco Eskenazi, Rafael Cardozo, Kina Malpartida, Micheille Soifer, Angie Arizaga, y los eliminados Guty Carrera y Natalie Vértiz.

La cuarta temporada empezó el 19 de agosto de 2013. El equipo ganador fue "los leones", conformado por Yaco Eskenazi, Melissa Loza, Guty Carrera, Gino Aseretto, Micheille Soifer y Milet Figueroa.

La quinta temporada empezó el 13 de enero de 2014. El equipo ganador fue "las cobras" conformado por Nicola Porcella, Rafael Cardozo, Kina Malpartida, Sheyla Rojas, Sebastián Lizarzabúru y Alejandra Baigorria; consagrándose bicampeones. Patricio Parodi, integrante de los «Leones», se consagró mejor guerrero de la temporada.

La sexta temporada empezó el 19 de mayo del 2014.10 y finalizó el 8 de setiembre del 2014. El equipo ganador fue "Los leones", conformado por Yaco Eskenazi, Kina Malpartida, Sebastián Lizarzaburu, Sheyla Rojas, Patricio Parodi y Rafael Cardozo; consagrándose tricampeones. Nicola Porcella, integrante del equipo de las «Cobras», fue elegido como el mejor guerrero de la temporada.

La séptima temporada se dividió en 2 etapas (final de apertura y final de clausura). La etapa de apertura inició el 9 de setiembre del 2014 y finalizó el 3 de noviembre del 2014. El equipo ganador fue "los leones", conformado por Yaco Eskenazi, Rafael Cardozo, Kina Malpartida, Renzo Pietroni, Jazmín Pinedo y Natalie Vertiz.

La etapa de clausura inició el 4 de noviembre del 2014 y finalizó el 19 de diciembre del 2014. El equipo ganador fue "las cobras", conformado por Nicola Porcella, Gino Pesaressi, Kina Malpartida, Gino Assereto, Carol Reali "Cachaza", Benjamín Lukovski y Angie Arizaga. El equipo ganador de toda la temporada fue "los leones", conformado por Yaco Eskenazi, Melissa Loza, Patricio Parodi, Sheyla Rojas, Yoshua Ivanoff y Natalie Vertiz, consagrándose tetracampeones. Patricio Parodi y Melissa Loza, integrantes del equipo ganador de toda la temporada, obtuvieron el título de mejor guerrero y mejor guerrera, respectivamente.

La octava temporada empezó el 19 de enero de 2015 y finalizó el 17 de abril del 2015. El equipo ganador fue "Las Cobras", conformado por Nicola Porcella, Melissa Loza, Rafael Cardozo, Carol Reali "Cachaza", Hugo García, Francesca Zignago y Facundo Gonzáles; consagrándose tricampeones. Patricio Parodi y Kina Malpartida, integrantes del equipo de "Los Leones" obtuvieron el título de mejor guerrero y mejor guerrera, respectivamente.

La novena temporada empezó el 20 de abril del 2015 y finalizó el 29 de agosto del 2015. El equipo ganador fue "Los Leones", conformado por Yaco Eskenazi, Kina Malpartida, Patricio Parodi, Sheyla Rojas, Sebastián Lizaraburu, Natalie Vertiz y Facundo Gonzáles; consagrándose pentacampeones. Kina Malpartida y Patricio Parodi, integrantes del equipo ganador obtuvieron el título de mejor guerrera y mejor guerrero respectivamente.

La décima temporada empezó el 31 de agosto de 2015 y finalizó el 21 de diciembre del 2015. El equipo ganador fue "Las Cobras", conformado por Gino Assereto, Kina Malpartida, Hugo García, Korina Rivadeneyra, Facundo Gonzáles, Brenda Carvalho y Angie Arizaga, consagrándose tetracampeones. Kina Malpartida, integrante del equipo ganador e Ignacio Baladán, integrante del equipo de "Los Leones" obtuvieron el título de mejor guerrera y mejor guerrero, respectivamente.

La undécima temporada empezó el 25 de enero del 2016. La undécima temporada empezó el 25 de enero del 2016 y finalizó el 18 de abril del 2016, siendo esta su "última" temporada" al aire, pues entrará en una etapa de receso. El equipo ganador fue "Los Leones", conformado por Patricio Parodi, Melissa Loza, Ignacio Baladán, Carol Reali "Cachaza", Hugo García, Angie Arizaga y Thiago Cunha,

consagrándose hexacampeones. Hugo García, integrante del equipo de Los Leones y Kina Malpartida, integrante del equipo de Las Cobras obtuvieron el título de mejor guerrero y mejor guerrera, respectivamente. El 19 de abril de 2016 inició un nuevo formato llamado "EEG: El Origen de la Lucha", quedando en stand by el formato. La duodécima temporada empezó el 1 de agosto de 2016 y finalizó el 2 de noviembre del 2016, volviendo al formato de Cobras y Leones. El equipo ganador fue "Las Cobras", conformado por: Nicola Porcella, Mario Iriverren, Kina Malpartida, Hugo Garcia, Melissa Loza, Duilio Vallebuona y Angie Arizaga; consagrándose Pentacampeones. Patricio Parodi y Korina Rivadeneira, siendo el primer capitán y ambos integrantes del equipo de Los Leones, obtuvieron el título del mejor guerrero y mejor guerrera, respectivamente (America Tv, 2016).

### Figura 1 Logo del reality EEG de América TV



*Fuente: Peru.com*

#### 2.1.7.2 Personajes:

Una de las características más importantes de un reality show es que sus protagonistas son individuos reales, no personajes de ficción. Las personas que participan de un reality show, en teoría, no son actores, no representan a ningún personaje ni deben seguir un guion o libreto.

- a) **Los participantes:** Son elegidos a través de un proceso de selección (casting) por el equipo de producción del programa. Por lo general, los productores intentan escoger personas con diferentes perfiles y temperamentos fuertes, para que surjan conflictos entre ellos que puedan resultar interesantes para los telespectadores.

**b) El presentador/a:** Predomina la figura del presentador solitario, que asume toda la responsabilidad pública, y no suele utilizarse la fórmula de tandem. Es una figura central en la estructura de los reality show y con su carisma imprime carácter al programa, ya que se produce una fuerte personalización. Mayoritariamente son sujetos que se implican en la ceremonia y no simples presentadores o facilitadores de la comunicación. Durante el espacio opinan, comentan y reflejan su creencia en el sentido de la trascendencia de esta actividad. Son a la vez actores y directores de actores. Su actividad entronca tan directamente con las emociones de los cualquiera que protagonizan las historias que se convierten en personajes familiares entre la audiencia y adquieren una gran notoriedad. Se produce también una connotación de la figura del presentador con la imagen de cadena, lo que les otorga mayor relieve para las empresas (Prado, 2012, págs. 12-13).

En el reality “Esto es guerra” los personajes son separados por equipos, “Leones” y “Cobras” los cuales compiten por ganar la temporada, direccionados por los conductores quienes llevan la batuta del programa. Por ello definiremos el término competencia.

### 2.1.7.3 Competencia

Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) se define como “Competencia o rivalidad de quienes se disputan una misma cosa o la pretenden” (DRAE, 2016).

Para Gardner Competencia es: “Saber – Hacer en un contexto socio – cultural específico, en donde el Ser Humano es capaz de resolver problemas reales (no hipotéticos) y elaborar productos (tangibles o intangibles) que son importantes para él o para una comunidad determinada”.

La palabra competencia tiene dos grandes vertientes: por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo (Pérez Porto & Gardey, 2015).

En “Esto es guerra” la competencia consiste en ganar diversos juegos y el que mayor puntaje obtiene es el ganador al finalizar el programa o temporada. Durante la competencia se presenta diversas situaciones como peleas, sentencias, retos extremos, triunfo, entre otros sucesos. Donde explotan la mayor parte de las emociones de sus participantes los cuales son la llave para que el espectador se mantenga ligado.

#### 2.1.7.4 Peleas

Lejos de ser un experimento de interés sociológico legítimo, el reality show vende más cuantas más peleas se produzcan entre sus integrantes, cuantos más insultos, amenazas, traiciones y actos de vulgaridad adornen sus emisiones. Los espectadores se sienten atraídos a los conflictos. (Pérez Porto & Gardey, 2015). *La pelea* es un conflicto de características violentas e intencionales que se suscita entre dos o más personas y que tiene como misión primordial el establecimiento del dominio sobre el oponente.

El termino pelea es empleado en una “Riña o **discusión** que mantienen dos o más personas por no estar de acuerdo sobre una circunstancia o una idea” (Oxford , 2016).

El reality “Esto es guerra”, a diario dispara con una serie de peleas durante la emisión en vivo, como son las discusiones, donde los participantes se muestran discutiendo, con una voz fuerte, donde expresan su máximo nivel de ira, muchas veces llegando a la agresión verbal, como se observa en la imagen de la Fig. 2.

**Figura 2** Discusión de Nicola y Mario en EEG.



*Fuente: América TV*

“Las peleas suelen ser la resolución violenta de una *discusión* o de un conflicto. Cuando el diálogo no prospera y las personas no se ponen de acuerdo, es probable que alguna tome la decisión de **provocar** una pelea a golpes con la intención de imponer su punto de vista por la fuerza” (Pérez Porto & Gardey, 2015). Muchas veces en la pelea llegan a la provocación a través de empujones o insultos.

**Figura 3** Provocación entre Patricio y Rafael en EEG



*Fuente: RPP Noticias*

La forma natural e instintiva de expresar el **enfado** es responder de manera agresiva. El enfado es una respuesta natural adaptativa a las amenazas e inspira sentimientos y conductas intensas, con frecuencia agresivas, que nos permiten luchar y defendernos cuando nos sentimos atacados (Pérez Porto & Gardey, 2015).

En la siguiente imagen Fig. 4 se observa el enfoque que le dan a la cara del participante, para mostrar el enfado del personaje.

**Figura 4** Enfado de Nicola en EEG



*Fuente: Encrypted-tbn0.gstatic.com*

### 2.1.7.5 Sentencias

Según el DRAE (2016) la palabra sentencia significa la decisión de cualquier controversia o disputa extrajudicial, que da la persona a quien se ha hecho árbitro de ella para que la juzgue o componga. Dictamen o parecer que alguien tiene o sigue. El reality se vale de las sentencias, para que el espectador se compadezca de sus participantes que serán eliminados, los cuales ellos pueden salvar a través de los votos. La sentencia consiste en elegir a un participante entre los posibles eliminados los cuales ponen en vilo a sus fanáticos que se identifican con sus personajes favoritos. La Fig. 5 expresa la **tristeza** del guerrero que podría ser eliminado, expresión que llega a la emoción de la audiencia.

#### Figura 5 Sentencia de los guerreros en EEG



*Fuente: Perú.com*

Según el DRAE la **eliminación** consiste en “Alejar o excluir a una o a muchas personas de una agrupación o de un asunto”. En la etapa de eliminación el participante se muestra sensible, porque el programa lo elimina ya sea temporalmente o de forma definitiva Fig. 6.

**Figura 6 Eliminación de Facundo en EEG**

*Fuente: Trome*

Según el DRAE la palabra **llanto** consiste en la “Efusión de lágrimas acompañada frecuentemente de lamentos y sollozos”.

En la Fig. 7 se observa a dos participantes de “Esto es guerra” llorando porque uno de ellos sería eliminado que al final se concreta.

**Figura 7 Llanto de Thiago y Thati en EEG**

*Fuente: Perú.com*

### 2.1.7.6 Retos extremos

“Objetivo o empeño difícil de llevar a cabo, y que constituye por ello un estímulo y un desafío para quien lo afronta” (DRAE, 2016).

“El temor también puede mutar a una forma de entretenimiento. Ese es el caso de los cuentos de terror o las películas del mismo género, que generan **temor** pero que pueden ser disfrutados ya que no suponen un peligro concreto” (Pérez Porto &

Gardey, 2015). En la Fig. 8 se observa la expresión de miedo de Nicola al ser sometido a un reto extremo que provoca temor.

### Figura 8 Miedo de Nicola en EEG



*Fuente: América TV*

Proviene Del latín periculum, el peligro es un riesgo o la contingencia inminente de que suceda algo malo. Puede tratarse de una amenaza física, tal como el derrumbamiento de una estructura claramente deteriorada, o de una circunstancia abstracta, que depende de la percepción de cada individuo (Pérez Porto & Gardey, 2015).

En la Imagen de la Fig. 9 se observa como son sometidos los protagonistas a una serie de peligros, que corren el riesgo de morir porque no tienen ningún tipo de protección, donde los mismos empiezan a dar gritos de **miedo** o susto.

### Figura 9 Reto de cuchillos en EEG



*Fuente: América TV*

Según El diccionario de la Lengua Española (2016) **Desafío** consiste en Afrontar o enfrentarse a un peligro o dificultad. Esto desafíos son constantes en el reality Fig.

10 debido a que expresan el mayor temor de los personajes, los cuales transmiten emociones que luego son transferidos a la audiencia.

### Figura 10 Desafío de altura en EEG



*Fuente: América TV*

### 2.1.7.7 Triunfo

Según el DRAE (2016) significa “Exigir un gran esfuerzo o sacrificio, necesario para alcanzarlo”. En reality a diario existe un ganador como también un ganador por temporada.

**Burla** el termino expresa “Acción, ademán o palabras con que se procura poner en ridículo a alguien o algo” (DRAE, 2016). En el caso de los realities exponen a los personajes a hechos bochornosos o de ridiculización como se observa en la Fig. 11, causando gracia a los demás.

### Figura 11 Burla de sus compañeros hacia Meliza en EEG



*Fuente: América TV*

Según el DRAE (2016) la palabra felicidad significa que la persona, situación, objeto o conjunto de ellos que contribuyen a hacer feliz.

Expresan alegría a través de la danza, mostrando superioridad ante el otro equipo

Fig. 12.

**Figura 12 Expresando la felicidad en el Reality “EEG”**



*Fuente: América TV*

La palabra Victoria según el Diccionario de la Real Academia Española significa alegrarse o jactarse de una victoria. Superioridad o ventaja que se consigue del contrario, en disputa o lid. En la Fig. 13 se muestra a todos los participantes contentos por haber obtenido la victoria.

**Figura 13 Victoria de los Leones en EEG**



*Fuente: El popular*

### 2.1.8 EMOCIONES

Para definir a las emociones como tal, citaremos algunos autores como Denzin (2009) quien define la emoción como una experiencia corporal viva, veraz, situada y transitoria que impregna el flujo de conciencia de una persona, que es percibida en el interior de y recorriendo el cuerpo, y que, durante el trascurso de su vivencia, sume a la persona y a sus acompañantes en una realidad nueva y transformada – la realidad de un mundo constituido por la experiencia emocional.

Para Kemper (1987), la definición de emoción primaria de Seymour Epstein es útil: una compleja y organizada predisposición a participar en ciertas clases de conductas biológicamente adaptativas(...) caracterizada por unos peculiares estados de excitación fisiológica, unos peculiares sentimientos o estados afectivos, un peculiar estado de receptividad, y una peculiar pauta de reacciones expresivas.

Lawler (1999), define las emociones como estados evaluativos, sean positivos o negativos, relativamente breves, que tienen elementos fisiológicos, neurológicos y cognitivos.

Brody (1999), ve las emociones como sistemas motivacionales con componentes fisiológicos, conductuales, experienciales y cognitivos, que tienen una valencia positiva o negativa (sentirse bien o mal), que varían en intensidad, y que suelen estar provocadas por situaciones interpersonales o hechos que merecen nuestra atención porque afectan a nuestro bienestar. (Bericat, Emociones, 2012, pág. 1).

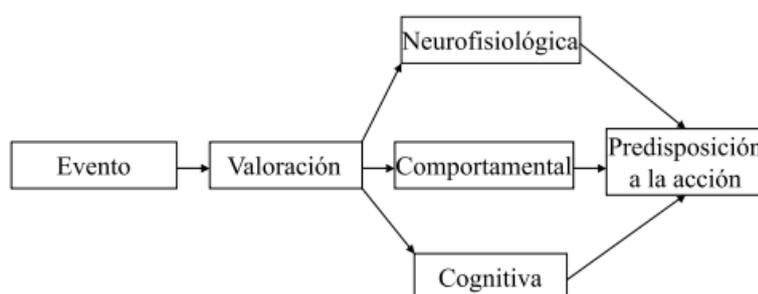
“En el mundo de las emociones la distinción entre experiencia emocional interna, o sentimiento subjetivo, y expresión emocional, o conjunto de manifestaciones externas, es fundamental. Podemos expresar lo que sentimos mediante palabras, gestos faciales, tonos vocales, conductas y cambios fisiológicos” (Bericat, Emociones, 2012, pág. 3)

La emoción y que implicaciones para la práctica se derivan de este concepto. Una emoción se produce de la siguiente forma:

- Unas informaciones sensoriales llegan a los centros emocionales del cerebro.
- Como consecuencia se produce una respuesta neurofisiológica.
- El neocortex interpreta la información.

De acuerdo con este mecanismo, en general hay bastante acuerdo en considerar que una emoción es un estado complejo del organismo caracterizado por una excitación o perturbación que predispone a una respuesta organizada. Las emociones se generan como respuesta a un acontecimiento externo o interno. En síntesis, el proceso de la vivencia emocional se puede esquematizar así:

**Figura 14 Concepto de emoción**



*Fuente: Educación Emocional y competencias Básicas*

El proceso de valoración puede tener varias fases. Según Lazarus (1991) hay una valoración primaria sobre la relevancia del evento: ¿es positivo o negativo para el logro de nuestros objetivos? En una evaluación secundaria se consideran los recursos personales para poder afrontarlo: ¿estoy en condiciones de hacer frente a esta situación?

Gran parte de lo que el cerebro realiza cuando se produce una emoción sucede independientemente del conocimiento consciente; se realiza de forma automática. Conviene insistir en que la mayoría de emociones se generan inconscientemente. También es útil distinguir entre reacciones emocionales innatas y acciones emocionales voluntarias. Las respuestas de evitación se encuentran a mitad de camino entre ambas LeDoux (1999). Cuando hablamos de las acciones emocionales voluntarias nos referimos a los sentimientos LeDoux, (1999). Estado de ánimo se refiere a un estado emocional mantenido durante semanas o más tiempo. Coincidimos con Frijda (1994) al afirmar que las emociones nos dicen qué hechos son verdaderamente importantes para nuestra vida. (Bizquera Alzina, 2003, págs. 12-13).

La emoción es definida como una experiencia subjetiva del ser humano, que puede ser mostrada a través de una expresión facial. Cumpliendo funciones adaptativas, socializadoras y motivadoras.

### 2.1.8.1 Funciones de las emociones:

Todas las emociones tienen alguna función que les confiere utilidad y permite que el sujeto ejecute con eficacia las reacciones conductuales apropiadas y ello con independencia de la cualidad hedónica que generen. Incluso las emociones más desagradables tienen funciones importantes en la adaptación social y el ajuste personal.

Según Reeve (1994), la emoción tiene tres funciones principales:

**a) Funciones adaptativas:** Quizá una de las funciones más importantes de la emoción sea la de preparar al organismo para que ejecute eficazmente la conducta exigida por las condiciones ambientales, movilizándolo la energía necesaria para ello, así como dirigiendo la conducta (acercando o alejando) hacia un objetivo determinado. Plutchik (1980) destaca ocho funciones principales de las emociones y aboga por establecer un lenguaje funcional que identifique cada una de dichas reacciones con la función adaptativa que le corresponde. De esta manera será más fácil operativizar este proceso y poder aplicar convenientemente el método experimental para la investigación en la emoción. La correspondencia entre la emoción y su función se refleja en el siguiente cuadro:

#### Función de las emociones (tomado de Plutchik, 1980).

<i>Lenguaje subjetivo</i>	<i>Lenguaje funcional</i>
<i>Miedo</i>	<i>Protección</i>
<i>Ira</i>	<i>Destrucción</i>
<i>Alegría</i>	<i>Reproducción</i>
<i>Tristeza</i>	<i>Reintegración</i>

La relevancia de las emociones como mecanismo adaptativo ya fue puesta de manifiesto por Darwin (1872/1984), quien argumentó que la emoción sirve para facilitar la conducta apropiada, lo cual le confiere un papel de extraordinaria relevancia en la adaptación. No obstante, las emociones son uno de los procesos menos sometidos al principio de selección natural (Chóliz y Tejero, 1995), estando gobernados por tres principios exclusivos de las mismas. Los principios fundamentales que rigen la evolución en las emociones son el de hábitos útiles asociados, antítesis y acción directa del sistema nervioso.

Los autores más relevantes de orientación neo-darwinista son Plutchik (1970), Tomkins (1984), Izard (1984) y Ekman (1984). Los investigadores que se centran en el análisis de las funciones adaptativas de las emociones ponen especial interés en el estudio de la expresión de las emociones, análisis diferencial de las emociones básicas, estudios transculturales de las mismas y funciones específicas que representan.

**b) Funciones sociales:**

Puesto que una de las funciones principales de las emociones es facilitar la aparición de las conductas apropiadas, la expresión de las emociones permite a los demás predecir el comportamiento asociado con las mismas, lo cual tiene un indudable valor en los procesos de relación interpersonal. Izard (1989) destaca varias funciones sociales de las emociones, como son las de facilitar la interacción social, controlar la conducta de los demás, permitir la comunicación de los estados afectivos, o promover la conducta prosocial. Emociones como la felicidad favorecen los vínculos sociales y relaciones interpersonales, mientras que la ira puede generar repuestas de evitación o de confrontación. De cualquier manera, la expresión de las emociones puede considerarse como una serie de estímulos discriminativos que facilitan la realización de las conductas apropiadas por parte de los demás. La propia represión de las emociones también tiene una evidente función social. En un principio se trata de un proceso claramente adaptativo, por cuanto que es socialmente necesaria la inhibición de ciertas reacciones emocionales que podrían alterar las relaciones sociales y afectar incluso a la propia estructura y funcionamiento de grupos y cualquier otro sistema de organización social. No

obstante, en algunos casos, la expresión de las emociones puede inducir en los demás altruismo y conducta prosocial, mientras que la inhibición de otras puede producir malos entendidos y reacciones indeseables que no se hubieran producido en el caso de que los demás hubieran conocido el estado emocional en el que se encontraba (Pennebaker, 1993). Por último, si bien en muchos casos la revelación de las experiencias emocionales es saludable y beneficiosa, tanto porque reduce el trabajo fisiológico que supone la inhibición (Pennebaker, Colder y Sharp, 1990) como por el hecho de que favorece la creación de una red de apoyo social ante la persona afectada (House, Landis y Umberson, 1988), los efectos sobre los demás pueden llegar a ser perjudiciales, hecho éste que está constatado por la evidencia de que aquéllos que proveen apoyo social al afligido sufren con mayor frecuencia trastornos físicos y mentales (Coyne, Kessler, Tal, Turnbull, Wortman y Greden, 1987).

**c) Funciones motivacionales:**

La relación entre emoción y motivación es íntima, ya que se trata de una experiencia presente en cualquier tipo de actividad que posee las dos principales características de la conducta motivada, dirección e intensidad. La emoción energiza la conducta motivada. Una conducta "cargada" emocionalmente se realiza de forma más vigorosa. Como hemos comentado, la emoción tiene la función adaptativa de facilitar la ejecución eficaz de la conducta necesaria en cada exigencia. Así, la cólera facilita las reacciones defensivas, la alegría la atracción interpersonal, la sorpresa la atención ante estímulos novedosos, etc. Por otro, dirige la conducta, en el sentido que facilita el acercamiento o la evitación del objetivo de la conducta motivada en función de las características alguedónicas de la emoción.

La función motivacional de la emoción sería congruente con lo que hemos comentado anteriormente, de la existencia de las dos dimensiones principales de la emoción: dimensión de agrado-desagrado e intensidad de la reacción afectiva.

La relación entre motivación y emoción no se limitan al hecho de que en toda conducta motivada se producen reacciones emocionales, sino que una emoción puede determinar la aparición de la propia conducta motivada, dirigirla hacia determinado objetivo y hacer que se ejecute con intensidad. Podemos decir que toda conducta motivada produce una reacción emocional y a su vez la emoción facilita

la aparición de unas conductas motivadas y no otras (Chóliz Montañés, 2005, págs. 4-7).

### **2.1.8.2 Emociones básicas**

El ser humano es de naturaleza emocional, y el estado de ánimo suele reflejarse de forma inequívoca en las expresiones faciales. Una de las cuestiones teóricas actuales más relevantes, al mismo tiempo que más controvertidas, en el estudio de la emoción es la existencia, o no, de emociones básicas, universales, de las que se derivarían el resto de reacciones afectivas. La asunción de la existencia de tales emociones básicas deriva directamente de los planteamientos de Darwin y significaría que se trata de reacciones afectivas innatas, distintas entre ellas, presentes en todos los seres humanos y que se expresan de forma característica (Tomkins, 1962, 1963; Ekman, 1984; Izard, 1977). La diferencia entre las mismas no podría establecerse en términos de gradación en una determinada dimensión, sino que serían cualitativamente diferentes.

Según Izard (1991), los requisitos que debe cumplir cualquier emoción para ser considerada como básica son los siguientes: Tener un sustrato neural específico y distintivo, tener una expresión o configuración facial específica y distintiva, poseer sentimientos específicos y distintivos, derivar de procesos biológicos evolutivos, manifestar propiedades motivacionales y organizativas de funciones adaptativas.

Según diversas investigaciones de Paul Ekman existen más de 7.000 emociones de las cuales 6 consideradas básicas, porque se podían expresar facialmente. Sin embargo, con la última investigación de Rachael E. Jack (2014) se concluyó que existen solo 4 emociones básicas.

En general, quienes defienden la existencia de emociones básicas asumen que se trata de procesos directamente relacionados con la adaptación y la evolución, que tienen un sustrato neural innato, universal y un estado afectivo asociado único. Para Izard (1977), así como para Plutchik (1980), las emociones son fenómenos neuropsicológicos específicos fruto de la selección natural, que organizan y motivan comportamientos fisiológicos y cognitivos que facilitan la adaptación.

### 2.1.8.3 Cuatro emociones básicas

Existe la creencia popular, por años mantenida, y que fue propuesta por primera vez por el psicólogo estadounidense Paul Ekman, reza que hay un total de seis emociones básicas o principales que son mundialmente conocidas y que son descifrables fácilmente a través de expresiones faciales determinadas, independientes de la cultura o condición de la persona. Estas emociones, según Ekman, eran: la tristeza, la felicidad, el miedo, la ira, la sorpresa y el asco.

Sin embargo, parece que Ekman erró al incluir alguna de ellas. Un reciente estudio publicado en *Current Biology* y llevada a cabo por investigadores de la Glasgow University, en el Reino Unido, ha cambiado el paradigma respecto a cuáles son las emociones básicas del ser humano. El estudio concluye que no son seis las emociones base, sino solamente cuatro.

Los resultados fueron obtenidos mediante la observación de los distintos músculos faciales, que los científicos han denominado “Unidades de Acción”, involucrados en la señalización de diversas emociones, así como el tiempo durante el cual cada músculo realiza una contracción o relajación. Esta investigación supone un gran comienzo en el estudio objetivo de las dinámicas de las expresiones del rostro, y probablemente surgirán más en un futuro gracias a la plataforma de análisis que ha desarrollado la Glasgow University.

**Figura 15 Emociones Básicas**



Fuente: *Current Biology*

El grupo de científicos del Instituto de Neurociencias y Psicología ha afirmado que, aunque las señales de expresión faciales de felicidad y tristeza son manifiestamente diferentes de principio a fin, el miedo y la sorpresa comparten una señal base, los ojos totalmente abiertos, al principio de producirse ambas expresiones.

Asimismo, el asco y la ira tienen en común la nariz arrugada en los primeros instantes en que se emiten. Estas señales podrían ajustarse a una ancestral señal que emitimos cuando estamos ante un peligro (Bertrand, 2014).

#### **2.1.8.4 Expresión Facial de las cuatro emociones básicas.**

Según Charles Darwin, La expresión facial es, junto con la mirada en el Homo sapiens y otros animales dotados de notoria inteligencia, uno de los medios (o media) más ricos e importantes para expresar emociones y estados de ánimo.

A través del conocimiento y de la observación de las expresiones faciales (es decir, la cara en movimiento y no como un objeto estático) podemos conseguir una mejor comprensión de lo que nos comunican los demás.

No toda la comunicación que se transmite a través de la expresión facial es susceptible de ser percibida conscientemente por el interlocutor; sin embargo, sí se sabe que las impresiones que obtenemos de los otros también están influidas por los movimientos imperceptibles de su comunicación verbal.

##### **a) La cara y las primeras impresiones:**

En un primer encuentro entre dos personas, los primeros cinco minutos suelen ser el periodo más crítico. Las impresiones formadas en este breve espacio de tiempo tenderán a persistir en el futuro, e incluso a ser reforzadas por el comportamiento posterior, que no suele ser interpretado objetivamente, sino de acuerdo a esas primeras impresiones.

Puesto que la cara es uno de los primeros rasgos que advertimos en una persona, esta puede jugar claramente un papel vital en el proceso de establecimiento de relaciones con los demás.

En estos escasos minutos nos formamos opiniones sobre su carácter, personalidad, inteligencia, temperamento, capacidad de trabajo, sobre sus hábitos personales, incluso sobre su conveniencia como amigo o amante.

**b) Hablando a la cara**

Junto con los ojos, la cara es nuestro mejor medio para comunicarnos sin palabras. La utilizamos (y los juicios de los demás dependerán de los indicios que obtengan) para indicar lo agradables que somos como personas, para expresar nuestro actual estado de ánimo, para mostrar la atención que prestamos a los demás, etcétera. No obstante, las expresiones faciales pueden utilizarse para reforzar el impacto de los mensajes verbales, como por ejemplo cuando una madre regaña a su hijo: la expresión de su cara demostrará si está realmente enfadada, si tan solo un poco.

La función principal de la cara en el lenguaje corporal es la expresión de las emociones; aunque otras partes del cuerpo también contribuyen al uso que hacemos del lenguaje corporal, por lo que no debemos creer que un mensaje es claro y exclusivamente transmitido por una única parte del cuerpo.

La gama de expresiones es muy amplia, pero hay un número limitado de emociones que la mayoría de nosotros puede reconocer con cierta fiabilidad.

Paul Ekman y Wallace Friesen, han descubierto que hay 6 expresiones faciales principales sin embargo don la última investigación de Rachael R. Jack (2014) se concluyó que solo son 4 emociones básicas consideradas de la siguiente manera:

**2.1.8.5 Emoción básica ira:**

Definir y conceptualizar la ira con precisión se convierte en un trabajo básico y primordial para la investigación de esta emoción, puesto que como recuerda Berkowitz (1999; Berkowitz y Harmon-Jones, 2004), el termino de ira ha tenido múltiples significados en la investigación psicológica, al igual que en el lenguaje cotidiano, refiriéndose tanto a sentimientos, como a reacciones corporales o fisiológicas, o como a actitudes hacia otras personas. A pesar de todo ello, parece consolidado entender la ira como una de las emociones básicas, y así está asumido por la gran mayoría de autores (p.ej. Ekman, 1984; Frijda, 1986; Izard, 1977; Plutchik, 1980; Weiner, 1986).

Las emociones se pueden entender como predisposiciones hacia la acción, y en este sentido, el afecto, que se ha desarrollado a través de procesos de adaptación y selección natural (Cacioppo, Gardner y Berntson, 1999), podría modular esa

predisposición hacia la acción favoreciendo la aproximación o la evitación ante estímulos. En relación a la estructura afectiva de la emoción que nos ocupa, la ira, son varios los autores que coinciden en señalar el alto afecto negativo que ésta posee, y más exactamente se señala el *displacer* como uno de los elementos básicos que la componen, considerándose, además del *displacer*, una tendencia a la activación fisiológica como la otra de sus características afectivas (Feldman Barret y Russell, 1998; Pérez Nieto y González Ordi, 2005).

Desde esta perspectiva la ira es considerada como una emoción básica (Izard, 1977; Ekman, 1984) y asumiendo que el criterio más utilizado de los cinco propuestos por Izard para la definición de categorías emocionales básicas es el de poseer una expresión facial característica, es preciso señalar los rasgos faciales que caracterizan a la ira. Estos son: cejas bajas, contraídas y en disposición oblicua; párpado inferior tensionado; labios tensos o en ademán de gritar; y mirada prominente (Chóliz, 1995). Según Smith (1994) la experiencia de ira hace referencia a los procesos subjetivos, a las emociones relacionadas y a los procesos cognitivos que se caracterizan por la hostilidad. La expresión de ira hace referencia a la conducta agresiva que sigue a la ocurrencia de un episodio de ira. Otros constructos relacionados, como son los estilos de afrontamiento de ira, o la distinción que se hace entre ira hacia dentro versus ira hacia fuera, son similares a la experiencia versus la expresión de ira (Fernández-Abascal y Martín Díaz, 1995). Citado en (Pérez Nieto, Redondo Delgado, & León, 1997).

Estos se pueden medir según Izard (1977) a través de una Escala diferencial de emociones (DES) 10 emociones básicas y su combinación con tres adjetivos relacionados para cada una. Intensidad emocional en una escala de cinco puntos que van de nada a extremadamente. Evaluar experiencia individual de las emociones en una situación dada. Alegría, Sorpresa, Ira, Disgusto, Desprecio, Vergüenza, Culpa, Miedo, Interés, Tristeza.

#### **Característica de la expresión facial de la ira:**

Suele estar caracterizada por: mirada fija hacia la causa de la ofensa, boca cerrada y dientes fuertemente apretados, ojos y cejas ligeramente inclinados para expresar enfado. Las manos cerradas haciendo presión y conteniendo el sentimiento.

### 2.1.8.6 Emoción básica tristeza

El diccionario de La Real Academia Española (2016), enfoca el concepto de tristeza desde diferentes acepciones: 1. adj. Afligido, apesadumbrado. 2. adj. De carácter o genio melancólico. 3. adj. Que denota pesadumbre o melancolía. 4. adj. Que ocasiona pesadumbre o melancolía. 5. adj. Pasado o hecho con pesadumbre o melancolía. 6. adj. Funesto, deplorable. 7. adj. Doloroso, enojoso, difícil de soportar. 8. adj. Insignificante, insuficiente, ineficaz.

Al mismo tiempo, desde las Ciencias de la Educación, la tristeza se concibe como un estado de ánimo caracterizado por el dolor moral y la depresión de los afectos (Sánchez, 1989). La tristeza: análisis y propuestas educativas Como podemos observar, la tristeza se asocia con situaciones internas de personalidad que provocan el derrumbe de una persona por eventos que son dolosos y que van desde estados más suaves como melancolía o aflicción hasta situaciones más difíciles de soportar. En síntesis, la tristeza está asociada a dolor.

Este dolor puede derivarse, Sánchez (1989), de un acontecimiento penoso para el sujeto (en este caso es temporal y tiene causa conocida) o ser el resultado de factores afectivos desconocidos, pudiendo derivar hacia estados neuróticos, psicóticos o hacia depresiones clínicas.

Según Dorsch (1977), hay en la tristeza un sentimiento de opresión y de vacío, a la no consecución de la aspiración a hallar un sentido en el mundo, un sentido en el que pueda apoyarse la existencia y obtener su plenitud. Por su parte, Lersch, destaca la “oscuridad” interior de la tristeza, que contrapone a la “luminosidad” que se experimenta en la vivencia de alegría según Lersch, en Dorsch, (1977). La tristeza supone, por tanto, un freno a los avances o metas, o sea, un freno a la felicidad.

#### **Expresión facial de la tristeza:**

Se distinguen por falta de expresión y por rasgos como: inclinación descendente de las comisuras de la boca, mirada baja y decaimiento general de las facciones. Normalmente estas emociones están acompañadas por un bajo volumen de la voz o una forma de hablar más lenta.

Aunque en la mayoría de las ocasiones no se distinguen muy bien una de otra, hay otros factores corporales que nos dan la seguridad de conocer cual Emoción es la que se está efectuando como:

- Cejas ligeramente inclinadas hacia las orejas formando un Semi arco.
- Hombros regularmente decaídos.
- Inclinación de las comisuras a un 45% de su rango normal.
- Manos juntas y boca Abajo.

#### **2.1.8.7 Emoción básica miedo**

“El miedo o temor es una emoción caracterizada por un intenso sentimiento habitualmente desagradable ante algo que nos asusta o creemos que nos puede hacer daño. Es provocado por la percepción de un peligro, real o supuesto, presente, futuro o incluso pasado. Es una emoción primaria que se deriva de la aversión natural al riesgo o la amenaza, y se manifiesta tanto en los animales como en el ser humano. La máxima expresión del miedo es el terror. Además el miedo está relacionado con la ansiedad” (Garcia, 2011). Según Freud la ansiedad es descrita como un miedo sin objeto; es decir, muchas veces no podemos señalar su origen o el objeto concreto que la provocó.

Según el Diccionario Oxford de la Mente, determina que las causas principales del miedo serían la exposición a una estimulación traumática, la exposición repetida a una exposición subtraumática (sensibilización), la observación directa o indirecta de personas que muestran miedo y la recepción de información que lo provoca.

#### **Características de la expresión facial del miedo**

Según Paul Ekman, no tiene una única forma de expresión que revele su presencia. Puede ponerse de manifiesto a través de unos ojos muy abiertos, por la boca abierta o por un temblor generalizado que afecta a la cara y al resto del cuerpo.

Otro aspecto a tener en cuenta es hasta qué punto intervienen los complementos en los mensajes no verbales. Debido a que los complementos cambian nuestro aspecto, hemos de tener en cuenta sus efectos sobre la percepción que los demás tienen de nosotros. De esto se puede deducir que no siempre transmitimos los mensajes no

verbales que intentamos enviar. Cuanto más conscientes seamos de estas dificultades del lenguaje corporal, sin palabras, mejor podremos utilizarlo.

#### 2.1.8.8 Emoción básica alegría

La alegría es el sentimiento positivo, que surge cuando la persona experimenta una atenuación en su estado de malestar, consigue alguna meta u objetivo deseado, o cuando tenemos una experiencia estética (contemplar una escultura). Generalmente es de duración breve, aunque ocasionalmente puede experimentarse como un estado de placer intenso (Éxtasis). Esta emoción se incluye en una estructura categorial amplia, donde se aglutinan diferentes emociones positivas (emociones de bienestar). Sus manifestaciones específicas vendrán determinadas por el grado de deseabilidad del acontecimiento desencadenante y por una serie de factores globales. Nivel de activación o excitación fisiológica.

**Características:** Desencadenantes de la emoción de alegría surge cuando la persona evalúa el objeto o acontecimiento como favorable a la consecución de sus metas particulares (Ortony y otros 1988).

Acontecimientos positivos: estimulación placentera (ser acariciado), ganar la lotería, o recibir reconocimiento profesional.

**Experiencia vicaria (de otros):** podemos sentir alegría por logros de otros. De modo similar podemos sentirnos regocijados por la desventura de otro, al que no procesamos afecto alguno (la alegría por el mal ajeno), en este caso la intensidad de la emoción estará determinada por: El grado en que el acontecimiento indeseable para el otro es deseable para uno mismo y el grado en el que se estima que el acontecimiento es indeseable para la otra persona. Como también el grado en que la otra persona merecía el acontecimiento. Asimismo, el grado de desprecio sentido por el otro.

**La alegría hilarante:** Aquella que cursa con sonrisas, risas o carcajadas. Tiene unos desencadenantes particulares: Situaciones cómicas, estimulación táctil (cosquillas), trasgresión de normas o tabúes.

**Funciones de la alegría:** La principal función es la función adaptativa, desde el punto de vista de la regulación de los sistemas fisiológicos y psicológicos: Atenúa la respuesta fisiológica al estrés, reduce la ansiedad y atempera la agresividad.

**A nivel fisiológico,** se ha observado que las manifestaciones de alegría hilarante inducen cambios hormonales. Risa alegre (reducciones en la concentración sérica de hormonas implicadas en la respuesta a situaciones de estrés: cortisol, la adrenalina y la hormona del crecimiento).

**A nivel psicológico,** la alegría podría tener un efecto de atenuación: suavizaría los efectos psicológicos propios de la emoción negativa. Interacción social: facilitación y regulación: Facilitación: La expresión alegre informa a un interlocutor de nuestra disposición para iniciar y/o mantener una relación interpersonal o comunicativa. Algunos componentes de esta manifestación emocional son aprendidos y están cargados culturalmente, otros en cambio, tienen una alta determinación genética, se activan en etapas tempranas de la vida y sirven de base para el desarrollo de los componentes culturales de la expresión emocional de alegría.

La alegría desempeña también un papel regulador de la interacción. (Favorece la interacción de carácter amistoso e inhibe el comportamiento hostil de los demás hacia nosotros).

**Conducta prosocial:** mayor proclividad a prestar ayuda, un estado de ánimo jovial favorece nuestra disposición para desarrollar conductas prosociales, es decir, para cooperar con los demás o prestarles ayuda cuando nos la solicitan. Actitud optimista y aumento de autoestima y autoconfianza.

#### **Expresión facial de la alegría a través de la sonrisa**

Ligeras, normales, amplias. Se suelen emplear como gesto de saludo, para expresar diversos grados de placer, regocijo, alegría, felicidad. Incluso los niños ciegos de nacimiento sonríen cuando algo les agrada. Se caracterizan por ser lindas y alegres.

Las sonrisas también se pueden utilizar para enmascarar otras emociones:

- Sonreír para ocultar decepción.
- Sonreír como respuesta de sumisión.
- Sonreír para hacer que las situaciones de tensión sean más llevaderas.
- Sonreír para atraer la sonrisa de los demás.

- Sonreír para relajar la tensión.
- Sonreír para ocultar miedo.

#### **2.1.8.9 Inteligencia emocional**

Según Goleman (2001), la inteligencia emocional se refiere a la capacidad de identificar, comprender y manejar las emociones en uno mismo y en los demás. La inteligencia emocional es la base de la competencia emocional, entendida como una capacidad adquirida que puede desarrollarse a través del modelamiento y la educación (pág. 13).

Para Goleman (1996), la inteligencia emocional se refleja en la manera en que las personas interactúan con el mundo. Las personas emocionalmente inteligentes toman muy en cuenta sus propios sentimientos y los de los demás; tienen habilidades relacionadas con el control de los impulsos, la autoconciencia, la valoración adecuada de uno mismo, la adaptabilidad, motivación, el entusiasmo, la perseverancia, la empatía, la agilidad mental, que configuran rasgos de carácter como la autodisciplina, la compasión o el altruismo, indispensables para una buena y creativa adaptación (Goleman, Emotional intelligence, 2001, pág. 26).

#### **2.1.9 DESARROLLO EMOCIONAL Y COGNITIVO DE NIÑOS 11 A 12 AÑOS**

Entre los 7-8 años y los 11-12 se producen importantes cambios en lo que se refiere a las habilidades intelectuales y el entorno social de los niños que tendrán consecuencias importantes tanto para el auto-concepto como para la autoestima.

La creciente habilidad para integrar informaciones particulares permitirá al niño mayor construir una percepción más compleja de sí mismo. Esto significa que las competencias que el niño se auto-atribuye (académicas, deportivas, sociales, etc.) estarán fundamentadas en logros específicos que son adecuadamente reflejados en un nivel superior.

De igual forma, el niño exhibe ahora un mejor tratamiento de los aspectos positivos y negativos de sus emociones, pudiendo abordarlos de forma integrada (i. e., estaba contento porque iba a recibir un regalo, pero preocupado porque no fuese lo que yo quería).

Asimismo, aparece por primera vez una valoración global de la valía personal, un logro propio del final de la infancia. (Delgado Egido & Contreras Felipe, 2002).

En lo cognitivo, el niño aprende sistemas abstractos del pensamiento que le permite usar la lógica proposicional, el razonamiento científico y el razonamiento proporcional.

El niño de 11 a 12 años comienza a formarse un sistema coherente de la lógica formal. Al finalizar el periodo de las operaciones concretas, ya cuenta con las herramientas cognitivas que le permite solucionar muchos tipos de problemas, comprender las relaciones conceptuales, ordenar y clasificar los conjuntos de conocimientos (Josep & Almenara, 1994).

#### 2.1.10 GRADOS DE INFLUENCIA

Según la Regla de los Tres Grados de Influencia -y a pesar de los datos que se extraen de la *Metáfora del mundo pequeño* o *Seis grados de separación*– la influencia de nuestros comportamientos, opiniones, etc. no se extiende tan lejos (a seis grados) sino que cómo las ondas al lanzar una piedra en un estanque, la influencia se va disipando conforme se aleja del nodo emisor. Intuición absolutamente lógica, por otra parte, ya que en caso de mantener la influencia intacta a seis grados de separación se produciría una suerte de exceso o ruido social difícil de prever sus consecuencias, en todo caso sería una sociedad sustancialmente diferente a la que vivimos con gran probabilidad.

Según la Regla de los Tres Grados de Influencia regla demostraría que el grado de influencia en las redes sociales alcanza sólo tres grados de distancia: a nuestros amigos (grado 1), a los amigos de nuestros amigos (grado 2) y a los amigos de los amigos de nuestros amigos (grado 3); y a partir del cuarto grado comienzan a disiparse los efectos.

La teoría de Nicholas Christakis sobre el contagio emocional y lo que hacen las emociones con respecto al estado de cada una de las personas que en un núcleo relacional interactúan, hablamos de familia, grupos, pareja, etc, Investigadores estadounidenses que dieron seguimiento a más de 4.700 personas en Framingham,

Massachusetts, como parte de un estudio cardiaco de 20 años de duración también encontraron que la felicidad transferida es duradera hasta por un año.

"La felicidad es como una estampida", dijo Nicholas Christakis, profesor del Departamento de Sociología de la Universidad de Harvard y coautor del estudio. "El que estés feliz no sólo depende de tus propias acciones, comportamientos y pensamientos, sino de los de personas que ni siquiera conoces", señaló.

Para Christakis y Fowler la Regla de los Tres Grados de Influencia y su efectos de contagio (...) "se puede aplicar a un amplio abanico de actitudes, sentimientos y conductas y a fenómenos tan diversos como las opiniones políticas, la obesidad y la felicidad" y, al mismo tiempo, no influimos ni nos influyen las personas que están a cuatro grados de distancias (De Fresno, 2012).

#### **2.1.11 INFLUENCIA DE LOS REALITIES SHOWS EN LAS EMOCIONES DE LOS NIÑOS**

El reality show tiende a reducir al espectador al puro y simple acto de ver, por lo que el lenguaje conceptual (abstracto) es sustituido por el lenguaje perceptivo (concreto), infinitamente más pobre; el "mundo inteligible", el de los conceptos y las abstracciones mentales, retrocede ante el "mundo sensible", el mundo percibido a través de los sentidos. La exasperación del puro y simple acto de ver constitutiva del género bloquearía la capacidad de abstracción y de comprensión, de allí que para teóricos como Sartori este tipo de programas implicarían un retroceso del "homo sapiens" y la conformación del "homo videns", preso en el mundo sensible.

Los psicólogos Elaine Hatfield y John Cacioppo, junto con el historiador Richard Rapson, dieron un paso más. En su obra de 1994 *Emotional Contagion* (El contagio emocional) viene a decir que lo contrario también es cierto, que, si yo consigo que la otra persona sonría, quiere decir que puedo hacer que se sienta alegre. Y si logro que el otro ponga cara de pena, conseguiré que se sienta triste. En este sentido, la emoción viaja de fuera a dentro. Si pensamos en las emociones de esta manera (como una reacción de fuera hacia dentro, en vez de dentro a fuera) podremos comprender cómo ciertas personas ejercen una gran influencia en los demás (Weinsinger, 2016).

Por otra parte, el lenguaje verbal de los reality show tiende a reducirse al pathos, a la emoción, al mundo afectivo. Este lenguaje rompe el equilibrio entre el pathos y el logos que retrocede ante el “imperio de los sentimientos”. El predominio de las llamadas “malas palabras” manifiesta lo anterior, porque en ellas no domina el logos, el intercambio de conceptos que producen la comunicación entre los sujetos, sino el pathos, la expresión de una afectividad quebrada o desbordada.

El vaciamiento conceptual del lenguaje se vincula con el hecho de que las malas palabras suelen ser usadas con lo que se denomina función fática, es decir, la función de llamar la atención, de abrir o mantener el contacto con el interlocutor, más allá del contenido informativo del mensaje. La función fática del lenguaje es la primera que adquiere el hombre cuando de recién nacido se comunica con un adulto a través de sonidos guturales y de otro tipo que no transmiten una información, sino que solo sirven para entrar en contacto y para mantenerlo. Este uso del lenguaje “vacío” se relaciona con la apelación a los sentimientos básicos primarios del hombre y los contenidos de los reality (Vazquez & Vitale).

El psicólogo noruego Ivar Lovaas, considerado uno de los padres de la terapia del autismo luego de estudiar el efecto de comics agresivos y juguetes agresivos concluye que el ver programas con cierta dosis de agresividad estimula en cierto grado los impulsos agresivos de los niños. Algo parecido a los trabajos de Paul Mussen y Eldred Rutherford sobre la lectura de tiras cómicas de animales agresivos y juegos destructivos. Schramm (1961) nos recuerda los trabajos de estos autores mencionados. Ivar Lóvaas, se propuso descubrir si las tiras cómicas que incluían peleas como tema principal, provocaban que los niños mostraran más o menos agresividad después de ver la historieta. Presentó un programa agresivo ante un grupo de niños, y material no agresivo a otro grupo.

Inmediatamente después de ver la historieta se pidió a cada niño que eligiera entre dos juguetes para enfrentarse; uno de ellos era un juguete agresivo: si el niño accionaba una palanca hacía que dos muñecos se golpearan en la cabeza. El otro juguete que podía elegir, estaba constituido por muñecos en movimiento, que no se golpeaban. Los niños que habían seguido la historieta cómica agresiva, inmediatamente mostraron inclinación por el juguete agresivo, mientras que los

niños que vieron la historieta no agresiva se inclinaron por el juguete no agresivo. Este descubrimiento sugiere que el ver programas con cierta dosis de agresividad estimula en cierto grado los impulsos agresivos de los niños. (Arboccó de los Heros & O'Brien Arboccó, 2012, pág. 46).

#### **2.1.11.1 Influencia en la emoción básica ira:**

En general los reality show se proponen como programas de servicio, lo que opera como coartada para justificar la profanación de la intimidad, para hurgar en las emociones más primarias y privadas y convertirlas en sentimientos descarnados que se ofrecen como espectáculo (Prado, 2012, pág. 11).

Son muchos los aspectos psicológicos que se asocian a la influencia del reality show, entre los que se pueden mencionar, la búsqueda de emociones y sensaciones, la ansiedad, la capacidad imaginativa y creativa, la agresividad en las relaciones con otros, etc.

El impacto emocional que pueden causar los dibujos animados en una persona se define como: “el que genera una fuerte reacción emocional después de ser visualizado imágenes en la pantalla”, la situación es la misma con los reality shows están cargados de violencia, que las emociones generalmente producidas son tristeza e ira, tanto por lo que se exhibe como por la forma en que se hace. Asimismo, el miedo cobra protagonismo entre los niños, situación que no es tan notoria entre personas mayores. “La violencia televisiva puede tener un impacto en los espectadores, sobre todo infantiles y específicamente a nivel conductual, cognitivo y afectivo”.

En este sentido, se ha dicho que son tres los más importantes:

- Los niños pueden llegar a ser menos sensibles al dolor y al sufrimiento de otros.
- Pueden llegar a ser más temerosos del mundo que los rodea.
- Es más probable que se comporten de manera agresiva o dañina con otros.

#### **2.1.11.2 Influencia en la emoción básica miedo:**

Como han escrito algunos (Henri-Pierre Jeudy, 1990), se ha generado una «cultura del desastre», guiada por un «deseo de catástrofe», donde la violencia y la muerte

tienen un lugar preferente y, además de generar angustia, ejercen una fascinación morbosa. Todo ello en una sociedad donde el miedo y la angustia se convierten en elementos fundadores de los relatos y las mitologías posmodernas (...) Se impone de esta manera, en la cultura mediática, una nueva forma de poder vinculada ya no tanto a la transmisión de ideas, de «contenidos ideológicos», como a la imposición de modos de representación –imágenes, formas narrativas– que transforman la reproducción del mundo real en espectáculo de sesión continua. Estos modos de representación están ligados a dos grandes operaciones: al hacer ver, esto es, a la construcción de una cierta realidad en/por los medios de comunicación, y al hacer creer, a la relación que establecen estos discursos con el espectador, al «contrato comunicativo» que instituyen. Ambas operaciones se basan en el poder de la imagen: privilegian lo emotivo sobre lo intelectual, lo in-mediático –lo primario, lo no-mediado– sobre lo distanciado, lo reflexivo, lo crítico. Apelan continuamente al imaginario social: a ese depósito de imágenes, representaciones obsesivas, fantasmáticas, mediante las cuales el inconsciente colectivo significa –visibiliza– sus miedos, fobias, pulsiones y deseos invisibles. Ambas se inscriben en un proceso general de producción de imágenes, de espectacularización de la violencia por un lado, y de domesticación del conflicto por otro, proceso complejo, paradójico a veces, que está imponiendo su lógica y su poder simbólico (Imbert, 2003, págs. 161-163).

### **2.1.11.3 Influencia en la emoción básica tristeza**

Según R. Plutchick “es un estado natural o accidental de aflicción, autocompasión, melancolía, desaliento, desesperanza, soledad, pena o duelo ante una pérdida”. En general los reality show se proponen como programas de servicio, lo que opera como coartada para justificar la profanación de la intimidad, para hurgar en las emociones más primarias y privadas y convertirlas en sentimientos descarnados que se ofrecen como espectáculo (Prado, 2012, pág. 11).

#### **2.1.11.4 Influencia en la emoción básica alegría**

La televisión, a partir de la imagen, configura un lenguaje peculiar que contiene una fuerte carga emocional que impacta de diversas maneras al espectador. “La T.V. gatilla emociones, algunas placenteras como la alegría, otras que apoyan la identidad como el orgullo, pero también el miedo” (Maya & Schwarz, 2014, pág. 13).

## 2.2 MARCO CONCEPTUAL

### 2.2.1 ALEGRÍA

Palabras, gestos o actos con que se expresa el júbilo o alegría. (DRAE, 2016).

### 2.2.2 COMPETENCIA

Actualmente, se ha ampliado el concepto de competencia-desempeño hasta abarcar a las competencias “sociales” o “emocionales”, de tal manera que la “competencia” ha reemplazado al término original, “inteligencia”. No hace falta decir que el enfoque cognitivo sobre el desarrollo de la competencia se yuxtapone al enfoque socio-constructivo, defendido, por ejemplo, por Hodkinson e Issitt (1995), quienes formularon las directrices más importantes para apoyar el desarrollo de la educación basada en competencias. Estas directrices tienen como objetivo la utilización eficaz de las competencias en la educación, resaltando aspectos esenciales, tales como la enorme importancia de la tutorización, el diálogo continuo entre el estudiante y el tutor, la necesidad de actuar sobre las prácticas, así como sobre las tareas multidisciplinares a las que el estudiante tiene que hacer frente. (Mulder, Weigel, & Colling, 2008, pág. 8)

### 2.2.3 COMUNICACIÓN

La comunicación puede concebirse como el proceso dinámico que fundamenta la existencia, progreso, cambios y comportamiento de todos los sistemas vivientes, individuos u organizaciones. Entendiéndose como la función indispensable de las personas y de las organizaciones, mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su ambiente, relacionando sus partes y sus procesos internos unos con otros. (A Miller, 1979)

### 2.2.4 CONSUMO TELEVISIVO

La opinión generalizada conduce a pensar que se dedica una gran cantidad de tiempo a ver la televisión e, igualmente, que el tiempo dedicado a esta actividad impide el desarrollo de otras de diferente tipo. Los datos se refieren a que, por ejemplo, un

adolescente pasa por término medio 20 horas semanales viendo la televisión. La cantidad de horas tiende a aumentar entre los más jóvenes (Signorielli, 2001; Martínez Zarandona, 2002). Además, este consumo se realiza en la franja horaria de prime time, es decir, de 21 a 24 horas. Se consumen, sobre todo, programas para adultos y de cadenas generalistas. (Airbe Barandiaran & Palacios Navarro, 2008)

### **2.2.5 EMOCIONES**

Denzin (2009) define la emoción como ‘una experiencia corporal viva, veraz, situada y transitoria que impregna el flujo de conciencia de una persona, que es percibida en el interior de y recorriendo el cuerpo, y que, durante el trascurso de su vivencia, sume a la persona y a sus acompañantes en una realidad nueva y transformada la realidad de un mundo constituido por la experiencia emocional’. (Bericat, Emociones, 2012, pág. 1)

### **2.2.6 EMOCIONES BÁSICAS**

Miedo, rabia, alegría, tristeza: cuatro emociones *básicas*, que son vivencias comunes a todas las personas, de cualquier época y cultura y que desempeñan un papel fundamental en el desarrollo psíquico del individuo y de la especie humana en general. Las emociones son información, un aviso y una guía al servicio de la conservación, la relación y la socialización del individuo. (Antoni & Zentner, 2014)

### **2.2.7 INFLUENCIA**

Influencia, proveniente del verbo influir, nos hace referencia al efecto o consecuencia que puede tener una cosa sobre otra, es decir, se emplea para denotar la repercusión de algo en la función de una persona u objeto que pueda manipularse. En el caso de los seres humanos, los cuales viven en una fluctuante sociedad la cual toma diversas decisiones en pro del bienestar, la influencia es el acto con el que se puede convencer al punto de guiar a una persona por un camino determinado. Las razones por las que una persona caiga en la influencia de otra o por una tendencia son de acuerdo al entorno en el que se desarrolla la situación.

### **2.2.8 INTELIGENCIA EMOCIONAL**

“El término inteligencia emocional se refiere a la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos, los sentimientos de los demás, motivarnos y manejar adecuadamente las relaciones que sostenemos con los demás y con nosotros mismos. Se trata de un término que engloba habilidades muy distintas -aunque complementarias- a la inteligencia académica, la capacidad exclusivamente cognitiva medida por el cociente intelectual...” (Goleman, La Inteligencia Emocional, 1998)

### **2.2.9 IRA**

Ira es un término de origen latino que se refiere a la furia y la violencia. Se trata de una conjunción de sentimientos negativos que genera enojo e indignación. (Perez, 2009).

### **2.2.10 MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados Medios de Comunicación de Masas o Mass Media, es decir, aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor colectivo o social. En el proceso de comunicación de masas se traspasan las fronteras del tiempo y del espacio. (Jara, 2009)

### **2.2.11 MIEDO**

Recelo o aprensión que alguien tiene de que le suceda algo contrario a lo que desea. (DRAE, 2016)

### **2.2.12 NEO TELEVISIÓN**

La Neo televisión es la producción de realidad; la televisión, por el solo hecho de enunciar el mensaje, lo convierte en «verdad»; es creadora de noticias el cual modifica la realidad; convierte el paisaje en escenario Eco, U (1983) y consecuentemente, a las personas en actores/personajes. Se caracteriza por la

hipervisibilidad, la voluntad de mostrarlo todo, incluso sus propios artificios, como método para simular autenticidad; por la espectacularización. (Tous Rovirosa, Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión, 2009, pág. 176)

### **2.2.13 PELEA**

Enfrentamiento físico entre personas o animales que está sujeto a reglas, como en los deportes de lucha. (Oxford, 2016)

### **2.2.14 REALITY SHOW**

Los Reality Shows son programas de televisión que presentan a sujetos comunes y corrientes interactuando entre sí, exponiendo diferentes situaciones de su vida real siendo captados por cámaras, en ocasiones con toda la aprobación de ellos y otras veces sin que se enteren que los están grabando. (Villareal & Medina, 1998).

### **2.2.15 SENTENCIA**

Decisión de cualquier controversia o disputa extrajudicial, que da la persona a quien se ha hecho árbitro de ella para que la juzgue o componga. (DRAE, 2016)

### **2.2.16 TELEVISIÓN**

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad occidental, lo que ha llevado a considerarla como uno de los medios básicos de comunicación social, lo cual repercute para que se contemple como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan. “El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual” (Cerezo, 1994, pág. 16)

### **2.2.17 TRISTEZA**

El término tristeza es utilizado para designar a una de las sensaciones o emociones más típicas y básicas que solemos sentir los seres humanos, consistiendo de un

estado anímico con un alto contenido negativo en el que la persona que lo padece se siente abatida, con ganas de llorar constantemente y una bajísima autoestima, es decir, no se siente ni lindo/a, ni inteligente, ni preparado para hacer nada importante por su vida. (ABC, 2007).

### **2.2.18 TRIUNFO**

Acción y resultado de quedar una persona o un grupo de ellas victoriosas. (Dictionary, 2016).

## 2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
INDEPENDIENTE REALITY SHOW:	COMPETENCIA	PERSONAJES	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Peleas</li> <li>➤ Sentencias</li> <li>➤ Retos extremos</li> <li>➤ Triunfo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Encuesta: Cuestionario</li> <li>➤ Observación: Ficha de observación</li> </ul>
DEPENDIENTE EMOCIONES:	EMOCIONES BÁSICAS	4 EMOCIONES BÁSICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ira</li> <li>➤ Tristeza</li> <li>➤ Miedo</li> <li>➤ Alegría</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Encuesta: Cuestionario</li> <li>➤ Observación: Ficha de observación</li> </ul>

## 2.4 HIPÓTESIS

### 2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL

El reality show “Esto es guerra” tiene un grado de influencia alta en las emociones básicas de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.

### 2.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

- Las peleas en el reality show “Esto es guerra” tiene un grado de influencia alto en la emoción básica la ira de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.
- Las sentencias del reality show “Esto es guerra” tiene un grado de influencia alta en la emoción básica la tristeza de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.

- Los retos extremos del reality show “Esto es guerra” tiene un grado de influencia alta en la emoción básica la tristeza de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.
- El triunfo en el reality show “Esto es guerra” tiene un grado de influencia alta en la emoción básica la alegría de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.

### CAPÍTULO III

#### 3.1 MATERIALES Y MÉTODOS:

##### 3.1.1 METODOLOGÍA

En la presente investigación se aplicó el método hipotético-deductivo que permitió analizar e interpretar los datos de lo general a lo particular. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010). La investigación tiene un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es *Descriptivo - Analítico*, porque está dirigido a determinar el grado de influencia y su posterior análisis. La evaluación de la relación entre variables se dio mediante el método de observación.

##### 3.1.2 NIVEL DE ANÁLISIS:

Micro social.

##### 3.1.3 UNIDAD DE ANÁLISIS:

Las ira, miedo, alegría y tristeza.

##### 3.1.4 UNIDAD DE OBSERVACIÓN

Niños y niñas de la Institución Educativa Primaria 70564 Las Mercedes Juliaca 2016.

### 3.1.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

*No experimental – Transversal:* Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. La investigación no experimental es un parteaguas de varios estudios cuantitativos, como las encuestas de opinión (surveys), los estudios ex post-facto retrospectivos y prospectivos, etc.

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores) (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 151).

### 3.1.6 POBLACIÓN

Según Briones (2002, p.57) “La población es el conjunto de unidades que componen el colectivo en el cual se estudiará el fenómeno expuesto en el proyecto de investigación. Así según el problema, la población podrá estar formada por todos los hombres y mujeres de 18 años, las escuelas básicas de una cierta localidad, etc.” Por ello la delimitación exacta de la población es una condición necesaria para el cumplimiento de los objetivos de la investigación. En la presente investigación, la población estará conformada por 165 estudiantes de diferentes secciones del 6to año de la I.E.P 70564 "Las Mercedes" Juliaca en el año 2016.

**TABLA  
COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN DE INVESTIGACIÓN**

<b>SECCION</b>	<b>ESTUDIANTES</b>
“A”	34
“B”	30
“C”	36
“D”	36
“E”	29
<b>TOTAL DE ESTUDIANTES</b>	<b>165</b>

Fuente: IEP 70564 “Las Mercedes” Juliaca 2016.

### 3.1.7 MUESTRA

Al respecto (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 173) indica que para el proceso cuantitativo la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población. Todo ello se realiza por que el investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra logren extrapolarse a la población.

Las características que se tomaron en cuenta fueron:

- La muestra debe comprender parte de la población y no la totalidad de éste. (Sierra Bravo. 1988, p.175) Ello indica que entre más grande sea la muestra, más adecuada será, ya que será más representativa.
- La unidad de observación (elemento muestral) en ésta investigación es un estudiante de 11 – 12 años de edad promedio del 6to año de primaria de la IEP 70564 “Las Mercedes” Juliaca, el cual depende de los objetivos de la investigación.
- El marco de muestreo está conformado por el listado de todos los estudiantes de la IEP 70564 “Las Mercedes” Juliaca, laborando durante el año académico 2016.

La ecuación matemática para el Muestreo Aleatorio Simple está expresada por la siguiente igualdad:

$$n = \frac{z^2 N p q}{z^2 p q + e^2 (N - 1)}$$

Donde:

- n : Tamaño de la muestra que deseamos conocer
- z : Valor z al 95% del nivel deseado de confianza (1.96)
- N : Tamaño total de la población (165)
- pq : Porcentaje estimado de la muestra (50%) (50%)
- e : Error máximo aceptable (5%)

Reemplazando los datos en la ecuación anterior resulta 64 estudiantes; ello se puede contrastar con el apoyo del software STATS<sup>®</sup> que nos proporciona Hernández (2010).

### 3.1.8 TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

El recojo de información se realizó aplicando la técnica de la encuesta y observación, los cuales se operativizaron a través de un cuestionario de preguntas formuladas de acuerdo al modelo de la escala de Likert, a su vez, una ficha de observación considerando los ítems de las variables.

- **Encuesta:** La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2008).

Para el presente trabajo de investigación se hizo uso del DES o Escala Diferencial de Emociones de Izard y colaboradores, escala para medir las emociones personales y la atmósfera emocional o emociones percibidas en los otros en un día y episodio concreto.

- **Observación:**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Unidad de medida de la observación: Hace referencia a la extensión en la cual un determinado evento ocurre en una unidad de tiempo. Se puede presentar en números absolutos o según una tasa o porcentaje (ejemplo: llega tarde 20 días al mes o el 90% de los días, o también según escalas adverbiales 0=nunca, 1=rara vez, 2=a veces, 3=amenudo, 4=siempre).

En la presente investigación se observó la expresión facial a través de escalas adverbiales (nada, un poco, de forma moderada, mucho y muchísimo).

En escalas de apreciación: Son útiles para tener una primera aproximación cuantificada de las conductas problemáticas y adaptativas de la persona, y para tener datos sobre la validación social de un tratamiento.

### 3.1.9 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

El instrumento estuvo conformado por un cuestionario de 12 preguntas, y la ficha de observación estuvo sujeta a variaciones realizadas de acuerdo a la naturaleza de la información recolectada en las dos secciones.

- Cuestionario (Anexo N° 1).
- Guía de observación. (Anexo N° 2)

### **3.1.10 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se procedió a redactar la solicitud dirigido a la directora de la I.E.P 70564 Las Mercedes de la ciudad de Juliaca, para acceder al recojo de información de los niños que cursan el 6to año B y C de primaria, se realizó del 20 de septiembre al 24 de octubre, se accedió al auditorio de la institución para proyectar el video donde se juntó a las dos secciones para la observación, durante la emisión los investigadores aplicaron la ficha de observación. Posteriormente se aplicó la encuesta a cada niño(a).

## CAPÍTULO IV

### 4.1 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Ciudad de Juliaca es la Capital de la provincia de San Roman, Ubicada en la jurisdicción de la Región Puno, en el sudeste de Perú, cuenta con una población de 278 444 habitantes, según el último censo INEI del año 2015, repartidos de la siguiente manera: hispanohablantes, quechua hablantes y de habla aimara. Es el mayor centro económico de la región Puno, y una de las mayores zonas comerciales del Perú.

#### 4.1.1 ÁMBITO DE ESTUDIO I

La ciudad alberga un total de 156 Instituciones Educativas Primarias según el último censo escolar del año 2016, del cual se tomó a la I.E.P. 70564 las Mercedes Pública – ubicado en el Jirón Texas S/N con un total de 948 estudiantes.

De los cuales se seleccionó a 64 estudiantes del 6to año conformados por secciones B y C comprendidos entre 11 y 12 años de edad, entre varones y mujeres.

#### 4.1.2 ÁMBITO DE ESTUDIO II

El Reality show “Esto es guerra” es uno de los programas de entretenimiento más visto por niños y adolescentes, que está al aire por más de 6 años en América Televisión, dicho programa se emite de lunes a viernes, en el horario familiar de 6:30 a 8:00 pm, compuesto básicamente por dos equipos de competencia “Leones y Cobras” con diversos personajes mediáticos.

Registro videográfico del programa “Esto es guerra”: Este registro videográfico es un recurso que nos permitió analizar las peleas, retos extremos, sentencias, y triunfo de los personajes relacionado a las emociones básicas.

## CAPÍTULO V

### 5.1 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

➤ **ENCUESTA:**

Para la presente investigación se hizo uso de la herramienta Escala Diferencial de Emociones (DES) de Izard y colaboradores (1977): Que se utiliza para medir las emociones personales y la atmosfera emocional o emociones percibidas en los otros en un día y episodio concreto. Las 4 emociones básicas (Ira, tristeza, miedo y alegría) y su combinación con tres adjetivos relacionados para cada una. Intensidad emocional en una escala de cinco puntos que van de nada a extremadamente.

- **LA FICHA DE OBSERVACIÓN:** Se hizo uso de la ficha, para corroborar los datos estadísticos que se brindó en la encuesta, para obtener un mejor resultado de la investigación y evitar sesgos en la información. Se adaptó la Escala Diferencial de Emociones de Izard para la observación y posterior resultado. Se hizo el baseado de datos en el SPSS para generar los cuadros estadísticos, el mismo que se aplicó durante la proyección del video con una duración 40 minutos a los 64 estudiantes, con valores adaptados a una escala de Likert, para determinar los resultados de la encuesta.

### 5.2 EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS ENCUESTA

**Ocupación:** del total de 64 encuestas, 64 son estudiantes, lo que representa el 100% de los encuestados.

**Sexo:** del 100% de los estudiantes, 37 son mujeres lo que representa 57.8% y 27 son hombres lo que representa un 42.2%.

**Edad:** del 100% de los estudiantes, 43 son de 11 años lo que equivale el 67,2% y 21 son de 12 años lo que representa el 32,8%. A los encuestados sobre el grado de las emociones básicas que sienten al observar “Esto es guerra” se obtuvieron los datos siguientes: Válidos 64, perdidos 0.

**5.2.1 GRADO DE INFLUENCIA DE LAS PELEAS DE LOS PERSONAJES DEL REALITY SHOW “ESTO ES GUERRA” EN LA EMOCIÓN BÁSICA IRA DE LOS NIÑOS DE 11 A 12 AÑOS.**

**Tabla N° 1 Percepción de los niños al observar discutir a los personajes en el programa “EEG”**

¿Al observar discutir a los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan enojado(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	1	1,6	1,6 %
	Un poco	1	1,6	1,6%
	De forma moderada	8	12,5	12,5%
	Mucho	24	37,5	37,5%
	Muchísimo	30	46,9	46,9%
	Total	64	100,0	100,0%

Fuente: Encuesta Adaptación del DES - Ejecutores – 2016

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 46.88% sintió muchísimo enojo, el 37,50% mucho enojo, el 12,50% sintió de forma moderada, el 1,56% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1,56% respectivamente, como se observa en la tabla N° 1.

**Tabla N° 2 Percepción de los niños al observar las provocaciones de los personajes en el programa “EEG”**

¿Al observar las provocaciones de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan ofensivo(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Un poco	3	4,7	4,7%
	De forma moderada	6	9,4	9,4%
	Mucho	25	39,1	39,1%
	Muchísimo	30	46,9	46,9%
	Total	64	100,0	100,0%

Fuente: Encuesta Adaptación del DES - Ejecutores – 2016

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 46.88% sintió muchísima ofensa, el 39,06% mucha ofensa, el 9,38% sintió de forma moderada, el 4,69% un poco y en cuanto a que no sintió nada 0 % respectivamente, como se observa en la Tabla N°2

**Tabla N° 3 Tabla Percepción de los niños al observar el enfado de los personajes en el programa “EEG”**

¿Al observar el enfado de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan fastidiado(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	1	1,6	1,6%
	Un poco	1	1,6	1,6%
	De forma moderada	8	12,5	12,5%
	Mucho	24	37,5	37,5%
	Muchísimo	30	46,9	46,9%
	Total	64	100,0	100,0%

Fuente: Encuesta Adaptación del DES - Ejecutores – 2016

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 46.88% sintió muchísimo fastidio, el 37,50% mucho fastidio, el 12,50% sintió de forma moderada, el 1,56% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1.56 % respectivamente, como se observa en la Tabla N° 3.

**Análisis e Interpretación:**

Los tres primeros ítems del resultados de la tabla N° 1, 2 y 3 en relación al grado de influencia de las peleas de los personajes del reality show “Esto es guerra” en la emoción ira, como se consignó, que el 46.88% sintió muchísimo enojo, ofensa y fastidio al observar las peleas, el 38,02% mucho enojo, ofensa y fastidio, el 11,46% sintió de forma moderada, el 2,60% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1,04% respectivamente, lo que significa que al observar el reality show “Esto es guerra” la mayoría experimentó un alto grado de influencia en la emoción básica ira, lo que comprueba la hipótesis de la presente investigación.

Según los psicólogos Elaine Hatfield y John Cacioppo, junto con el historiador Richard Rapson, dieron un paso más. En su obra de 1994 Emotional Contagion (El contagio emocional) viene a decir que lo contrario también es cierto, que, si yo consigo que la otra persona sonría, quiere decir que puedo hacer que se sienta alegre. Y si logro que el otro

ponga cara de pena, conseguiré que se sienta triste. En este sentido, la emoción viaja de fuera a dentro. Si pensamos en las emociones de esta manera (como una reacción de fuera hacia dentro, en vez de dentro a fuera) podremos comprender cómo ciertas personas ejercen una gran influencia en los demás (Weinsinger, 2016).

Según Vazquez & Vitale, el vaciamiento conceptual del lenguaje se vincula con el hecho de que las malas palabras o insultos suelen ser usadas con lo que se denomina función fática, es decir, la función de llamar la atención, de abrir o mantener el contacto con el interlocutor, más allá del contenido informativo del mensaje. La función fática del lenguaje es la primera que adquiere el hombre cuando de recién nacido se comunica con un adulto a través de sonidos guturales y de otro tipo que no transmiten una información, sino que solo sirven para entrar en contacto y para mantenerlo. Este uso del lenguaje “vacío” se relaciona con la apelación a los sentimientos básicos primarios del hombre y los contenidos de los realities.

Según los autores Pérez Porto & Gardey (2015), “lejos de ser un experimento de interés sociológico legítimo, el reality show vende más cuantas más peleas se produzcan entre sus integrantes, cuantos más insultos, amenazas, traiciones y actos de vulgaridad adornen sus emisiones. Los espectadores se sienten atraídos a los conflictos”.

Para Christakis y Fowler la Regla de los Tres Grados de Influencia y su efectos de contagio (...) “se puede aplicar a un amplio abanico de actitudes, sentimientos y conductas y a fenómenos tan diversos como las opiniones políticas, la obesidad y la felicidad” y, al mismo tiempo, no influimos ni nos influyen las personas que están a cuatro grados de distancias (De Fresno, 2012).

Considerando la teoría a cerca de las peleas de los integrantes en el reality show, hace uso de un lenguaje vacío, cuantos más insultos, provocaciones, discusiones o actos de vulgaridad se muestren en la pantalla venderá más, apelando así a las emociones básicas o primarias del espectador, generando así un grado de influencia alta en la ira del niño para mantenerlo en proximidad y contacto con el contenido del reality. Asimismo, esta influencia hará que el niño exprese su ira a través de las peleas como un mecanismo normal de solucionar problemas, lo que conduce a la agresividad y hostilidad del mismo con los demás.

### 5.2.2 GRADO DE INFLUENCIA DE LAS SENTENCIAS DE LOS PERSONAJES DEL REALITY SHOW “ESTO ES GUERRA” EN LA EMOCIÓN BÁSICA TRISTEZA DE LOS NIÑOS DE 11 A 12 AÑOS.

*Tabla N° 4 Percepción de los niños al observar la eliminación de los personajes en el programa “EEG”*

¿Al observar la eliminación de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan apenado(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	1	1,6	1,6%
	Un poco	5	7,8	7,8%
	De forma moderada	7	10,9	10,9%
	Mucho	24	37,5	37,5%
	Muchísimo	27	42,2	42,2%
	Total	64	100,0	100,0%

*Fuente: Encuesta Adaptación del DES - Ejecutores – 2016*

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 42,19% sintió muchísima pena, el 37,50% mucha pena, el 10,94% sintió de forma moderada, el 7,81% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1,56 % respectivamente, como se observa en la *tabla N°4*.

*Tabla N° 5 Percepción de los niños al observar el llanto de los personajes en el programa de “EEG”*

¿Al observar el llanto de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan triste te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	1	1,6	1,6%
	Un poco	5	7,8	7,8%
	De forma moderada	10	15,6	15,6%
	Mucho	23	35,9	35,9%
	Muchísimo	25	39,1	39,1%
	Total	64	100,0	100,0%

*Fuente: Encuesta Adaptación del DES - Ejecutores – 2016*

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 39,06% sintió muchísima tristeza, el 35,94% mucha tristeza, el 15,63% sintió de forma moderada, el 7,81% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1,56 % respectivamente, como se observa en la *Tabla N° 5*.

**Tabla 6 Percepción de los niños al observar la sentencia de los personajes en el programa de “EEG”**

¿Al observar la sentencia de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan insatisfecho(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	1	1,6	1,6%
	Un poco	4	6,3	6,3%
	De forma moderada	8	12,5	12,5%
	Mucho	25	39,1	39,1%
	Muchísimo	26	40,6	40,6%
	Total	64	100,0	100,0%

Fuente: Encuesta Adaptación del DES - Ejecutores – 2016

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 40.63% sintió muchísima insatisfacción, el 39,06% mucha insatisfacción, el 12,50% sintió de forma moderada, el 6,25% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1.56 % respectivamente, como se observa en la *Tabla N° 6*.

**Análisis e Interpretación:**

Los tres siguientes ítems de las tablas N° 4, 5, 6 están relacionados con la emoción básica tristeza y la sentencia, como se consignó, el 40,62% sintió muchísima pena, tristeza e insatisfacción al observar la sentencia, el 37.5% mucha pena, tristeza e insatisfacción, el 13,03% sintió de forma moderada, el 7,29% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1.56 % respectivamente, lo que significa que al observar el reality show “Esto es guerra” la mayoría experimentó un alto grado de influencia en la emoción básica tristeza, lo que comprueba la hipótesis de la presente investigación.

Según Prado (2012). “El reality show se caracteriza por jugar con las emociones y por su forma desencarnada de aproximarse al dolor y a la desgracia de los ciudadanos más humildes, de la gente común apelando a la emotividad”. La tristeza se asocia con situaciones internas de personalidad que provocan el derrumbe de una persona por eventos que son dolosos y que van desde estados más suaves como melancolía o aflicción hasta situaciones más difíciles de soportar. En síntesis, la tristeza está asociada al dolor.

Este dolor puede derivarse, Sánchez (1989), de un acontecimiento penoso para el sujeto (en este caso es temporal y tiene causa conocida) o ser el resultado de factores afectivos desconocidos, pudiendo derivar hacia estados neuróticos, psicóticos o hacia depresiones

clínicas. El impacto emocional que pueden causar los dibujos animados en una persona se define como: “el que genera una fuerte reacción emocional después de ser visualizado imágenes en la pantalla”, la situación es la misma con los reality shows están cargados de violencia, que las emociones generalmente producidas son tristeza e ira, tanto por lo que se exhibe como por la forma en que se hace. Los niños pueden llegar a ser menos sensibles al dolor y al sufrimiento de otros, pueden llegar a ser más temerosos del mundo que los rodea y es más probable que se comporten de manera agresiva o dañina con otros.

De acuerdo a la teoría el reality show genera una fuerte reacción emocional con situaciones penosas y dolorosas, tal es el caso de las sentencias de sus personajes favoritos de los niños, donde se muestran escenas de sufrimiento, llanto y dolor al ser eliminado de la competencia, causando un impacto emocional y aproximándose al dolor, ejerciendo un alto grado de influencia en la emoción básica tristeza de los niños, generando así a que el niño sea menos sensible y compasivo ante el sufrimiento (hostilidad), o conllevar a una depresión profunda.

### 5.2.3 GRADO DE INFLUENCIA DE LOS RETOS EXTREMOS DE LOS PERSONAJES DEL REALITY SHOW “ESTO ES GUERRA” EN LA EMOCIÓN BÁSICA MIEDO DE LOS NIÑOS DE 11 A 12 AÑOS.

Tabla N° 7 Percepción de los niños al observar el temor de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra”

¿Al observar el temor de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan asustado(a) te sentiste?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido Nada	2	3,1	3,1%
Un poco	4	6,3	6,3%
De forma moderada	10	15,6	15,6%
Mucho	21	32,8	32,8%
Muchísimo	27	42,2	42,2%
Total	64	100,0	100,0%

Fuente: Adaptación del (DES) de los investigadores.

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 42,19% sintió muchísimo susto, el 32,81% mucho susto, el 15,63% sintió de forma moderada, el 6,25% un poco y en cuanto a que no sintió nada 3,13 % respectivamente, como se observa en la *Tabla N° 7*.

**Tabla N° 8 Percepción de los niños al observar la exposición al peligro de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra”**

¿Al observar la exposición al peligro de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan inseguro(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	2	3,1	3,1%
	Un poco	7	10,9	10,9%
	De forma moderada	12	18,8	18,8%
	Mucho	20	31,3	31,3%
	Muchísimo	23	35,9	35,9%
	Total	64	100,0	100,0%

Fuente: Adaptación del (DES) de los investigadores.

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 35,94% sintió muchísima inseguridad, el 31,25% mucha inseguridad, el 18,75% sintió de forma moderada, el 10,94% un poco y en cuanto a que no sintió nada 3,13 % respectivamente, como se observa en la *Tabla N° 8*.

**Tabla N° 9 Percepción de los niños al observar los desafíos de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra”**

¿Al observar los desafíos de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan tímido(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	3	4,7	4,7
	Un poco	5	7,8	7,8
	De forma moderada	6	9,4	9,4
	Mucho	20	31,3	31,3
	Muchísimo	30	46,9	46,9
	Total	64	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Adaptación del DES - Ejecutores – 2016

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 46.88% sintió muchísima timidez, el 31,25% mucha timidez, el 9,38% sintió de forma moderada, el 7,81% un poco y en cuanto a que no sintió nada 4,69 % respectivamente, como se observa en la *Tabla N° 9*.

### **Análisis e Interpretación:**

Los tres siguientes ítems de la tabla N° 7,8,9 están relacionados con la emoción básica miedo y los retos extremos, como se consignó, el 41,67% de los niños sintió muchísimo susto, inseguridad y timidez al observar los retos extremos, el 37.5% mucho susto, inseguridad y timidez, el 13,03% sintió de forma moderada, el 7,29% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1.56 % respectivamente, lo que significa que al observar el reality show “Esto es guerra” la mayoría experimentó un alto grado de influencia en la emoción básica miedo, lo que comprueba la hipótesis de la presente investigación.

Según Henri-Pierre Jeudy, (1990), se ha generado una «cultura del desastre», guiada por un «deseo de catástrofe», donde la violencia y la muerte tienen un lugar preferente y, además de generar angustia, ejercen una fascinación morbosa. Todo ello en una sociedad donde el miedo y la angustia se convierten en elementos fundadores de los relatos y las mitologías posmodernas (...) Se impone de esta manera, en la cultura mediática, una nueva forma de poder vinculada ya no tanto a la transmisión de ideas, de «contenidos ideológicos», como a la imposición de modos de representación –imágenes, formas narrativas– que transforman la reproducción del mundo real en espectáculo de sesión continua.

Según Imbert (2003), los realities show apelan continuamente al imaginario social: a ese depósito de imágenes, representaciones obsesivas, fantasmáticas, mediante las cuales el inconsciente colectivo significa –visibiliza– sus miedos, fobias, pulsiones y deseos invisibles. Ambas se inscriben en un proceso general de producción de imágenes, de espectacularización de la violencia, por un lado, y de domesticación del conflicto por otro, proceso complejo, paradójico a veces, que está imponiendo su lógica y su poder simbólico. “Este género hace espectacular lo cotidiano, es decir, expone las emociones y se recrea dentro del dolor y el infortunio, así como también muestra las desgracias de todo orden” Barcelata (2004).

“El temor también puede mutar a una forma de entretenimiento. Ese es el caso de los cuentos de terror o las películas del mismo género, que generan temor pero que pueden ser disfrutados ya que no suponen un peligro concreto” (Pérez Porto & Gardey, 2015).

Según el Diccionario Oxford de la Mente, determina que las causas principales del miedo serían la exposición a una estimulación traumática, la exposición repetida a una exposición subtraumática (sensibilización), la observación directa o indirecta de personas que muestran miedo y la recepción de información que lo provoca.

Considerando la teoría, acerca de los retos extremos en el reality show, se genera una estimulación de la cultura del desastre, un deseo de catástrofe, donde la violencia y la muerte tienen un lugar preferente. Los participantes en competencia son expuestos a situaciones peligrosas de vida o muerte, generando angustia y provocando una fascinación morbosa, donde el miedo se convierte en un elemento principal con un alto grado de influencia en la emoción básica del niño. Asimismo, el miedo cobra protagonismo entre los niños y pueden llegar a ser más temerosos del mundo que los rodea y es más probable que se comporten de manera agresiva o dañina con otros.

**5.2.4 GRADO DE INFLUENCIA DEL TRIUNFO DE LOS PERSONAJES DEL REALITY SHOW “ESTO ES GUERRA” EN LA EMOCIÓN BÁSICA ALEGRÍA DE LOS NIÑOS DE 11 A 12 AÑOS.**

**Tabla N° 10 Percepción de los niños al observar la burla de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra”**

¿Al observar la burla de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” Qué tan divertido(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	3	4,7	4,7%
	Un poco	5	7,8	7,8%
	De forma moderada	4	6,3	6,3%
	Mucho	20	31,3	31,3%
	Muchísimo	32	50,0	50,0%
	Total	64	100,0	100,0%

*Fuente: Adaptación del (DES) de los investigadores.*

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 50,00% sintió muchísima diversión, el 31,25% mucha diversión, el 6,25% sintió de forma moderada, el 7,81% un poco y en cuanto a que no sintió nada 4,69 % respectivamente, como se observa en la *Tabla N° 10*.

**Tabla N° 11 Percepción de los niños al observar la felicidad de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra”**

¿Al observar la felicidad de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” Qué tan alegre te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	1	1,6	1,6%
	Un poco	8	12,5	12,5%
	De forma moderada	10	15,6	15,6%
	Mucho	16	25,0	25,0%
	Muchísimo	29	45,3	45,3%
	Total	64	100,0	100,0%

Fuente: Adaptación del (DES) de los investigadores.

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 45.31% sintió muchísima alegría, el 25,00% mucha alegría, el 15,63% sintió de forma moderada, el 12,50% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1.56 % respectivamente, como se observa en la *Tabla N° 11*.

**Tabla N° 12 Percepción de los niños al observar la victoria de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra”**

¿Al observar la victoria de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” Qué tan orgulloso(a) te sentiste?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Nada	1	1,6	1,6
	Un poco	3	4,7	4,7
	De forma moderada	8	12,5	12,5
	Mucho	12	18,8	18,8
	Muchísimo	40	62,5	62,5
	Total	64	100,0	100,0

Fuente: Adaptación del (DES) de los investigadores.

11 a 12 años: en cuanto a mujeres y varones, el 62,50% sintió muchísimo orgullo, el 18,75% mucho orgullo, el 12,50% sintió de forma moderada, el 4,69% un poco y en cuanto a que no sintió nada 1.56 % respectivamente, como se observa en la *Tabla N° 12*.

**Análisis e Interpretación:**

Los tres siguientes ítems de la tabla N° 10,11, 12 están relacionados con la emoción básica alegría y el triunfo, como se observa, el 52.61% sintió muchísima diversión, alegría y orgullo al observar el triunfo, el 25% mucha diversión, alegría y orgullo, el 11,46% sintió de forma moderada, el 8.3% un poco y en cuanto a que no sintió nada 2.63 % respectivamente, lo que significa que al observar el reality show “Esto es guerra” la mayoría experimentó un alto grado de influencia en la emoción básica alegría, lo que comprueba la hipótesis de la presente investigación.

Los psicólogos Elaine Hatfield y John Cacioppo, junto con el historiador Richard Rapson, en su obra el contagio emocional, determinan que, si se consigue que la otra persona sonría, quiere decir que puedo hacer que se sienta alegre.

Según Ortony y otros 1988, Podemos sentir alegría por logros de otros (alegría bicaria). De modo similar podemos sentirnos regocijados por la desventura de otro, al que no procesamos afecto alguno (la alegría por el mal ajeno), en este caso la intensidad de la emoción estará determinada por: El grado en que el acontecimiento indeseable para el otro es deseable para uno mismo y el grado en el que se estima que el acontecimiento es indeseable para la otra persona. *A su vez existe también una alegría hilarante, aquella que cursa con sonrisas, risas o carcajadas. Tiene unos desencadenantes particulares: Situaciones cómicas, estimulación táctil (cosquillas), trasgresión de normas o tabúes.*

El reality show tiende a reducir al espectador al puro y simple acto de ver, por lo que el lenguaje conceptual (abstracto) es sustituido por el lenguaje perceptivo (concreto), infinitamente más pobre; el “mundo inteligible”, el de los conceptos y las abstracciones mentales, retrocede ante el “mundo sensible”, el mundo percibido a través de los sentidos. La exasperación del puro y simple acto de ver constitutiva del género bloquearía la capacidad de abstracción y de comprensión, de allí que para teóricos como Sartori este tipo de programas implicarían un retroceso del “homo sapiens” y la conformación del “homo videns”, preso en el mundo sensible.

Según Maya & Schwarz (2014), la televisión, a partir de la imagen, configura un lenguaje peculiar que contiene una fuerte carga emocional que impacta de diversas maneras al espectador. “La T.V. gatilla emociones, algunas placenteras como la alegría, otras que apoyan la identidad como el orgullo, pero también el miedo”.

Con el abstracto de la teoría respecto al triunfo de los integrantes en el reality show, consiste en ganar al oponente durante las competencias lo que produce una alegría y en otros tristeza (alegría vicaria) determinado por el grado en que se estima el acontecimiento, asimismo, en diversas situaciones los competidores muestran o expresan burla (alegría hilarante) por la debilidad del oponente para mantener el contacto con el espectador, gatillando así un alto grado de influencia en la emoción básica alegría de los niños, sin embargo, este tipo de alegrías convierte al niño en seres menos compasivos, hostiles, antipáticos y violentos.

### **5.3 EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN:**

Se observó las emociones básicas de los niños a través de la expresión facial y lenguaje corporal con una escala de 5 valores Likert, aplicada el 24 de octubre del 2016, durante la proyección del video del reality show Esto es guerra con una duración de 40 minutos, seleccionado para la investigación. Con el objetivo de determinar cuál es el grado de influencia del reality show “Esto es guerra” en las emociones básicas de los niños de 11 a 12 años.

“En el mundo de las emociones la distinción entre experiencia emocional interna, o sentimiento subjetivo, y expresión emocional, o conjunto de manifestaciones externas, es fundamental. Podemos expresar lo que sentimos mediante palabras, gestos faciales, tonos vocales, conductas y cambios fisiológicos” (Bericat, Emociones, 2012, pág. 3).

La ficha se aplicó a los 64 estudiantes del sexto año de secciones B Y C de la Institución Educativa Primaria 70564 Las Mercedes de Juliaca.

La expresión facial y lenguaje corporal de los niños al observar “Esto Es Guerra” con una escala definida por los siguientes ítems: nada (0), un poco (1), de forma moderada (2), mucho (3), muchísimo (4) determinados por un valor de 0-4 respectivamente.

#### **5.3.1 EXPRESIÓN FACIAL Y LENGUAJE CORPORAL DE LA IRA DE LOS NIÑOS AL OBSERVAR LAS PELEAS EN EL REALITY SHOW “ESTO ES GUERRA”.**

**Tabla N° 13: Expresión facial y lenguaje corporal de la ira de los niños al observar EEG**

<b>Al observar, (discutir, provocaciones, enojo) de los personajes del reality el niño(a) expresa su ira.</b>		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Un poco	1	1,6%	1,6%
	De forma moderada	2	3,1%	3,1%
	Mucho	25	39,1%	39,1%
	Muchísimo	36	56,3%	56,3%
	Total	64	100,0%	100,0%

*Fuente: Ficha de Observación - Ejecutores – 2016*

### **Análisis e interpretación:**

De la tabla N° 13, de acuerdo a la observación realizada por los ejecutores apoyada con un registro de video, sobre las emociones básicas de los niños a través de la expresión facial al observar las peleas, discusiones y provocaciones de los integrantes del reality show “Esto es guerra” con un valor de 0 – 4, el resultado en cuanto la emoción básica ira fue la siguiente: el 56,25% expresó muchísima ira, mucho el 39,06%, el 3,13% expresó de forma moderada, el 1,56% un poco, en cuanto a que no expresó nada 0 % respectivamente. Determinando de esta manera que la mayoría de los niños expresó la ira a través de la expresión facial o un lenguaje corporal. Considerando la encuesta, este tiene un porcentaje mayor, contrastando la hipótesis de la investigación. (Anexo N° 3)

Según Charles Darwin, La expresión facial es, junto con la mirada en el Homo sapiens y otros animales dotados de notoria inteligencia, uno de los medios (o media) más ricos e importantes para expresar emociones y estados de ánimo.

A través del conocimiento y de la observación de las expresiones faciales (es decir, la cara en movimiento y no como un objeto estático) podemos conseguir una mejor comprensión de lo que nos comunican los demás. No toda la comunicación que se transmite a través de la expresión facial es susceptible de ser percibida conscientemente por el interlocutor; sin embargo, sí se sabe que las impresiones que obtenemos de los otros también están influidas por los movimientos imperceptibles de su comunicación verbal.

Según Rachael Jack, la expresión de la ira suele estar caracterizada por: mirada fija hacia la causa de la ofensa, nariz arrugada, boca cerrada y dientes fuertemente apretados, ojos y

cejas ligeramente inclinados para expresar enfado. Las manos cerradas haciendo presión y conteniendo el sentimiento.

Según el registro de video y observación de los ejecutores los niños, durante la proyección del video de las peleas, discusiones y provocaciones de los personajes del reality show “Esto es guerra”, los niños se mantenían con la boca cerrada, ojos ligeramente inclinados, las manos y algunas expresiones verbales, muy atentas a lo que estaba ocurriendo en el reality, lo que implica que el niño estaba sintiendo una carga emocional, expresando su ira a través de la expresión facial determinando así su influencia en un alto grado.

### 5.3.2 EXPRESIÓN FACIAL Y LENGUAJE CORPORAL DE LA TRISTEZA DE LOS NIÑOS AL OBSERVAR EL REALITY SHOW “ESTO ES GUERRA”

**Tabla N° 14: Expresión facial y lenguaje corporal de la tristeza de los niños al observar EEG**

Al observar, la (sentencia, eliminación, llanto) de los personajes, el niño(a) expresa su tristeza.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De forma moderada	3	4,7%	4,7%
	Mucho	16	25,0%	25,0%
	Muchísimo	45	70,3%	70,3%
	Total	64	100,0%	100,0%

Fuente: Ficha de Observación - Ejecutores – 2016

#### Análisis e interpretación:

De la tabla N° 14 , de acuerdo a la observación por los ejecutores apoyada con un registro de video, sobre las emociones básicas de los niños a través de la expresión facial al observar la sentencia, eliminación y llanto de los personajes del reality show “Esto es guerra” con un valor de 0 – 4, el resultado en cuanto la emoción básica tristeza fue la siguiente: el 70,31% expresó muchísima tristeza, mucho el 25,00%, el 4,69% expresó de forma moderada, el 0% un poco, en cuanto a que no expresó nada 0 % respectivamente. Determinando de esta manera que la mayoría de los niños expresó la tristeza a través de la expresión facial o un lenguaje corporal, contrastando así con un porcentaje mayor a la encuesta realizada. Como también la determinación de la hipótesis, como se muestra en la fotografía del (anexo N°4).

Según Izard Se distinguen por falta de expresión y por rasgos como: inclinación descendente de las comisuras de la boca, mirada baja y decaimiento general de las facciones. Normalmente estas emociones están acompañadas por un bajo volumen de la voz o una forma de hablar más lenta.

Según el registro de video y observación de los ejecutores los niños, durante la proyección del video de las sentencias, eliminación y llanto de los personajes del reality show “Esto es guerra”, los niños se mantenían con los hombros regularmente decaídos, una inclinación de las comisuras, manos juntas, y algunas expresiones verbales, se observó un silencio absoluto de la mayoría de los niños, lo que implica que el niño estaba experimentando la tristeza y expresando facialmente, lo que indica la influencia en un alto grado.

**5.3.3 EXPRESIÓN FACIAL Y LENGUAJE CORPORAL DEL MIEDO DE LOS NIÑOS AL OBSERVAR LOS RETOS EXTREMOS DEL REALITY SHOW “ESTO ES GUERRA”**

**Tabla N° 15: Expresión facial y lenguaje corporal del miedo de los niños al observar EEG**

Al observar, (la exposición al peligro, desafíos y temores) de los personajes, el niño(a) expresa su miedo.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Un poco	2	3,1%	3,1%
	De forma moderada	3	4,7%	4,7%
	Mucho	14	21,9%	21,9%
	Muchísimo	45	70,3%	70,3%
	Total	64	100,0%	100,0%

Fuente: Ficha de Observación - Ejecutores – 2016

**Análisis e interpretación:**

De la tabla N° 15, de acuerdo a la observación por los ejecutores apoyada con un registro de video, sobre las emociones básicas de los niños a través de la expresión facial al observar los retos extremos, como los desafíos y la exposición al peligro de los personajes del reality show “Esto es guerra” con un valor de 0 – 4, el resultado en cuanto la emoción básica miedo fue la siguiente: el 70,31% expresó muchísimo miedo, mucho el 21,89%, el 4,69% expresó de forma moderada, el 3,13% un poco, en cuanto a que no expresó nada 0 % respectivamente. Implica que la mayoría de los niños expresaron dicha emoción en un alto grado, como se muestra en la fotografía del (anexo N°5). Contrastando así con un

porcentaje mayor a la encuesta realizada. Como también comprobando la hipótesis planteada.

Según Rachael Jack (2015), el miedo puede ponerse de manifiesto a través de unos ojos muy abiertos, por la boca abierta que afecta a la cara y al resto del cuerpo. Otro aspecto a tener en cuenta es hasta qué punto intervienen los complementos en los mensajes no verbales. Debido a que los complementos cambian nuestro aspecto, hemos de tener en cuenta sus efectos sobre la percepción que los demás tienen de nosotros. De esto se puede deducir que no siempre transmitimos los mensajes no verbales que intentamos enviar. Cuanto más conscientes seamos de estas dificultades del lenguaje corporal, sin palabras, mejor podremos utilizarlo.

Según Imbert, apelan continuamente al imaginario social: a ese depósito de imágenes, representaciones obsesivas, fantasmáticas, mediante las cuales el inconsciente colectivo significa –visibiliza– sus miedos, fobias, pulsiones y deseos invisibles. Ambas se inscriben en un proceso general de producción de imágenes, de espectacularización de la violencia, por un lado, y de domesticación del conflicto por otro, proceso complejo, paradójico a veces, que está imponiendo su lógica y su poder simbólico.

Según el registro de video y observación de los ejecutores los niños, durante la proyección del video de los retos extremos, desafíos, exposición al peligro y el miedo de los personajes del reality show “Esto es guerra”, algunos niños al inicio de la expectación se mantuvieron con la boca abierta, ojos muy abiertos y gritos, lo que implica que el niño estaba experimentando el miedo y expresando facialmente, lo que indica la influencia en un alto grado. Cabe resaltar que unos segundos después de haber proyectado el video, los niños empezaron a reírse, lo que determina que el niño ya estaba influenciado y adaptado al conflicto.

#### **5.3.4 EXPRESIÓN FACIAL Y LENGUAJE CORPORAL DE LA ALEGRÍA DE LOS NIÑOS AL OBSERVAR EL REALITY SHOW “ESTO ES GUERRA”**

**Tabla N° 16: Expresión facial y lenguaje corporal de la alegría de los niños al observar EEG**

Al observar (la burla, felicidad y victoria), de los personajes, el niño(a) expresa su alegría.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Mucho	11	17,2%	17,2%
	Muchísimo	53	82,8%	82,8%
	Total	64	100,0%	100,0%

*Fuente: Ficha de Observación - Ejecutores – 2016*

### **Análisis e interpretación:**

De la tabla N° 16, de acuerdo a la observación por los ejecutores apoyada con un registro de video, sobre las emociones básicas de los niños a través de la expresión facial al observar el triunfo, la victoria y burla de los personajes del reality show “Esto es guerra” con un valor de 0 – 4, el resultado en cuanto la emoción básica alegría fue la siguiente: el 70,31% expresó muchísima alegría, mucho el 21,89%, el 4,69% expresó de forma moderada, el 3,13% un poco, en cuanto a que no expresó nada 0 % respectivamente. Implica que la mayoría de los niños expresaron dicha emoción en un alto grado, como se muestra en la fotografía del (anexo N°6). Comprobando así con un porcentaje mayor a la encuesta realizada. Como también comprobando la hipótesis planteada.

Según Paúl Ekman, la alegría es ligera, normal y amplia. Se suelen emplear como gesto de saludo, para expresar diversos grados de placer, regocijo, alegría, felicidad. Incluso los niños ciegos de nacimiento sonríen cuando algo les agrada. Finalmente, de las observaciones al respecto, se pudo identificar la emoción básica alegría con más facilidad, debido a que esta emoción se expresa a través de una sonrisa en el rostro, y los niños expresaron en todo momento la risa al observar y mantenerse ligados a la pantalla, lo que comprobó el alto grado de influencia en la emoción básica alegría, sin embargo, esta alegría que experimentaron fueron alegrías vicarias e hilarantes.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Se determina que el reality show “Esto es guerra” si tiene un grado de influencia alta en las emociones básicas de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564, Las Mercedes de Juliaca 2016, por qué el reality show explota las emociones básicas a través de escenas donde se genera violencia, dolor, sufrimiento, apelando a los sentimientos básicos del niño, para mantenerse en contacto con los contenidos del mismo. Provocando que el niño se adapte a la violencia y lo manifieste en su entorno social.

**SEGUNDA:** Se concluye que las peleas en el reality show “Esto es guerra” influyen altamente en la emoción básica la ira de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016, debido a que el reality expone de forma constante discusiones, provocaciones, insultos y riñas, para atraer la atención e influenciar en el espectador – niño. Situación que tiende a inducir a la hostilidad e irritabilidad del niño.

**TERCERA:** Se determina que las sentencias en el reality show “Esto es guerra” influyen altamente en la emoción básica la tristeza de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016. Porque con las sentencias y eliminación de los personajes, apela al sufrimiento y dolor de los niños, mediante escenas de llanto, ocasionando que este experimente la tristeza, lo que conlleva a la depresión o insensibilidad ante el dolor de los demás.

**CUARTA:** Se determina que los retos extremos en el reality show “Esto es guerra” si tiene un grado de influencia alta en la emoción básica el Miedo de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016. Debido a que el reality apela al miedo del niño a través de exposición al peligro, desafíos de vida o muerte de los personajes, conocido también como estimulación traumática, para hurgar en la emoción básica miedo. Conduciendo a un resultado de niños insensibles, atemorizados ante el mundo y antipáticos.

**QUINTA:** Se concluye que el triunfo en el reality show “Esto es guerra” si influyen altamente en la emoción básica la alegría de los niños de 11 – 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016, porque el reality se vale de aspectos como la victoria, para burlarse y regocijarse sobre sus demás contrincantes, con lo que el niño se identifica, y experimenta una alegría que no es normal, denominada vicaria e hilarante, generando un sesgo en la parte cognitiva e induciendo a los niños a la alegría por el mal ajeno, menos solidarios y más violentos.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Dentro de la presente investigación, se desea que haya mejora continua del mismo, por lo tanto, se recomienda a los estudiantes que tengan interés en el proyecto, realizar el estudio de campo y complementación sobre los realities shows y contenidos que ocasionen efectos negativos en las emociones de los niños.

**SEGUNDA:** Se recomienda incluir, proponer o plantear más formatos televisivos que se adapte a las necesidades de los individuos más pequeños, para su mejor, comprensión y desenvolvimiento ante la sociedad libre de violencia.

**TERCERA:** A los medios de comunicación, tomar consideraciones sobre la responsabilidad y el rol que desempeñan ante la sociedad, sin la necesidad de hurgar en las emociones negativas como la ira, tristeza, miedo de los niños, que no coadyuvan a la calidad de vida del mismo.

**CUARTA:** A los padres, tomar medidas necesarias para prevenir los efectos dañinos de los realities shows que provocan en sus hijos, y promover otras actividades como son el deporte, lectura, juegos entre otras actividades lúdicas, que ayuden a desarrollarse con valores y responsabilidad.

## REFERENCIAS

- A Miller, G. (1979). *Lenguaje y Comunicación*. Barcelona: Amorrortu.
- Airbe Barandiaran, A., & Palacios Navarro, S. (2008). el perfil del consumo televisivo en adolescentes, jóvenes y adultos implicaciones para la educación. *Revista de educación*, 548.
- Aldea Muñoz, S. (2004). La influencia de la “nueva televisión” en las emociones y en la educación de los niños. *Revista Psiquiátrica y Psicología del Niño y del Adolescente*, 150.
- Antoni, M., & Zentner, J. (2014). *Las cuatro emociones básicas*. Herder.
- Arboccó de los Heros, M., & O'Brien Arboccó, J. (2012). Impacto "de la televisión basura" en la mente y la conducta de los niños y adolescentes. *UNIFE*, 47.
- Barcelata, C. (2004). *El impacto en la audiencia del reality show. "Big Brother" Mexicano. Un análisis de Estudios Culturales*. Mexico.
- Bericat, E. (2012). Emociones. *Sociopedia.isa*, 1.
- Bizquera Alzina, R. (2003). Educación Emocional y competencias Básicas. *Revista de Investigación Educativa*, 12-13.
- Cerezo, M. (1994). *Teorías sobre el medio Televisivo y educación*. Granada: Imago.
- Chóliz Montañés, M. (2005). *Psicología de la emoción: El proceso emocional*. Valencia.
- Delgado Egido, B., & Contreras Felipe, A. (2002). Desarrollo social y emocional. 60-61.
- Dominguez Goya, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. México: Red Tercer Milenio.
- Manel Pérez, El País. (21 de Enero de 2004). Los niños pasan más tiempo ante el televisor que en la escuela. Barcelona, España.
- Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la comunicación*. Colombia: Norma.
- Goleman, D. (1995). *Inteligencia Emocional*. New York: Kairos.
- Goleman, D. (1998). *La Inteligencia Emocional*. Vergara.
- Heno Pérez, H. (2010). *El cuerpo Narrado en el Reality Show*. Medellín: Selloeditorial.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw W-Hill/interamericana editores.
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual "De la televisión espectacular a la televisión especular"*. Barcelona: Gedisa, S.A.

- Jacho Chura, J., & Mamani Bautista, S. (2012). *El programa cómico Risas de América y su influencia en el comportamiento de los jóvenes de la ciudad de Puno - 2012*. Puno.
- Josep, T., & Almenara, J. (1994). Paidopsiquiatria.
- Lacalle, C. (2001). *El espectador televisivo*. Barcelona: Gedisa S.A.
- Lamb, C., Hair, Jr, J., & McDaniel, C. (2006). *Marketing*. México: Cengage Learning.
- Liceras Ruiz, Á. (2005). Medios de comunicación de Masas, Educación informal y aprendizajes sociales. *Didáctica de las Ciencias Sociales*, 4-7.
- Lorenzo, V. (1995). La televerdad: Nuevas estrategias de mediación. *En telos*, 43.
- Mamani Cruz, Y. (2012). "Consumo de los programas de dibujos animados de la TV nacional, en la actitud de los niños de 8 – 10 años de la I.E.P. 70024 Laykakota Puno 2012". Puno.
- Maya, G., & Schwarz, J. (2014). Tener y demostrar Emociones. *Television*, 13.
- Mulder, m., Weigel, T., & Colling, K. (2008). El concepto de competencia en el desarrollo de la educación. 5.
- PANAMERICANA RADIO. (15 de Octubre de 2014). Estudio revela que porcentaje de niños peruanos mira "Esto es guerra" y "Combate". Lima, Lima, Perú.
- Pérez Nieto, M., Redondo Delgado, M., & León, L. (1997). Aproximaciones a la emoción de ira: de la conceptualización a la intervención psicológica. *Revista Electronica de Motivación y Emoción*.
- Piqueras, J., Ramos, V., Martínez, A., & Oblitas, L. (2010). Emociones Negativas y salud. *Unifé*, 35-36.
- Prado, E. (2012). Traficantes de Emociones. *Diálogos de la Comunicación*, 9-11.
- Quispe Mamani, Y. (2014). *Influencia del program "Esto es guerra" en el comportamiento de los alumnos de nivel secundario de la institución Educativa Privada James Baldwin - Puno 2014*. Puno.
- Rita, C. (2002). *El Nuevo Mapa del Cerebro*. Barcelona: RBA libros.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Tous Rovirosa, A. (2009). Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión. *Revista Científica de Educomunicación*, 176-177.
- Villareal, A. L., & Medina, A. (1998). *El Reality Show o las emociones como espectáculo*. Mexico.

## WEBGRAFÍA

- ABC. (2007). *DefinicionABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/salud/tristeza.php>
- America Tv. (25 de Enero de 2016). *Pagina Oficial Esto es guerra*. Obtenido de [https://www.facebook.com/pg/estoescuerra.tv/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/estoescuerra.tv/about/?ref=page_internal)
- Bertrand, R. (2014). *psicología y mente*. Obtenido de <https://psicologiamente.net/psicologia/emociones-basicas-cuatro-seis>
- CONCORT TV. (29 de Agosto de 2014). *Consejo Consultivo de Radio y Televisión*. Obtenido de <http://www.concortv.gob.pe/old/index.php/investigaciones/encuestas/1397-2014-estudio-cuantitativo-sobre-consumo-televisivo-y-radial-en-ninos-ninas-y-adolescentes.html>
- De Fresno, M. (12 de Noviembre de 2012). *La Regla de los tres Grados de Influenca*. Obtenido de <http://migueldefresno.com/2012/11/la-regla-de-los-tres-grados-de-influenca.html>
- De Lucia, D. O. (2002). *El fenomeno de los reality shows*. Obtenido de Un ensayo del toyotismo mediatico: <http://www.herramienta.com.ar/article.php?sid=88>
- Dictionary, F. (noviembre de 2016). Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/triunfo>
- Donaire, P. (3 de Julio de 2015). *Bitnavegantes*. Obtenido de <http://bitnavegante.blogspot.pe/2015/03/tan-solo-cuatro-emociones-basicas.html>
- DRAE. (23 de Noviembre de 2016). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=A0pouDd>
- Garcia, L. (24 de Octubre de 2011). *Hluisgarcia.es*. Obtenido de <http://hluisgarcia.es/wordpress/2011/10/el-miedo/>
- Jara, V. (2009). *La verdadera magnitud*. Obtenido de <https://laverdaderamagnitud.files.wordpress.com/2009/06/medios-de-comunicacin.pdf>
- Lazarsfeld, P., Blumler, J., & Gurevitch, M. (17 de febrero de 2010). *comunicologosudc*. Obtenido de <https://comunicologosudc.wikispaces.com/page/history/Teor%C3%ADa+Usos+y+Gratificaciones>
- Maestre Delgado, D. (2005). *La Television que queremos hacia una TV de calidad*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2927645.pdf>
- Marifer. (7 de Febrero de 2013). *Comunicación*. Obtenido de <http://playacomunicacion.blogspot.pe/2013/02/definicion-de-comunicacion.html>
- Olvera, P. (21 de enero de 2013). *correvedile*. Obtenido de <http://www.correveydinos.com/2013/01/articulo-sobre-la-television.html>

- Oxford . (27 de Diciembre de 2016). *Oxford Living dictionaries*. Obtenido de <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/pelea>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2015). *Definición de Reality Show*. Obtenido de <http://definicion.de/reality-show/>
- Perez, J. (2009). *Definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/ira/>
- Ronquillo León, K. (2015). "Análisis de la influencia de los programas de Televisión Basura", en *el comportamiento de los niños del Plan Habitacional Mucho Lote 6ta etapa en el periodo 2014 – 2015*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7760/1/Tesis-Katherin-Ronquillo.pdf>
- Rosero Cazar, S. (2008). "Influencia de programas de Televisión en el desarrollo de la inteligencia emocional de las niñas de 4 a 5 años de la Unidad Educativa Bilingue Génesis en el año lectivo 2007 - 2008". Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/1130>
- Sedeño, A. M. (2005). la television que queremos hacia una TV de calidad. *Comunicar*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2925021.pd>
- Vazquez, G., & Vitale, A. (s.f.). *COMFER*. Obtenido de Pautas para el análisis de un género los reality show: [http://diegolevis.com.ar/secciones/Infoteca/confer\\_realitys.pdf](http://diegolevis.com.ar/secciones/Infoteca/confer_realitys.pdf)
- Weinsinger, H. (29 de Noviembre de 2016). *Inteligencia emocional*. Obtenido de <http://www.inteligencia-emocional.org/articulos-blog/las-emociones-son-contagiosas.htm>
- Wikipedia. (2 de Diciembre de 2016). *Reality Show de Perú*. Obtenido de [https://www.google.com.pe/?gfe\\_rd=cr&ei=uV-GWMLIHYfIgATnnZyIDg#q=combate](https://www.google.com.pe/?gfe_rd=cr&ei=uV-GWMLIHYfIgATnnZyIDg#q=combate)

# ANEXOS

**ANEXO N° 1 CUESTIONARIO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PUNO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENCUESTA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

EDAD:	SEXO: Mujer ( ) Varón ( )
-------	---------------------------

Lee cada oración y marca con una (x) el número que indica la fuerza con que sentiste cada emoción al observar “Esto Es Guerra”.

	Nada	Un poco	De forma moderada	Mucho	Muchísimo
	0	1	2	3	4
¿Al observar discutir a los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan enojado(a) te sentiste?					
¿Al observar las provocaciones de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan ofensivo(a) te sentiste?					
¿Al observar el enfado de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan fastidiado(a) te sentiste?					
¿Al observar la eliminación de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan apenado(a) te sentiste?					
¿Al observar el llanto de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan triste te sentiste?					
¿Al observar la sentencia de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan insatisfecho(a) te sentiste?					
¿Al observar el temor de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan asustado(a) te sentiste?					
¿Al observar la exposición al peligro de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan inseguro(a) te sentiste?					
¿Al observar los desafíos de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” qué tan tímido(a) te sentiste?					
¿Al observar la burla de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” Qué tan divertido(a) te sentiste?					
¿Al observar la felicidad de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” Qué tan alegre te sentiste?					
¿Al observar la victoria de los personajes en el programa de “Esto Es Guerra” Qué tan orgulloso(a) te sentiste?					

**ANEXO N° 2 FICHA DE OBSERVACIÓN**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**OBJETIVO:** Determinar cuál es el grado de influencia del reality show “Esto es guerra” en las emociones básicas de los niños en 11- 12 años de la I.E.P 70564 Las Mercedes de Juliaca 2016.

Escuela: .....Grado y sección: .....

Fecha: .....

EXPRESIÓN FACIAL Y LENGUAJE CORPORAL DE LOS NIÑOS AL OBSERVAR “ESTO ES GUERRA”	NADA	UN POCO	DE FORMA MODERADA	MUCHO	MUCHÍSIMO
Al observar, (discutir, provocaciones, enojo) de los personajes del reality el niño(a) expresa su ira.					
Al observar, la (sentencia, eliminación, llanto) de los personajes, el niño(a) expresa su tristeza.					
Al observar, (la exposición al peligro, desafíos y temores) de los personajes, el niño(a) expresa su miedo.					
Al observar (la burla, felicidad y victoria), de los personajes, el niño(a) expresa su alegría.					

Observaciones: -----  
 -----  
 -----  
 -----  
 -----  
 -----  
 -----

**OBSERVADOR:**  
 -----

**FIRMA:**  
 -----

**ANEXO N° 3 EXPRESIÓN FACIAL DE LA IRA DE LOS NIÑOS**



**ANEXO N° 4 EXPRESIÓN FACIAL DE TRISTEZA DE LOS NIÑOS**



**ANEXO N° 5 EXPRESIÓN FACIAL DE MIEDO DE LOS NIÑOS**



**ANEXO N° 6 EXPRESIÓN FACIAL DE LA ALEGRÍA DE LOS NIÑOS**

