

# **UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN EDUCACIÓN  
CON MENCIÓN EN DIDÁCTICA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR**

**PERCEPCIÓN DE LOS PROGRAMAS REALITIES Y  
RENDIMIENTO ACADÉMICO DE ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO-  
2019**

**AUTOR**

**DE LA CRUZ MARTÍNEZ, CHARLTON JOHN**

**ASESOR**

**PAREDES FERNÁNDEZ, OSTER WALDEMIR**

**Trujillo – PERÚ**

**2019**

**N° de Registro: .....**

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mi familia por su incondicional apoyo en la consecución de mis metas.

## **Agradecimiento**

A nuestro Padre Dios por ser guía y apoyo en mi vida.

A mi familia por estar siempre a mi lado.

A mi asesor por sus constantes sugerencias para mejorar la investigación

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación que hay entre la percepción de los programas realities y el rendimiento académico de los estudiantes universitarios en la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego del 2019 - 10. Para lograr el propósito de la misma se procedió al análisis de los programas realities de competencia y el rendimiento académico. Se trabajó con una muestra aleatoria de 56 estudiantes y con el diseño descriptivo correlacional. Se elaboró un cuestionario y una ficha de registro para recoger la información requerida. Los datos fueron organizados en una matriz de resultados por variables e indicadores en hojas de cálculos Excel. Como resultado se observa que la relación encontrada es de  $-0.67$ , mostrando que ambas variables se correlacionan inversamente, por lo que podemos concluir que las percepciones positivas o de “aceptación” a los programas realities de competencia se asocian con menores niveles de rendimiento académico de los estudiantes universitarios de la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación.

### **Palabras Claves:**

Programas realities

Rendimiento académico

## **Abstract**

The main objective of this research was to determine the relationship between the perception of realities programs and the academic performance of university students in the Communication Sociology subject of the Communication Sciences professional career of the private university Antenor Orrego from 2019 – 10. In order to achieve its purpose, the analysis of the competing realities and academic performance programs was carried out. We worked with a random sample of 56 students and with the descriptive correlational design. A questionnaire and a registration form were prepared to collect the required information. The data were organized in a matrix of results by variables and indicators in Excel spreadsheets. As a result, it is observed that the relationship found is -0.67, showing that both variables are inversely correlated, so we can conclude that positive perceptions or “acceptance” of competing realities programs are associated with lower levels of academic performance of the college students the Communication Sociology subject of the career of communication sciences.

### **Keywords:**

Realities programs

Academic performance

## Índice

Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen .....	v
Abstract .....	vi
Índice .....	vii
Índice de Tablas e Ilustraciones.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	9
1.1. Problema de Investigación .....	9
1.2. Justificación del estudio .....	11
1.3. Objetivos .....	13
II. MARCO REFERENCIAL.....	13
2.1. Antecedentes / Estado de la Cuestión.....	13
2.2. Bases Teórico - científicas .....	16
2.3. Definición de términos básicos .....	25
2.4. Sistema de Hipótesis .....	26
III. METODOLOGÍA EMPLEADA .....	31
3.1. Población y muestra de estudio .....	31
3.2. Diseño de Contrastación .....	31
3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de Recolección de datos.....	32
3.4. Procedimiento de recolección de información .....	33
3.5. Diseño de procesamiento y análisis de datos .....	33
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	36
4.1. Análisis e interpretación de los datos .....	36
4.2. Docimasia de hipótesis .....	46
V. DISCUSION DE LOS RESULTADOS .....	51
CONCLUSIONES .....	55
RECOMENDACIONES .....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXOS.....	60
Cuestionario dirigido a los estudiantes del Segundo Ciclo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	
Corrección del cuestionario	
Estructura y valoración de la encuesta	
Ficha de recolección del rendimiento académico	
Cadena causal	
Evidencia fotográfica	

## Índice de Tablas e Ilustraciones

<b>Tabla 1:</b> Distribución de estudiantes de Ciencias de la Comunicación – UPAO, Trujillo .....	31
<b>Tabla 2:</b> Confiabilidad del Cuestionario de Percepción de los Programas Realities .....	33
<b>Tabla 3:</b> Tabla de los puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo con respecto al cuestionario de percepción de los programas realities de competencia .....	36
<b>Tabla 4:</b> Puntajes obtenidos por los estudiantes de Segundo Ciclo en la Percepción de los programas realities referente al indicador “Mensaje” .....	38
<b>Tabla 5:</b> Puntajes obtenidos por los estudiantes de Segundo Ciclo en la Percepción de los programas realities referente al indicador “Lenguaje” .....	39
<b>Tabla 6:</b> Puntajes obtenidos por los estudiantes de Segundo Ciclo en la Percepción de los programas realities referente al indicador “Presentación” .....	40
<b>Tabla 7:</b> Puntajes obtenidos por los estudiantes de Segundo Ciclo en la Percepción de los programas realities referente al indicador “Relaciones Interpersonales”.....	41
<b>Tabla 8:</b> Puntajes obtenidos por los estudiantes de Segundo Ciclo en la Percepción General de los programas realities .....	42
<b>Tabla 9:</b> Tabla de los puntajes obtenidos por los estudiantes Segundo Ciclo en el Rendimiento Académico.....	43
<b>Tabla 10:</b> Puntajes obtenidos por los estudiantes Segundo Ciclo en el Rendimiento Académico .....	45
<b>Tabla 11:</b> Tabla de resultados obtenidos por los estudiantes Segundo Ciclo para la variable Percepción a los programas realities y Rendimiento Académico .....	46
<b>Tabla 12:</b> Resultados comparativos en relación a la contrastación de hipótesis obtenidos en la muestra de estudio.....	50

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Problema de Investigación**

#### **a. Planteamiento del Problema**

Hoy en día, la televisión es el medio masivo de información y comunicación, en comparación con otros como la radio o los periódicos, la gran mayoría de los hogares (aún los de estratos socioeconómicos bajos) poseen este artefacto, convirtiéndose en una necesidad de las familias, ya que a través de este medio les permite enterarse de las noticias, deporte, espectáculo, etc.

Sin embargo, los espectadores olvidan el peligro de la manipulación mediática ante la exposición frecuente de contenidos televisivos de carácter violento o sexual y los efectos que esta produce, tales como la desorganización de hábitos de estudio, problemas de atención, desmotivación, factores que repercuten en el rendimiento académico, etc., además de la adquisición de comportamientos que buscan imitar a aquellos observados en ella.

Al respecto Gil (1999) afirma que uno de los peligros de la televisión es el daño moral que origina especialmente en los jóvenes y adolescentes, este autor lo relaciona con el mayor tiempo de exposición de la juventud ante la “pantalla chica” además de las preferencias de ellos por los programas de entretenimiento como los shows de realities.

De acuerdo con la teoría de la percepción social, las personas elaboran conexiones con lo percibido socialmente como un medio de explicar estos acontecimientos, dándoles coherencia y significatividad, valorándolos en términos de aceptación o rechazo e incluyéndolos en sus patrones de conducta.

En el año 2018, el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCOR T.V), realizó un estudio en el que identificaron los programas más vistos por los niños y adolescentes de la ciudad de Trujillo, y donde el 43.85% refirió ciertas preferencias por los programas realities. (Marketing, 2018)

Diversas observaciones han permitido constatar que los alumnos de la asignatura de Sociología de la Comunicación, del segundo ciclo de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, presentan ciertos signos comportamentales y actitudinales que sugieren haber sido influenciados por los programas realities, que son los que tienen mayor sintonía en nuestro país, mostrando impuntualidad al momento de ingresar a clases, prefiriendo deambular por el pasillo que ingresar al aula, en su lenguaje utilizan expresiones adoptadas de los participantes de los realities (“cállate o te castigo”, “cara de puñete”) y en sus actitudes imitan sus gestos y ademanes.

En su arreglo personal, varios estudiantes han copiado el estilo de cabello y forma de vestir de los participantes del programa (los hombres con el cabello levantado y las puntas hacia arriba, pantalones arremangados y mostrando las pantorrillas, las mujeres con el cabello suelto, uso de minifaldas). Además, a pesar de que existe compañerismo y trabajo en equipo también muestran conductas irrespetuosas hacia sus pares.

Debemos entender que son los adolescentes y jóvenes quienes por su estadio de madurez emocional son los más propensos a verse influenciados por estos programas ya que ellos están en proceso de definir su personalidad, comportamiento, ideas, opiniones y valores personales, necesitando de la orientación de los padres y maestros para una adecuada formación.

Howard & Beauchamp (1964) sostienen que *“las personas somos consecuencia de la acción de la sociedad”*. Por ello y motivado por esta realidad, es que esta investigación pretende estudiar el nivel de influencia que existe entre la percepción respecto a los programas realities peruanos y el rendimiento académico de los estudiantes que recién ingresan a las aulas universitarias.

Rendimiento Académico de los estudiantes del Segundo Ciclo de la asignatura de sociología de la comunicación de la Carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la UPAO se ha evaluado, realizando el análisis a través de

los siguientes Indicadores: rendimiento académico bajo, rendimiento académico medio y rendimiento académico alto. Los estudiantes de dicha asignatura presentan un rendimiento académico bajo debido a la gran aceptación que tienen los programas realities y repercutiendo de alguna manera en sus hábitos de estudios.

El rendimiento académico se define como el producto de la asimilación del contenido de los programas de estudio, expresado en calificaciones dentro de una escala convencional (Figuroa, 2004)

## **b. Formulación del Problema**

### **Problema General:**

¿Qué relación hay entre la percepción de los Programas realities y el rendimiento académico de los estudiantes en la asignatura Sociología de la Comunicación del Segundo Ciclo de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, 2019 - 10?

### **Problemas específicos:**

¿Cuál es la percepción de los programas realities que presentan los estudiantes de Segundo Ciclo en la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2019 - 10?

¿Cuál es el nivel de rendimiento académico de los estudiantes de Segundo Ciclo en la asignatura Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2019 - 10?

## **1.2. Justificación del estudio**

A pesar de los diversos estudios respecto a la influencia de la televisión, hay pocas investigaciones en las que relacionen a la televisión con el aprovechamiento de los alumnos que recién empiezan su vida universitaria; y de qué manera esta influye en sus actitudes y comportamiento. Además, desde

hace varios años, en la televisión peruana se producen dos programas de realities que tienen gran aceptación por parte del público especialmente adolescente. Estos programas nacionales se enfocan en la competencia de dos grupos, y al ser transmitidos en horario familiar permite que su audiencia esté conformada por un amplio grupo etario, generando un impacto en las personas más susceptibles e influenciables (niños, adolescentes) y que se manifestará en sus hábitos, lenguaje, actitudes y valores, los mismos que continuarán en su juventud y adultez.

Esta investigación se justifica metodológicamente porque partiendo de un estudio concreto de la realidad, sigue un proceso científico para determinar los niveles de rendimiento académico y si estos son afectados por el tipo de percepción de los estudiantes respecto a los programas realities de competencia.

Su relevancia social estriba en que mediante esta investigación se beneficia a los estudiantes universitarios del primer ciclo de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación, los mismos que conforman una población vulnerable en relación a la actitud ante el estudio y aprendizaje, por lo que conocer sobre las percepciones que mantienen respecto a los programas realities y la forma en que estos afectan su desempeño permite la adopción de estrategias para fomentar mejores actitudes ante el estudio y el desenvolvimiento académico.

Mientras que se justifica teóricamente porque a través de esta investigación se puede confirmar la teoría científica existente respecto a percepción y rendimiento académico, de tal manera que se contribuye a analizar el rol de los programas realities en la formación académica de los adolescentes, constituyendo la base de futuras investigaciones.

### **1.3. Objetivos**

#### **Objetivo General**

Determinar la relación que hay entre la percepción de los Programas realities y el rendimiento académico de los estudiantes universitarios en la asignatura Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, 2019 - 10.

#### **Objetivos Específicos**

- Establecer el nivel de percepción de los programas realities que presentan los estudiantes de la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, 2019 - 10.
- Establecer el nivel de rendimiento académico de los estudiantes en la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, 2019 - 10.
- Medir la relación entre la variable percepción de los Programas realities y los niveles de rendimiento académico.

## **II. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1. Antecedentes / Estado de la Cuestión**

El poder de los medios de comunicación y especialmente de la televisión y los realities show en adolescente y jóvenes ha sido objeto de estudio por diversos autores, por lo que a continuación se presentan algunos trabajos que contribuirán a un mejor abordaje y comprensión del problema de investigación y desarrollo de la tesis.

## **A nivel internacional**

Balcázar (2017) en la tesis “Influencia de los Programas reality show en el desempeño académico de los jóvenes estudiantes de 13 a 17 años de edad, del colegio DR. Juan Francisco Ontaneda de la Parroquia Buenavista, Cantón de Chaguarpamba, provincia de Loja (Ecuador), periodo octubre 2014 a julio 2017”; realizada con el objetivo de determinar el grado de afectación de los programas reality en el aprendizaje de los adolescentes, con una muestra de 130 participantes, los resultados permitieron comprobar la existencia de una fuerte influencia de estos programas en el desempeño académico estudiantil ya que logran persuadirlos mediante las imágenes o mensajes públicos dispuestos en el medio televisivo.

Faicán & Hernández (2014) en la tesis titulada: “Influencia de los reality shows en el comportamiento de adolescentes de los colegios Abad, IPAC y Sagrado Corazón de Guayaquil”; cuyo objetivo fue determinar la influencia de los reality show en el comportamiento adolescente, con una muestra de 124 estudiantes, luego de los resultados concluyeron que los reality shows influyen en la conducta y actitudes de los adolescentes, además resaltan el tiempo de exposición (dos a cuatro horas) y que la principal causa de sintonía de estos programas por parte de los adolescentes es porque los entretiene y es una fuente de aprendizaje de imitación sobre actitudes, estilos de vida, ideas y vestimenta.

Martínez (2005) en el artículo “Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios”, identificó que el 49% de los universitarios españoles dedica entre 1 a 3 horas diarias a ver televisión, un 21% refiere un consumo de 3 a 5 horas diarias, y entre los programas de televisión que prefieren figuran los reality show como “Gran Hermano” (50%) y “La casa de tu vida” (30%).

Muñoz, S. (2004) en “La influencia de la nueva televisión en las emociones y la educación de los niños” establece que la televisión como medio de comunicación masiva, es fácilmente accesible para los niños y adolescentes por su gran presencia en la mayoría de los hogares, además de no necesitar

habilidades complejas para la recepción de la información en comparación a los medios de comunicación escritos (periódicos, revista y libros), debido a ello, la televisión es el medio más influyente en los miembros que conforman la familia, especialmente los niños que son quienes pasan más horas a estos programas de entretenimiento y son propensos a sus efectos.

### **A nivel nacional**

Cortez & Ticse (2014) en la tesis “Los Programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I.E. N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho, Chosica – Lima”, pretendieron determinar la relación entre los realities de competencia de la televisión nacional y el comportamiento de los estudiantes, para ello, usaron un diseño descriptivo; la muestra se conformó a partir de 114 maestros y progenitores. Luego del análisis de los resultados concluyeron que la visualización de estos programas afecta negativamente el comportamiento de los estudiantes, induciéndolos a la adopción de conductas violentas, agresivas, falta de atención, problemas con la autoridad, entre otros.

Berrospi (2014) en la tesis de Maestría titulada: “El entretenimiento televisivo y la identidad cultural en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco” elaborada con el propósito de determinar el efecto de los programas de entretenimiento en la identidad cultural adolescente, concluye estableciendo que los programas como “Esto es Guerra” y “Combate” estructuralmente presentan un contenido enfocado en la violencia para la consecución de sus metas, exaltando este culto mediante la preferencia a concursantes violentos y alienantes, sin contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural, es más, distorsionan los valores de los estudiantes y los fines educativos.

Veliz (2014) en “El mensaje que transmite el reality show juvenil Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto grado de educación secundaria de la I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán de la ciudad de Chiclayo, 2013” con diseño descriptivo analítico y cuyo objetivo general fue identificar el mensaje que transmite un reality de competencia en los adolescentes de un colegio nacional, se estableció que los temas de mayor significación fueron de tipo sentimental y

social, con exposición de los detalles íntimos de los concursantes en forma escandalosa, además del empleo de un lenguaje vulgar, existe tendencia al enfrentamiento entre los participantes. Esta estructura busca apelar al morbo hacia el conflicto como fórmula de éxito. Estableciendo un enorme problema para la población más susceptible como son los adolescentes que por su propio estadio de maduración adoptan patrones imitativos de conducta basados en lo que ven sin discriminar aquello que pertenece a la ficción de situaciones reales.

### **A nivel local**

León & Malca (2014) en la tesis “Percepción de los reality shows Combate y Esto es Guerra y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de secundaria de la I.E. N° 80820 Víctor Larco y N° 81025 José Antonio Encinas, Víctor Larco – Trujillo ” de tipo no experimental y corte transversal realizada con el propósito de conocer la manera en que influían los programa reality en los jóvenes, los resultados son enfáticos en señalar que existe una asimilación de la conducta, hábitos, tipo de lenguaje y valores expuestos en estos programas por los concursantes, concluyendo que la influencia de estos programas en la población estudiantes es negativa.

Mixán (2012) en la tesis de nombre “La serie televisiva “Al fondo hay sitio” y su influencia en el lenguaje de los alumnos de educación secundaria del Colegio Particular Mixto Siglo XXI”, concluye afirmando que el 66% de los alumnos participantes del estudio manifestaron que la visualización de esta serie influye en su manera de pensar, en su comportamiento; además en su forma relacionarse adoptan el lenguaje coloquial que escuchan en ella.

## **2.2. Bases Teórico - científicas**

### **2.2.1. Los programas**

Blake & Mouton (1984) definen programa como un sistema que consta de diversas etapas en la organización, los programas dirigen los estilos de gerencia hacia una determinada necesidad, usualmente puede ser el interés por la

producción de los trabajadores enfocándose en la solución de conflictos institucionales.

Mientras que Gairín. J. (1993) afirma que un programa es “cualquier propuesta estructurada para producir cambios en las personas que se exponen a objetivos, criterios e indicadores”. (citado en Ferrández, Peiro, & Puente, 1993)

Tejada & Navío (2004) definen a programa como la agrupación de ciertos servicios o procesos en una serie de proyectos que guardan cierta relación entre sí y que comparten la misma naturaleza; estos autores también agregan que el programa se concretiza en un plan cuyas acciones estarán orientadas a la consecución de metas y objetivos definidos para un tiempo específico.

Juganaru (2014) define el programa como “un formato inteligible para ello debe realizarse un conjunto de tareas que se deben cumplir a fin que se cumpla los objetivos”.

#### **2.2.1.1. Los programas de concurso**

Un programa concurso es un formato elaborado para medios de comunicación masivos en el cual uno o varios participantes tienen que ejecutar ciertas actividades con la finalidad de obtener un número máximo de puntos que podrán ser cambiados por premios ya sea al final del programa o en espacios intermedios.

El ganador o ganadores reciben su recompensa (premios) que puede ser dinero en efectivo, paquetes de viajes vacacionales y productos proporcionados usualmente por empresas o instituciones patrocinadores en canje a la publicidad de su marca durante el programa, y la presentación de estos premios generalmente está a cargo de bellas modelos.

En la mayoría de estos programas la competición puede ser individual o por equipos, y el esfuerzo se enfoca en la obtención de una buena marca o puntuación y en la superación de las marcas del contrario.

### **2.2.1.2. Los programas realities**

Bembibre (2011) explica que los programas realities son realmente unos términos muy recientes usados dentro de los medios de comunicación y de entretenimiento para referirse a determinado tipo de programa televisivo en el que como característica principal se muestran de forma real y “veraz” las diferentes experiencias y situaciones de un grupo de personas que conviven y compiten a lo largo del día.

La selección de dichos participantes es mediante un casting llevado a cabo por el equipo de producción del programa, basados en ciertos perfiles que se ajusten a la temática del programa. Generalmente, los productores tratan de escoger individuos con personalidades y temperamentos fuertes, con el propósito de que broten conflictos en sus interacciones para generar interés y expectativa en los televidentes. Estas personas son ubicadas en un mismo ambiente y su convivencia es expuesta por videocámaras mientras ellos participan en retos físicos y/o mentales. Los televidentes observan lo que sucede con los participantes. En el Perú tenemos dos programas de competencia que tienen el mismo formato, además tienen una elevada sintonía: Esto es Guerra (EEG) y Combate (CBT).

Los programas realities hacen presencia en las personas televidentes promoviendo secuelas en su comportamiento. Por lo general, estos programas están conformados por aspectos relacionados a:

#### **Mensaje**

Los mensajes televisivos tienen un gran poder en la constitución familiar, laboral y formativa. Los recursos televisivos han logrado adueñarse del escaso tiempo que disponen los estudiantes para la distracción y recreación saludable, convirtiéndose en la base central de socialización revestida de un sistema consumista y violento. Los programas televisivos producen ciudadanos con escaso conocimiento e interesados en cosas de poca relevancia, atraídos por cosas de poca importancia. (García & Ramos, 1988)

## **Lenguaje**

En la escuela se inculca a los estudiantes a usar adecuadamente y con propiedad el lenguaje con los demás. Sin embargo, este tipo de programas de competencia o concurso enfatizan en un determinado estilo o formas de lenguaje aparentemente correcto en los adolescentes o jóvenes.

## **Presentación personal**

Los adolescentes o jóvenes suelen adoptar la forma de presentación que portan los participantes o concursantes, su estilo de vestir es copiado, estos modelos que prefieren los jóvenes son vestimentas traídas del extranjero y que direccionan hacia un estilo de consumo como parte del proceso de la globalización influyente. (Marks, 1999). La vestimenta resulta ser un elemento de mayor influencia en los jóvenes, llegando al extremo de exigir que sus padres les compren los atuendos de acuerdo a la moda actual, esta situación se repite en el estilo de corte de cabello, o el uso de tatuajes de diversas formas y colores.

## **Relaciones interpersonales**

La influencia que tiene los medios televisivos prevalece particularmente en la transformación inapropiada de las actitudes y relaciones interpersonales sobre los comportamientos formales de la persona en la vida real mediante la imitación de conductas y acciones de personas populares en la pantalla chica. (Marks, 1999)

### **2.2.1.3. Combate (CBT)**

Este programa de concursos peruano es una adaptación del programa ecuatoriano del mismo nombre, que se estrenó en junio del 2011 por canal televisivo ATV (Andina de Televisión).

Inicialmente se conformó por dos equipos que llevaban el nombre de colores, estos equipos se enfrentaban en diversas pruebas. A partir de la quinta temporada, los equipos se incrementaron a cuatro tomando el nombre de naciones.

#### **2.2.1.4. Esto es guerra (EEG)**

Este reality peruano de competencia es emitido el canal América T.V. contando con cerca de 8 años de permanencia en pantalla y una emisión diaria de lunes a viernes.

Al igual que la estructura del programa “Combate”, está conformado por dos equipos con integrantes de ambos sexos, denominados “leones” y “cobras” quienes se enfrentan en diversas pruebas ya sea de índole física o cultural para ser consagrados como campeones.

#### **2.2.2. Percepción**

Para Carterette & Friedman (1982) la percepción constituye una parte imprescindible de la consciencia, ya que permite a la persona experimentar la realidad, para ello, utiliza los receptores sensoriales como manera de recabar información del medio circundante y de las actividades ejecutadas por el individuo.

Barthey (1982) explica que el término percepción no solo es aplicable en el área de psicología, si no que agrupa varios significados como “el conocimiento o el proceso de conocer objetos o hechos mediante los sentidos o el pensamiento”, igualmente lo relaciona con el juicio que se hace respecto a una determinada situación, evento, hecho, idea u objeto, ayudado por los receptores sensoriales y que involucra una capacidad de discernimiento.

#### **2.2.3. Percepción Social**

La percepción social se relaciona con las observaciones hechas al comportamiento o conducta de las personas que se convierten en el estímulo para la elaboración de juicios de valor.

Moya (1994) confiere las siguientes características a la percepción social:

- a) Las personas se perciben como agentes que pueden controlar la información que muestran a los demás, en base a sus propios objetivos e intereses.

- b) Al ser el objeto y el sujeto de la percepción personas, el perceptor tendrá facilidad para inferir los sentimientos o actitudes de la persona percibida, tomando como referencia sus experiencias personales.
- c) La percepción social involucra una interacción muy dinámica, donde la presencia, expectativas y conducta del perceptor pueden afectar la conducta de la persona percibida, y viceversa.
- d) La percepción de personas es usualmente más compleja y difícil de comprobar debido a que las personas están en constante modificación de sus conductas y comportamientos de acuerdo a las situaciones experimentadas.

### **2.2.3.1. Teorías de la Percepción Social**

#### **a. Teoría sobre la Comparación Social de Festinger**

Esta teoría fue propuesta por Festinger (1954) quien partió del supuesto de que todas las personas tienen la necesidad de evaluar constantemente sus opiniones, habilidades y capacidades, por lo cual se compara con otras personas con capacidades similares para tener más exactitud en sus apreciaciones.

Esta teoría explica que la gran mayoría de los individuos está en constante búsqueda de adaptarse a la opinión general del grupo y en el caso que su propia opinión sea contraria va a experimentar modificaciones en su percepción, con el propósito de aceptarla.

#### **b. Teoría del aprendizaje social de Bandura**

Bandura (1987) destacaba que en el comportamiento influían factores sociales y psicológicos, también equiparaba en importancia los factores externos e internos, por lo que el proceso de aprendizaje era producto de una interacción de situaciones ambientales, factores personales y las conductas del individuo.

La teoría de Bandura (1987) explica que en el aprendizaje además de los factores cognitivos intervienen la observación e imitación de conductas de modelos que pueden ser los padres, maestros, amigos y hasta los “heroes e ídolos” de la televisión, entre otros.

A este modelado del comportamiento, Bandura lo llamó el aprendizaje vicario, señalando que los efectos de los procesos vicarios pueden llegar a ser tan grandes y significativos como los efectos del aprendizaje directo.

Bandura, considera que el aprendizaje social está dividido en cuatro procesos: atención, retención, producción y motivación.

- Atención: mediante la atención se seleccionan los rasgos más significativos de conducta del modelo, además de la selección del modelo a seguir.
- Retención: las conductas se retienen en forma de imágenes que son codificadas y almacenadas en la memoria; si la persona se expone repetidamente a los estímulos modeladores, podrá reproducir imágenes duraderas y fácilmente recuperables.
- Reproducción: Consiste en transformar lo aprendido a conductas, las mismas que se perfeccionan mediante ajustes basados en la retroalimentación.
- Motivación: la repetición del modelo aprendido se realizará si la persona considera que los procesos anteriores son importantes, entonces empieza a generar expectativas tomando como base su sistema de creencias y valores, sobre las consecuencias de los modelos.

#### **2.2.4. Rendimiento Académico**

El rendimiento académico es la variable cuantificable que indica que se ha producido el aprendizaje. También podemos definir al rendimiento académico como la medición que se hace antes, durante y después del proceso de enseñanza con el propósito de determinar el logro de los aprendizajes de los estudiantes de una determinada asignatura.

Para Nováez (1986) el rendimiento académico es la cantidad o nota que obtiene el estudiante por realizar una actividad académica. El rendimiento académico se relaciona con la aptitud manifestándose en los actos afectivos de la persona,

Nováez también consideraba que era “la expresión de capacidades y de características psicológicas que se consiguen y potencian durante el proceso educativo permitiéndole la obtención de logros académicos”.

Por otro lado, Martínez V. (2002), define el rendimiento académico como el producto generado por los estudiantes en las instituciones educativas cuya expresión serán las calificaciones.

Entonces podemos afirmar que el rendimiento académico es el producto del aprendizaje que se adquiere en el medio educativo (en cualquiera de sus niveles) permitiendo la categorización del estudiante, tal es así que el alumno con calificaciones positivas en sus evaluaciones durante un ciclo o semestre poseerá un buen rendimiento académico.

#### **2.2.4.1. Factores que inciden en el rendimiento académico**

##### **Factores Internos**

De acuerdo con Quiroz (2001) los factores internos son aquellos que se relacionan con la parte psicológica o fisiológica del estudiante y cuyas manifestaciones son el autoesfuerzo, la motivación y predisposición al estudio, la inteligencia, los hábitos de estudio, la edad, el estado nutricional y de salud, así como problemas físicos o discapacidades que se pudiera tener.

El rendimiento académico será afectado por problemas emocionales, cansancio, hambre, sueño, enfermedad, etc., ya que el estudiante no podrá adquirir de manera adecuada su aprendizaje al estar afectado anímicamente o físicamente.

##### **Factores Externos**

Quiroz (2001) explica que los factores externos son los factores que provienen del ambiente como: el nivel socioeconómico, la zona de procedencia (rural o urbana), el tipo de familia, también se incluye entre estos las estrategias metodológicas docente, los recursos materiales (infraestructura, acceso a bibliografía, etc.) y que van a influir en el

rendimiento académico de forma positiva o negativa, en sus hábitos, pensamientos y conducta.

#### **2.2.4.2. Niveles del rendimiento académico**

El sistema educativo peruano considera tres niveles de rendimiento académico:

- **Rendimiento alto:** en este nivel se muestra que el estudiante ha logrado los aprendizajes previstos en el tiempo indicado, cuantitativamente se expresa en una calificación de quince a veinte (15 – 20).
- **Rendimiento medio:** en este nivel, se han conseguido un logro de aprendizaje parcial o está en proceso de adquirir dicho aprendizaje, le corresponde la calificación de once a catorce (11 -14).
- **Rendimiento bajo:** en este nivel se ubican aquellos alumnos que están en situación de inicio respecto a su aprendizaje o no han asimilado los contenidos del área o asignatura. Comprende las calificaciones entre 10 a menos.

#### **2.2.4.3. Características de rendimiento académico.**

García & Palacios (1991) estudiaron el rendimiento académico, caracterizándolo de la siguiente manera:

- Es un fenómeno dinámico que corresponde al proceso de aprendizaje, y se relaciona con la capacidad cognoscitiva y el esfuerzo del estudiante.
- El rendimiento académico también es el producto del aprendizaje estudiantil indicando el grado de aprovechamiento de este.
- Tiene relación con la evaluación y permite la reflexión respecto a la calidad del aprendizaje y la adopción de estrategias de retroalimentación.
- Es un medio que permite obtener información del aprendizaje más que ser el propósito del proceso.

#### 2.2.4.4. Tipos de rendimiento académico

Pacheco (2012) identificó cinco tipos de rendimiento académico:

- a) Suficiente insatisfactorio, aquí a pesar de que el estudiante no muestra esfuerzo ni interés en su aprendizaje cumple con el nivel requerido.
- b) Suficiente satisfactorio, existe relación directa entre el esfuerzo y el logro del nivel exigido.
- c) Insuficiente satisfactorio, aunque el estudiante se esfuerza por obtener los niveles exigidos, no lo consigue y su rendimiento es bajo.
- d) Insuficiente e insatisfactorio, el estudiante no manifiesta esfuerzo ni se interesa por alcanzar los niveles de logro requeridos y sus calificaciones son bajas.

### 2.3. Definición de términos básicos

- **Programa:** es una serie de emisiones que son transmitidas por un medio de comunicación (televisión o radio) estructuralmente constan de un conjunto de bloques con contenido audiovisual agrupados bajo un título, los programas responden a diferentes finalidades como entretenimiento o informar a la comunidad.
- **Realities:** tipo de show televisivo en el que se presentan situaciones o acontecimientos cotidianos, el elenco está conformado por personas que hasta ese momento eran desconocidas al medio o no eran actores de profesión y que no siguen un guion escrito con anterioridad. En los realities se busca enfatizar los aspectos dramáticos, confrontaciones y conflictos de la vida de los personajes, teniendo cierta similitud con los documentales.
- **Percepción:** Capacidad de las personas de obtener información del medio que lo rodea a través de los sentidos y que le permite relacionarse e interactuar con su entorno.

- **Percepción de los programas realities:** valoración que realiza la persona del contenido de un determinado show televisivo (realities de competencia). Puede ser positiva (aceptación) o negativa (rechazo); de acuerdo a la internalización y significatividad otorgada puede incluirlos como referentes conductuales y de socialización.
- **Mensaje:** contenido o información explícita e implícita que se observa en los realities de competencia.
- **Lenguaje:** habilidad de las personas para poder comunicar sus ideas, sentimientos, emociones de forma verbal y no verbal, se relaciona con la personalidad y el contexto en el que se desenvuelve.
- **Presentación personal:** arreglo que incluye el tipo de vestimenta y peinado con el que se muestra una persona.
- **Relaciones interpersonales:** tipo de vínculo o asociación entre dos o más personas, ya sean parientes o no; basadas en el interés propio o común y se relacionan con sentimientos de amor, amistad, camaradería, etc.
- **Rendimiento académico:** resultado cuantitativo del aprendizaje, puede ser alto, medio o bajo y representa a la calificación que el estudiante obtiene al término de un ciclo o semestre en un área determinada.

## 2.4. Sistema de Hipótesis

### a) General:

Existe relación positiva entre la percepción de los programas realities y el rendimiento académico de los estudiantes de la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, 2019 – 10.

**b) Específicas:**

Los estudiantes de la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego mantienen una percepción positiva hacia los programas realities, aceptando e imitando los estilos conductuales observados.

Existe niveles medios a bajos en la variable rendimiento académico de los estudiantes de la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, 2019 - 10.

**c) Variables**

- **Variable 1:**  
Percepción de los Programas realities.
  
- **Variable 2:**  
Rendimiento académico.

### Operacionalización de variables

VARIABLE 1	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA
Percepción de los Programas realities	Capacidad de las personas de obtener información del medio que lo rodea a través de los sentidos y que le permite relacionarse e interactuar con su entorno.	Valoración que tienen las personas respecto a los programas realities, involucra su nivel de aceptación del contenido visualizado.	Mensaje	Violencia	Considero que los participantes de estos programas hacen uso de la agresividad y violencia en sus interacciones con los demás.	Cuestionario	Negativo: 3 - 6 Positivo: 7 - 9 Muy Positivo: 10 - 12
				Alienación	Creo que estos programas no contribuyen a fortalecer la identidad nacional.  Pienso que los contenidos de estos programas dan más importancia a modas extranjeras que a la cultura peruana.		
			Lenguaje	Uso de apodos	Pienso que es adecuado que en estos programas se usen apodos o jergas al hablar o dirigirse a otros participantes.		Negativo: 3 - 6 Positivo: 7 - 9 Muy Positivo: 10 - 12
				Términos formales	Siento que los participantes de estos programas emplean un lenguaje apropiado para un medio de comunicación (televisión).		
				Frases inapropiadas	Estoy conforme con que los participantes utilicen palabras o términos vulgares o insultantes entre ellos.		

			Presentación personal	Vestido	Pienso que la vestimenta de los competidores es adecuada para las tareas que realizan en el programa.		Negativo: 3 - 6 Positivo: 7 - 9 Muy Positivo: 10 - 12	
				Corte de pelo	Me gusta el estilo de corte de cabello de los participantes.			
				Tatuajes	Me parece que el hecho de que los participantes estén tatuados ha influido en la aceptación de los tatuajes por parte de los jóvenes y adolescentes.			
			Relaciones interpersonales	Entre competidores	He observado constantes faltas de respeto ente los competidores.			Negativo: 3 - 6 Positivo: 7 - 9 Muy Positivo: 10 - 12
				Con el grupo.	Considero que hay presencia de conflictos entre los miembros del equipo.			
				Con la familia.	Pienso que estos programas influyen en que los televidentes no logren mantener una relación armoniosa con su familia.			

<b>VARIABLE 2</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>ESCALA</b>
Rendimiento académico	Producto del aprendizaje que se adquiere en el medio educativo (en cualquiera de sus niveles) y se expresa mediante un calificativo o nota.	Resultado cuantitativo del aprendizaje, puede ser alto, medio o bajo y representa a la calificación que el estudiante obtiene al término de un ciclo o semestre en un área determinada.	Rendimiento académico bajo	Calificaciones comprendidas entre 0 a 10 producto de las evaluaciones durante todo el semestre evidenciadas en el promedio semestral de la asignatura y contenidas en el registro de evaluación.	Registro de evaluación	0 a 10
			Rendimiento académico medio	Calificaciones comprendidas entre 11 a 14 producto de las evaluaciones durante todo el semestre evidenciadas en el promedio semestral de la asignatura y contenidas en el registro de evaluación.		11 a 14
			Rendimiento académico alto	Calificaciones comprendidas entre 15 a 20 producto de las evaluaciones durante todo el semestre evidenciadas en el promedio semestral de la asignatura y contenidas en el registro de evaluación.		15 20

### III. METODOLOGÍA EMPLEADA

#### 3.1. Población y muestra de estudio

##### 3.1.1. Población

El universo poblacional se constituyó por 66 estudiantes pertenecientes a Ciencias de la Comunicación, asistentes al curso de Sociología de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, distribuidos de acuerdo al siguiente cuadro:

*Tabla 1: Distribución de estudiantes de Ciencias de la Comunicación – UPAO, Trujillo*

CICLO	Estudiantes		Total
	Hombres	Mujeres	
<b>Segundo</b>	25	31	56
<b>TOTAL</b>	25	31	56

Fuente: Nómina de matrícula 2019.

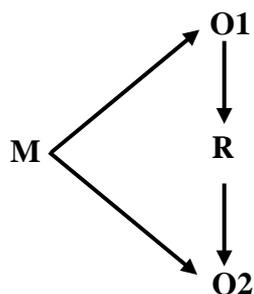
##### 3.1.2. Muestra

La muestra se conformó por la totalidad de la población.

#### 3.2. Diseño de Contrastación

La presente investigación corresponde a un tipo de estudio no experimental porque no hay manipulación de las variables de estudio, con un diseño descriptivo correlacional de corte transversal que buscó determinar la correlación entre las variables de investigación (percepción de los programas de realities show de competencia y rendimiento académico)

El esquema del diseño es el siguiente:



- M:** Estudiantes de la UPAO
- O1:** Percepción de los Programas realities
- O2:** Rendimiento académico
- R:** Correlación entre variables

### **3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de Recolección de datos**

- Técnica

Se aplicó una encuesta con la finalidad de contar con los datos necesario en relación a la percepción de los Programas realities.

La observación con la intención de recoger información directa de un determinado evento o situación.

- Instrumentos

- o **Cuestionario de Percepción de los Programas realities**

El cuestionario de percepción de los programas realities, es un instrumento estructurado por 15 ítems que se evalúan mediante la utilización de una escala tipo Likert (nunca, a veces, con frecuencia y siempre)

Este cuestionario permite la recolección de información de los niveles de percepción de los estudiantes universitarios en cuatro dimensiones: mensaje, lenguaje, presentación personal y relaciones interpersonales.

La dimensión de mensaje abarca los ítems 1,2 y 3, con una puntuación mínima de 3 y máxima de 12, mide la valoración del estudiante hacia el tipo de información que observa en los realities de competencia tales como la exaltación de conductas violentas y alineación cultural.

En la dimensión lenguaje, se agrupan los ítems 4,5 y 6, con puntuaciones similares a la primera, evalúa el estilo o forma de lenguaje observado en este tipo de programas.

La dimensión de presentación personal está conformada por los ítems 7,8 y 9 y mide la aceptación de los estudiantes hacia el estilo de vestir y peinado regularmente usado por los participantes de los realities.

La dimensión de relaciones interpersonales, agrupa los ítems 10, 11 y 12, busca determinar la percepción respecto a las conductas predominantes en estos programas.

### **Confiabilidad y validez del Cuestionario de percepción**

Para determinar la confiabilidad del instrumento, se aplicó una prueba piloto a 10 estudiantes con características similares a las de la muestra obteniendo el siguiente resultado:

*Tabla 2: Confiabilidad del Cuestionario de Percepción de los Programas Realities*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	12

- Registro de evaluación, a través del cual se tomaron en cuenta los resultados del rendimiento académico, considerando el promedio de las diversas evaluaciones realizadas durante el ciclo académico.

### **3.4. Procedimiento de recolección de información**

Se elaboró el instrumento de recojo de información para luego captar los datos de acuerdo a la variable percepción de los Programas realities, así como de la variable Rendimiento académico, los mismos que utilizando el programa Microsoft Office Excel se tabularon para posteriormente ser sistematizados y representados mediante gráficos.

### **3.5. Diseño de procesamiento y análisis de datos**

El método que se aplicó para el análisis y tratamiento estadístico respectivo es: Utilizando la estadística descriptiva, y el software estadístico SPSS versión 24.0 que permitió exponer la información obtenida en tablas de frecuencias y gráficos con su respectivo análisis e interpretación.

Además, se utilizaron medidas de tendencia central y medidas de dispersión. Las mismas que se detallan a continuación:

### A. Medidas de Tendencia Central.

Se usaron para registrar las características correspondientes a la distribución de los datos. También llamadas medidas de posición, debido a que señalan el punto medio de una determinada distribución.

En la presente investigación se empleó:

- **Media Aritmética.**

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i f_i}{n}$$

Dónde:

$X$  = Media Aritmética.

$X_i$  = Marca de Clase.

$f_i$  = Frecuencia Relativa.

$n$  = Total de Muestra.

### B. Medidas de Dispersión.

Se utilizaron para conocer y ubicar valores próximos o lejanos de los datos en función a sus valores centrales.

- **Desviación Estándar (S).** permitió localizar las puntuaciones de una distribución de frecuencias en base a la media aritmética.

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^m (X_i - \bar{X})^2 * f_i}{n - 1}}$$

Dónde:

$S$  = Desviación Estándar.

$f_i$  = Frecuencia Simple.

$X_i$  = Marca de Clase.

$X$  = Media Aritmética.

$n$  = Tamaño de la Muestra.

### C. Pruebas de contrastación de hipótesis

Se empleó para demostrar adecuadamente si la hipótesis de investigación es falsa o verdadera.

- **Correlación C de Pearson:** es una medida lineal entre dos variables cuantitativas, que se utiliza para medir el grado de relación de dos variables cuantitativas y continuas.

Su fórmula es:

$$\rho_{X,Y} = \frac{\sigma_{XY}}{\sigma_X \sigma_Y}$$

Donde:

$\sigma_{XY}$  = Covarianza de X, Y

$\sigma_X$  = Desviación estándar de X

$\sigma_Y$  = Desviación estándar de Y

#### IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.

##### 4.1. Análisis e interpretación de los datos

*Tabla 3: Tabla de los puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación con respecto al cuestionario de percepción de los programas realities de competencia*

N° SUJETOS	PUNTAJE X	(X - X)	(X - X) <sup>2</sup>	N° SUJETOS	PUNTAJE X	(X - X)	(X - X) <sup>2</sup>
1	26	-3.518	12.38	29	21	-8.518	72.55
2	30	0.482	0.23	30	29	-0.518	0.27
3	34	4.482	20.09	31	21	-8.518	72.55
4	27	-2.518	6.34	32	33	3.482	12.13
5	40	10.482	109.88	33	34	4.482	20.09
6	18	-11.518	132.66	34	23	-6.518	42.48
7	20	-9.518	90.59	35	40	10.482	109.88
8	19	-10.518	110.63	36	37	7.482	55.98
9	38	8.482	71.95	37	34	4.482	20.09
10	31	1.482	2.20	38	22	-7.518	56.52
11	37	7.482	55.98	39	24	-5.518	30.45
12	23	-6.518	42.48	40	22	-7.518	56.52
13	35	5.482	30.05	41	33	3.482	12.13
14	33	3.482	12.13	42	35	5.482	30.05
15	34	4.482	20.09	43	23	-6.518	42.48
16	31	1.482	2.20	44	39	9.482	89.91
17	33	3.482	12.13	45	34	4.482	20.09
18	35	5.482	30.05	46	16	-13.518	182.73
19	23	-6.518	42.48	47	19	-10.518	110.63
20	39	9.482	89.91	48	32	2.482	6.16
21	36	6.482	42.02	49	35	5.482	30.05
22	26	-3.518	12.38	50	18	-11.518	132.66
23	20	-9.518	90.59	51	17	-12.518	156.70
24	25	-4.518	20.41	52	34	4.482	20.09
25	39	9.482	89.91	53	31	1.482	2.20
26	31	1.482	2.20	54	34	4.482	20.09
27	32	2.482	6.16	55	25	-4.518	20.41
28	38	8.482	71.95	56	35	5.482	30.05
				<b>TOTAL</b>	<b>Σ=1653</b>	<b>Σ=2685.98214</b>	

**FUENTE: CUESTIONARIO**

## MEDIDAS ESTADÍSTICAS:

### 1. MEDIA ARITMÉTICA:

$$X = \frac{\sum X_i}{n}$$
$$X = \frac{1653}{56}$$
$$X = 29.518$$

### 2. VARIANZA:

$$S^2 = \frac{\sum (X_1 - X)^2}{n - 1}$$
$$S^2 = \frac{2685.98214}{55}$$
$$S^2 = 48.8360$$

### 3. DESVIACIÓN ESTÁNDAR:

$$D.S = \sqrt{\frac{\sum (X_1 - X)^2}{n - 1}}$$
$$D.S = \sqrt{\frac{2685.98214}{55}}$$
$$D.S = \sqrt{48.8360}$$
$$D.S = 6.988$$

### 4. COEFICIENTE DE VARIABILIDAD:

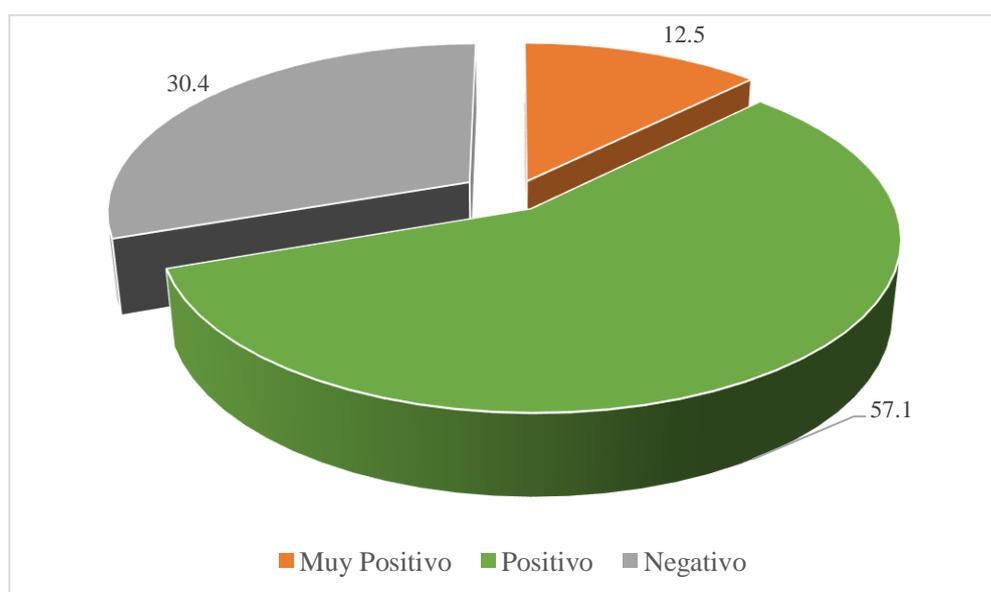
$$CV\% = \frac{100(D.S)}{X}$$
$$CV\% = \frac{100(6.988)}{29.518}$$
$$CV\% = 23.675\%$$

## Resultados del Pre –Prueba por Indicadores:

*Tabla 4: Puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación en la Percepción de los programas realities referente al indicador “Mensaje”*

NIVELES	fi	fi%
<b>NIVEL MUY POSITIVO 10 - 12</b>	<b>07</b>	<b>12.5</b>
<b>NIVEL POSITIVO 7 – 9</b>	<b>32</b>	<b>57.1</b>
<b>NIVEL NEGATIVO 3 – 6</b>	<b>17</b>	<b>30.4</b>
<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma=56</math></b>	<b><math>\Sigma=100</math></b>

FUENTE: CUESTIONARIO



FUENTE: TABLA N° 4

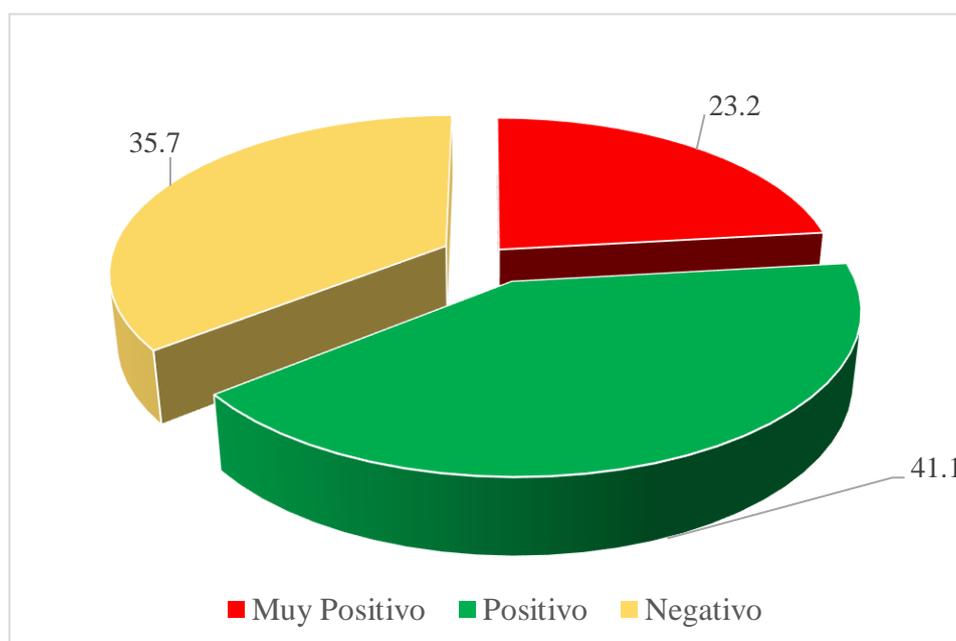
### INTERPRETACIÓN DEL GRÁFICO

El 30.4% presenta un nivel negativo, 57.1% de los estudiantes evaluados presentan un nivel positivo de percepción al mensaje de los programas realities; mientras tanto el 12.5% de los alumnos presentan un nivel muy positivo.

**Tabla 5:** Puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación en la Percepción de los programas realities referente al indicador “Lenguaje”

NIVELES DE LOGRO	fi	fi%
<b>NIVEL MUY POSITIVO 10 - 12</b>	<b>13</b>	<b>23,2</b>
<b>NIVEL POSITIVO 7 - 9</b>	<b>23</b>	<b>41,1</b>
<b>NIVEL NEGATIVO 3 - 6</b>	<b>20</b>	<b>35,7</b>
<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma=56</math></b>	<b><math>\Sigma=100</math></b>

**FUENTE: CUESTIONARIO**



**FUENTE: TABLA N° 5**

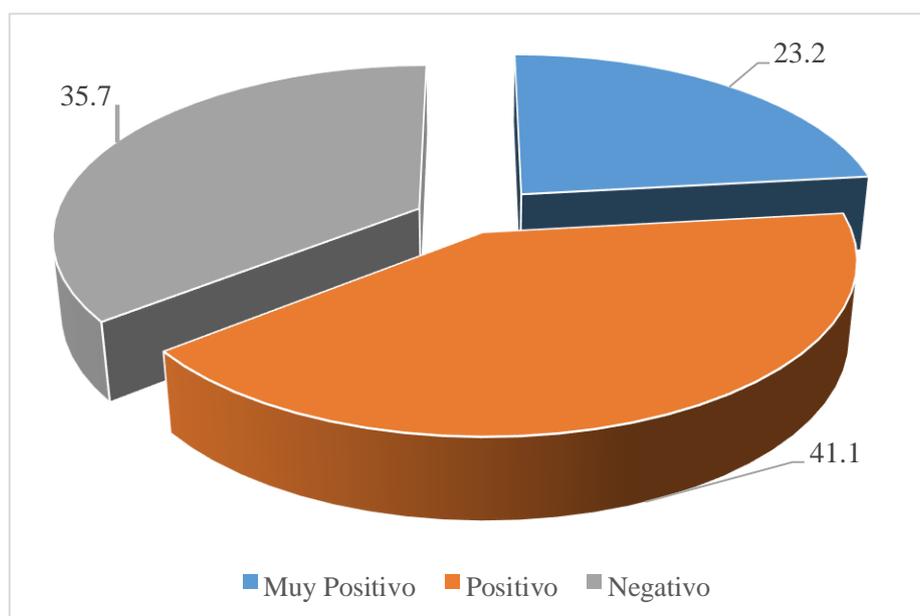
### **INTERPRETACIÓN DEL GRÁFICO**

El 35.7% presenta un nivel negativo, 41.1% de los alumnos evaluados presentan un nivel positivo de percepción al lenguaje de los realities de competencia. Mientras tanto el 23.2% de los alumnos presentan un nivel muy positivo.

**Tabla 6:** Puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación en la Percepción de los programas realities referente al indicador “Presentación”

NIVELES DE LOGRO	fi	fi%
<b>NIVEL MUY POSITIVO 10 - 12</b>	<b>13</b>	<b>23,2</b>
<b>NIVEL POSITIVO 7 - 9</b>	<b>23</b>	<b>41,1</b>
<b>NIVEL NEGATIVO 3 - 6</b>	<b>20</b>	<b>35,7</b>
<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma=56</math></b>	<b><math>\Sigma=100</math></b>

**FUENTE: CUESTIONARIO**



**FUENTE: TABLA N° 6**

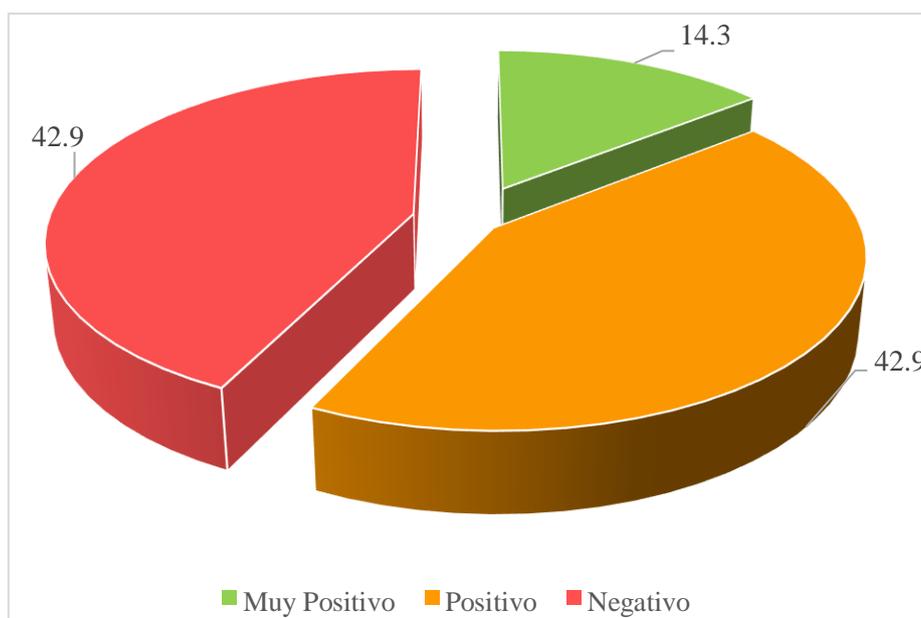
### **INTERPRETACIÓN DEL GRÁFICO**

El 23.2% presenta un nivel muy positivo, el 41.1% de los alumnos evaluados presentan un nivel positivo de percepción a la presentación personal de los participantes de los programas de realities y el 35.7% presenta un nivel negativo.

**Tabla 7:** Puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación en la Percepción de los programas realities referente al indicador “Relaciones Interpersonales”

NIVELES DE LOGRO	fi	fi%
<b>NIVEL MUY POSITIVO 10 - 12</b>	<b>8</b>	<b>14,3</b>
<b>NIVEL POSITIVO 7- 9</b>	<b>24</b>	<b>42,9</b>
<b>NIVEL NEGATIVO 3- 6</b>	<b>24</b>	<b>42,9</b>
<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma=56</math></b>	<b><math>\Sigma=100</math></b>

**FUENTE: CUESTIONARIO**



**FUENTE: TABLA N° 7**

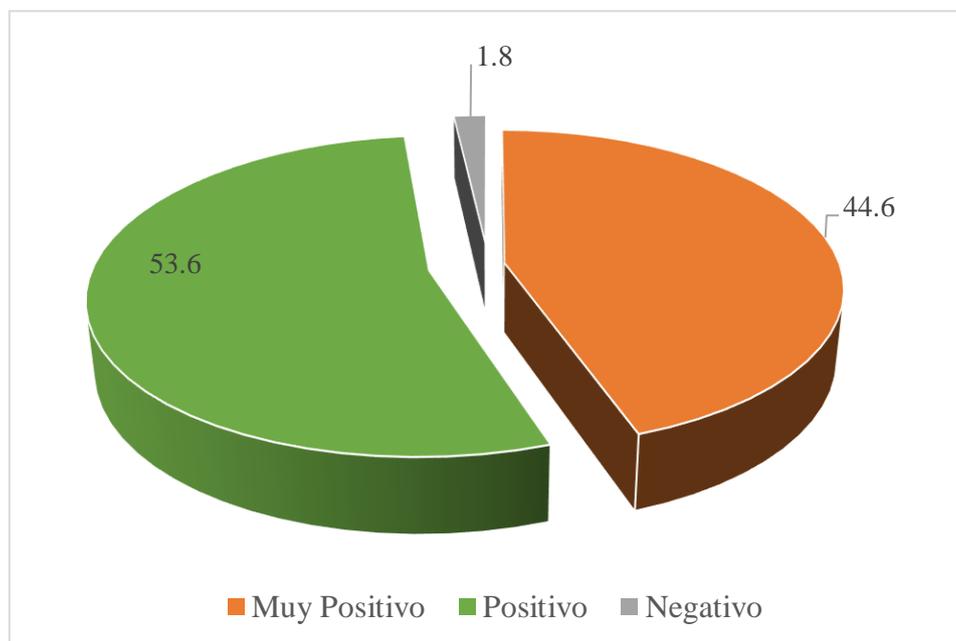
### **INTERPRETACIÓN DEL GRÁFICO**

Se puede observar que el 14.3% presenta un nivel muy positivo, el 42.9% de los estudiantes participantes del estudio presentaron un nivel positivo de percepción a las relaciones interpersonales que se observan en los realities show y el 42.9 % de los alumnos presentan un nivel negativo.

**Tabla 8:** Puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación en la Percepción General de los programas realities

NIVELES DE LOGRO	fi	fi%
<b>NIVEL MUY POSITIVO 33 - 48</b>	<b>25</b>	<b>44,6</b>
<b>NIVEL POSITIVO 17 - 32</b>	<b>30</b>	<b>53,6</b>
<b>NIVEL NEGATIVO 12 - 16</b>	<b>1</b>	<b>1,8</b>
<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma=10</math></b>	<b><math>\Sigma=100</math></b>

**FUENTE: CUESTIONARIO**



**FUENTE: TABLA N.º 8**

### **INTERPRETACIÓN DEL GRÁFICO**

Se puede observar que el 44.6% de los estudiantes presentan un nivel un nivel muy positivo de percepción frente a los programas realities de competencia, 53.6% de los alumnos evaluados presentan un nivel positivo y el 1.8% de los alumnos presentan un nivel negativo.

**Tabla 9:** Tabla de los puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación en el Rendimiento Académico

N° SUJETOS	PUNTAJE X	(X - X)	(X - X)2	N° SUJETOS	PUNTAJE X	(X - X)	(X - X)2
1	13	0.411	0.17	29	14	1.411	1.99
2	12	-0.589	0.35	30	13	0.411	0.17
3	12	-0.589	0.35	31	15	2.411	5.81
4	14	1.411	1.99	32	11	-1.589	2.53
5	12	-0.589	0.35	33	12	-0.589	0.35
6	12	-0.589	0.35	34	14	1.411	1.99
7	13	0.411	0.17	35	11	-1.589	2.53
8	14	1.411	1.99	36	13	0.411	0.17
9	15	2.411	5.81	37	12	-0.589	0.35
10	13	0.411	0.17	38	15	2.411	5.81
11	11	-1.589	2.53	39	14	1.411	1.99
12	12	-0.589	0.35	40	15	2.411	5.81
13	10	-2.589	6.70	41	12	-0.589	0.35
14	11	-1.589	2.53	42	11	-1.589	2.53
15	12	-0.589	0.35	43	13	0.411	0.17
16	13	0.411	0.17	44	10	-2.589	6.70
17	10	-2.589	6.70	45	12	-0.589	0.35
18	11	-1.589	2.53	46	16	3.411	11.63
19	14	1.411	1.99	47	16	3.411	11.63
20	11	-1.589	2.53	48	12	-0.589	0.35
21	12	-0.589	0.35	49	12	-0.589	0.35
22	14	1.411	1.99	50	14	1.411	1.99
23	13	0.411	0.17	51	14	1.411	1.99
24	12	-0.589	0.35	52	12	-0.589	0.35
25	12	-0.589	0.35	53	14	1.411	1.99
26	14	1.411	1.99	54	11	-1.589	2.53
27	12	-0.589	0.35	55	12	-0.589	0.35
28	11	-1.589	2.53	56	10	-2.589	6.70
				TOTAL	$\Sigma=705$	) = 125.5535714	

FUENTE: CUESTIONARIO

## MEDIDAS ESTADÍSTICAS:

### 1. MEDIA ARITMÉTICA:

$$X = \frac{\sum X_i}{n}$$
$$X = \frac{705}{56}$$
$$X = 12.589$$

### 2. VARIANZA:

$$S^2 = \frac{\sum (X_1 - X)^2}{n - 1}$$
$$S^2 = \frac{125.5535714}{55}$$
$$S^2 = 2.282792208$$

### 3. DESVIACIÓN ESTÁNDAR:

$$D.S = \sqrt{\frac{\sum (X_1 - X)^2}{n - 1}}$$
$$D.S = \sqrt{\frac{125.5535714}{55}}$$
$$D.S = \sqrt{2.282792208}$$
$$D.S = 1.511$$

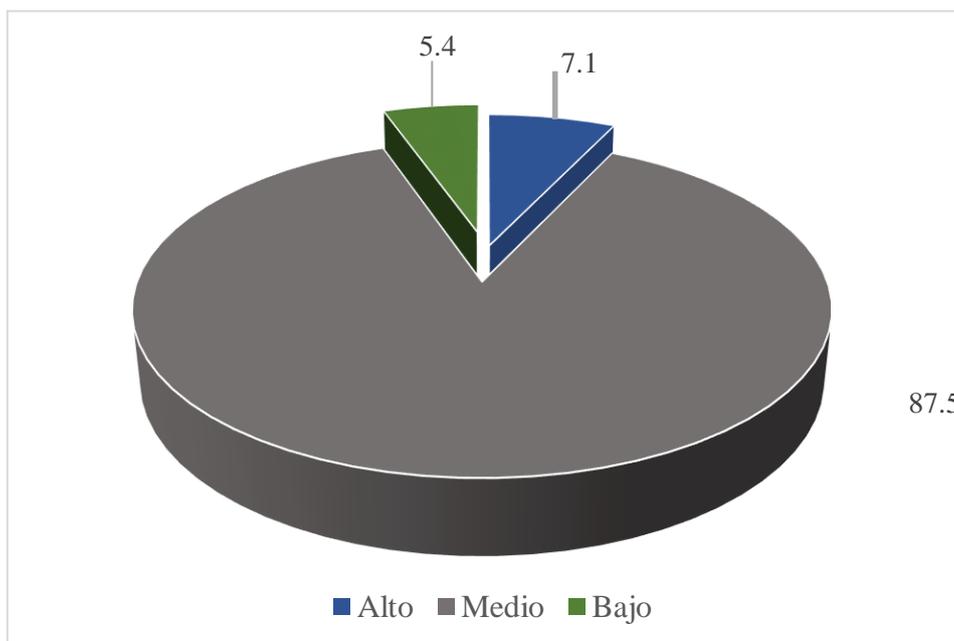
### 4. COEFICIENTE DE VARIABILIDAD:

$$CV\% = \frac{100(D.S)}{x}$$
$$CV\% = \frac{100(1.511)}{12.589}$$
$$CV\% = 12.001\%$$

**Tabla 10:** Puntajes obtenidos por los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación en el Rendimiento Académico

NIVELES DE LOGRO	fi	fi%
<b>NIVEL ALTO 15 - 20</b>	<b>4</b>	<b>7,1</b>
<b>NIVEL MEDIO 11 - 14</b>	<b>49</b>	<b>87,5</b>
<b>NIVEL BAJO 0 -10</b>	<b>3</b>	<b>5,4</b>
<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma=56</math></b>	<b><math>\Sigma=100</math></b>

**FUENTE: REGISTRO DE EVALUACIÓN**



**FUENTE: TABLA N.º 10**

### **INTERPRETACIÓN DEL GRÁFICO**

El 5.4% presenta un nivel bajo, 87.5% de los alumnos evaluados presentan un rendimiento académico medio. Mientras tanto el 7.1% de los alumnos presentan un nivel alto.

## 4.2. Docimasia de hipótesis

*Tabla 11: Tabla de resultados obtenidos por los estudiantes Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación para la variable Percepción a los programas realities y Rendimiento Académico*

Nº SUJETOS	PERCEPCIÓN	RENDIMIENTO ACADÉMICO	Nº SUJETOS	PERCEPCIÓN	RENDIMIENTO ACADÉMICO
1	26	13	28	21	14
2	30	12	30	29	13
3	34	12	31	21	15
4	27	14	32	33	11
5	40	12	33	34	12
6	18	12	34	23	14
7	20	13	35	40	11
8	19	14	36	37	13
9	38	15	37	34	12
10	31	13	38	22	15
11	37	11	39	24	14
12	23	12	40	22	15
13	35	10	41	33	12
14	33	11	42	35	11
15	34	12	43	23	13
16	31	13	44	39	10
17	33	10	45	34	12
18	35	11	46	16	16
19	23	14	47	19	16
20	39	11	48	32	12
21	36	12	49	35	12
22	26	14	50	18	14
23	20	13	51	17	14
24	25	12	52	34	12
25	39	12	53	31	14
26	31	14	54	34	11
27	32	12	55	25	12
28	38	11	56	35	10
			<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma = 1653</math></b>	<b><math>\Sigma = 705</math></b>

**FUENTE: CUESTIONARIO DE RECEPTIVIDAD Y FICHA DE REGISTRO**

**PARA EL RENDIMIENTO ACADÉMICO**

## FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS:

$$H_0: r_{xy} = 0$$

La relación que existe entre la percepción de los programas realities de competencia con el rendimiento académico es negativa.

$$H_1: r_{xy} \neq 0$$

La relación que existe entre la percepción de los programas realities de competencia con el rendimiento académico es positiva.

### 1. DETERMINACIÓN DEL GRADO DE LIBERTAD:

$$Gl = (n_1 - 2)$$

$$Gl = 56 - 2$$

$$Gl = 54$$

### 2. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA:

#### 3.1. Para un Nivel De Significancia al 5%:

$$A = 0.05$$

$$Gl_{(54)} = 0.263$$

#### 3.2. Para un nivel de significancia al 1%:

$$A = 0.01$$

$$Gl_{(54)} = 0.341$$

### 3. DETERMINACIÓN DEL ESTADÍSTICO PRUEBA:

#### 4.1. Cálculo de la media marginal de X:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^{56} X_i}{N}$$

$$\bar{X} = \frac{1653}{56}$$

$$\bar{X} = 29.518$$

#### 4.2. Cálculo de la media marginal de Y:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^{56} Y_i}{N}$$

$$\bar{X} = \frac{705}{56}$$

$$\bar{X} = 12.589$$

#### 4.3. Desviación Estándar de X:

$$D.S = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

$$D.S = \sqrt{\frac{2685.98214}{55}}$$

$$D.S = \sqrt{48.8360}$$

$$D.S = 6.988$$

#### 4.4. Desviación Estándar de Y:

$$D.S = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

$$D.S = \sqrt{\frac{125.5535714}{55}}$$

$$D.S = \sqrt{2.282792208}$$

$$D.S = 1.511$$

#### 4.5. Cálculo de la Covarianza:

$$\sigma_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^{56} X_i Y_i}{N} - \bar{x} \bar{y}$$

$$\sigma_{xy} = \frac{20414}{56} - (29.518)(12.589)$$

$$\sigma_{xy} = 364.5357143 - 371.6087372$$

$$\sigma_{xy} = -7.073022959$$

#### 4.6. Cálculo del Coeficiente de Correlación de Pearson

$$r = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x \sigma_y}$$
$$r = \frac{-7.073022959}{6.988 * 1.511}$$
$$r = \frac{-7.073022959}{10.558868}$$
$$r = -0.6699$$

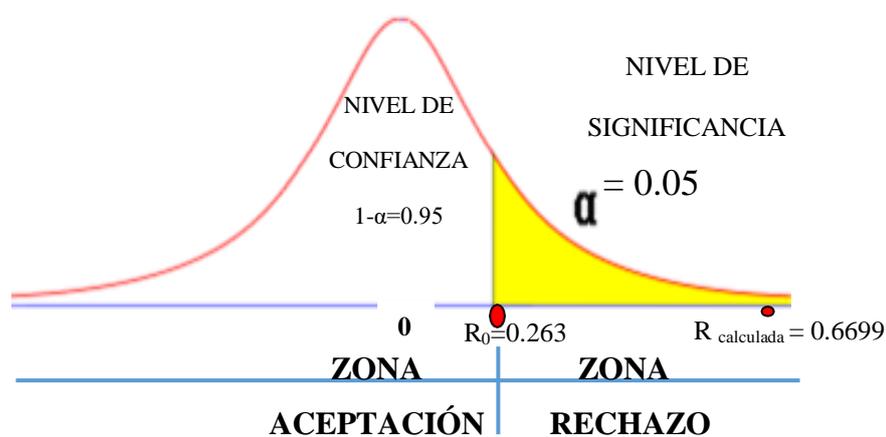
#### 4. VALIDACIÓN DEL ESTADÍSTICO PRUEBA Y PUNTOS CRÍTICOS:

$\Gamma$  calculada  $\geq$   $\Gamma$  crítica    **7** se rechaza la hipótesis nula

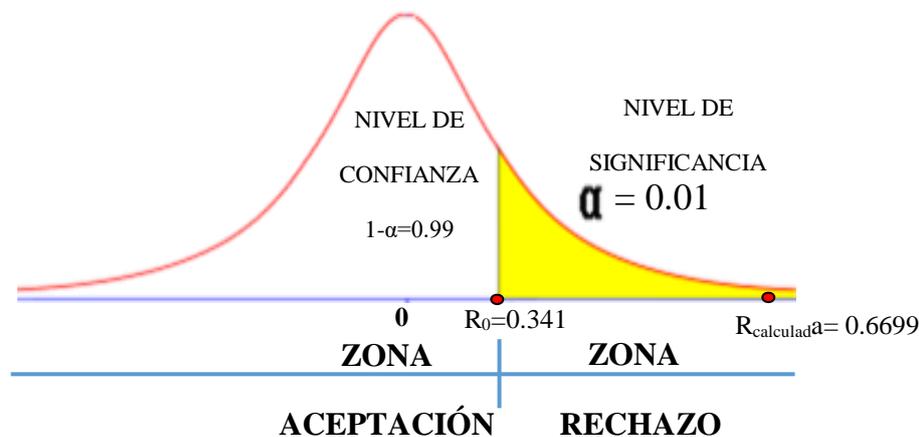
- a) Para un nivel de significancia de 0.05:  $0.6699 \geq 0.263$
- b) Para un nivel de significancia de 0.01:  $0.6699 \geq 0.341$

#### 5. REPRESENTACIÓN GRÁFICA:

##### 6.1. Para un nivel de significancia del 5%:



##### 6.2. Para un nivel de significancia del 1%:



## 6. INTERPRETACIÓN DEL GRÁFICO:

El valor -0.6699 obtenido al aplicar el estadístico prueba se encuentra en la zona de rechazo; por lo cual se rechaza la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y aceptamos la Hipótesis Alterna ( $H_1$ ), indicando que existe una correlación significativa e inversa entre la percepción de los estudiantes a los programas realities de competencia y el rendimiento académico, mostrando que mientras más positiva sea la percepción de los estudiantes, su rendimiento académico será menor.

*Tabla 12: Resultados comparativos en relación a la contrastación de hipótesis obtenidos en la muestra de estudio*

<b>HIPÓTESIS</b>	$H_0: r_{xy} = 0$ La relación que existe entre la percepción de los programas realities de competencia con el rendimiento académico es negativa.	
	$H_1: r_{xy} \neq 0$ La relación que existe entre la percepción de los programas realities de competencia con el rendimiento académico es positiva.	
<b>GRADO DE LIBERTAD</b>	$Gl = (n_1 - 2)$ $Gl = 54$	
<b>NIVEL DE SIGNIFICANCIA</b>	<b>Para Un Nivel De Significancia Al 5%:</b> $\alpha = 0.05$ $Gl_{(54)} = 0.263$	
	<b>Para un nivel de significancia al 1%:</b> $\alpha = 0.01$ $Gl_{(54)} = 0.341$	
<b>ESTADÍSTICO PRUEBA</b>	$\bar{X}_x = 29.518$	$\bar{X}_y = 12.589$
	$D. S_x = 6.988$	$D. S_y = 1.511$
	$\sigma_{xy} = -7.07$	$r = -0.6699$
<b>INTERPRETACIÓN DE LA HIPÓTESIS</b>	El valor -0.6699 obtenido al aplicar el estadístico prueba se encuentra en la zona de rechazo; por lo cual se rechaza la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y aceptamos la Hipótesis Alterna ( $H_1$ ), indicando que existe una relación positiva entre la percepción de los estudiantes a los programas realities de competencia y el rendimiento académico, mostrando que mientras más positiva sea la percepción, su rendimiento académico será menor.	

## V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

De acuerdo con la lectura de los cuadros y gráficos sobre los resultados obtenidos al aplicar los instrumentos de recolección de información sobre las variables en estudio, se ha determinado que existe una correlación inversa significativa entre la Percepción de los programas realities y el Rendimiento Académico de los estudiantes de sociología de la comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego; es decir mientras más positivo es el nivel de percepción menor es el rendimiento académico de los estudiantes. La relación es de -0.67, mostrando que ambas variables se correlacionan de forma significativa, aunque inversa, tal como se observa en las fórmulas aplicadas en la correlación de Pearson a través de puntuaciones.

A continuación, haremos un análisis de los resultados de cada una de nuestras variables de estudio:

La Variable *Percepción de los programas realities* en los alumnos de Sociología de la Comunicación del segundo ciclo de la Carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego se ha evaluado, realizando el análisis a través de los siguientes Indicadores:

- Mensaje
- Lenguaje
- Presentación personal
- Relaciones interpersonales

La información obtenida del cuestionario aplicado a los estudiantes de Sociología de la Comunicación del segundo ciclo de la Carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego muestra que ellos tienen una percepción positiva ante los programas realities de competencia, ya que, en las puntuaciones de la escala, nos encontramos con una **Media Aritmética de 29.51**. Como se puede apreciar por los resultados adquiridos, los estudiantes muestran un nivel positivo de aceptación hacia los realities show, identificándose con ciertas conductas, apariencia personal y estatus de los participantes de estos programas.

De la misma forma, si observamos los resultados generales podemos notar que el 57.1% se ubica en el nivel muy positivo, un 37.5% en niveles positivos y solo un escaso 5.4% tiene una percepción negativa. Estos datos nos revelan una gran aceptación por parte de los estudiantes ante los realities show de competencia.

Al realizar el análisis por indicadores se observa una tendencia hacia los niveles positivos de receptividad: Mensaje (57.1%), Lenguaje (41.1%), Presentación (41.1%) y Relaciones interpersonales (42.9%), sin embargo en este último indicador un porcentaje similar mantiene una percepción negativa, observándose que los estudiantes participantes del estudio muestran mayor aceptación hacia la apariencia física de los participantes, el tipo de lenguaje que emplean pero también reconocen las deficiencias en las relaciones que se observan dentro de los programas realities, indicativo de la presencia de una actitud crítica por parte de ellos.

Los resultados obtenidos nos demuestran que los alumnos de la asignatura de Sociología de la Comunicación del segundo ciclo de la Carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego muestran bastante predisposición hacia los programas realities de competencia; quizás a que han sido expuestos a ellos desde su niñez y adolescencia, sin embargo, un grupo menor no lo siente, ni lo percibe así, sugiriendo que los alumnos están analizando y reflexionando respecto a los contenidos de dichos programas y el impacto que tienen en su vida.

En el indicador *Mensaje*, que abarca el tipo de información que se brinda al espectador, evidentemente en los programas realities esta tiene un fin distractor o de entretenimiento, que se enfoca en cosas y situaciones de poca relevancia cultural por lo que es necesario reflexionar que para los propósitos y fines de la educación superior universitaria se requiere que los estudiantes puedan desarrollar sus competencias intelectuales y morales, además de fortalecer su identidad personal y social.

Respecto a la receptividad ante el lenguaje observado en estos programas, se observa que los jóvenes se identifican más con el uso informal adoptando el estilo de lenguaje observado en los realities en detrimento del lenguaje culto, siendo evidente en las expresiones coloquiales empleadas en el trato entre ellos o con algunos de sus docentes.

La receptividad ante la Presentación personal nos muestra que los jóvenes están adoptando los estilos de vestir y peinado que observan en los participantes de los

realities shows, especialmente porque al ser figuras públicas y aparecer en varios espacios televisivos como invitados, son referentes en cuanto a la moda actual.

Lo destacable en la información recogida está en el indicador *Relaciones Interpersonales* (37.5%), donde los estudiantes mostraron poca aceptación respecto a las actitudes y conflictos observados, rechazando los episodios de violencia verbal y física que en muchas ocasiones han visualizado en estos programas.

La segunda Variable **Rendimiento Académico** en los alumnos de Sociología de la Comunicación del segundo ciclo de la Carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego se ha evaluado, realizando el análisis a través de los siguientes Indicadores:

- Rendimiento académico bajo.
- Rendimiento académico medio.
- Rendimiento académico alto.

Los datos que tenemos nos muestran un perfil de rendimiento académico que podríamos calificar también como “**medio**”, ya que, en las puntuaciones de la escala, nos encontramos con una **Media Aritmética de 12.589**.

Si observamos los resultados generales podemos notar que el 87.5% se ubica en el nivel de medio, un 7.1% en alto y el 5.4 % en bajo, mostrándonos que los estudiantes mantienen calificaciones que fluctúan entre 11 a 14.

Al relacionar la Percepción de los Programas Realities de Competencia con los alumnos de Sociología de la Comunicación del segundo ciclo de la Carrera profesional de Ciencias de la Comunicación estas variables presentan una relación o dependencia altamente significativa, es decir que el nivel de percepción influye en el rendimiento académico estudiantil; como lo demuestra la prueba de contrastación de hipótesis con el estadístico C de Pearson con el puntaje de -0.6699 obtenido al aplicar el estadístico prueba se encuentra en la zona de rechazo; por lo cual se rechaza la Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>) y aceptamos la Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>), indicando que existe una correlación significativa e inversa entre la percepción de los estudiantes a los programas realities de competencia y el rendimiento académico, mostrando que aquellos estudiantes con percepciones positivas o muy positivas van a tener un menor rendimiento académico.

Asimismo, es importante comparar las conclusiones de los trabajos que se han considerado como antecedentes y establecer la relación con el nuestro.

- a. Concordamos con Balcázar (2017) cuando sostiene que los jóvenes estudiantes de 13 a 17 años de edad, del colegio Dr. Juan Francisco Ontaneda manifiestan una fuerte influencia de estos programas (realities show de competencia) en el desempeño académico estudiantil ya que logran persuadirlos mediante las imágenes o mensajes públicos dispuestos en el medio televisivo; y nosotros concluimos que los estudiantes del Segundo Ciclo la carrera de Ciencias de la Comunicación muestran percepciones positivas al mensaje, lenguaje y apariencia que observan en estos programas.
- b. Aceptamos las conclusiones de Cortez & Ticse (2014) quienes afirman que la visualización de estos programas afecta negativamente el comportamiento de los estudiantes, induciéndolos a la adopción de conductas violentas, agresivas, falta de atención, problemas con la autoridad, entre otros; el personal investigador afirma que la falta de atención producto de estos programas puede estar afectando el rendimiento académico.
- c. Coincidimos con Mixán (2012) quien concluye que la visualización de estos tipos de contenidos influye en la manera de pensar, en el comportamiento; además en su forma relacionarse adoptan el lenguaje coloquial que escuchan en ella, en este estudio, podemos establecer que los jóvenes se identifican más con el uso del lenguaje informal adoptando el estilo de lenguaje observado en los realities en detrimento del lenguaje culto.

## CONCLUSIONES

El nivel de percepción de los programas realities de los estudiantes de la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación, es muy positivo con un porcentaje de 44.6%, positivo en un 53.6% y solo un lejano 1.8 % tiene una percepción negativa. Estos datos nos indican que los estudiantes muestran niveles elevados de aceptación hacia los realities show, identificándose con ciertas conductas, apariencia personal y estatus de los participantes de estos programas. También las puntuaciones de la escala con una Media Aritmética de 29.518 nos permiten afirmar que la percepción mostrada hacia los programas realities de competencia es “positiva” indicando un alto grado de aceptación por parte de los estudiantes.

El perfil del rendimiento académico de los estudiantes tiene tendencia hacia los niveles medios como se refleja en las puntuaciones de la escala con una Media Aritmética de 12.589. Igualmente, en la observación de los resultados generales podemos notar que el 7.1% se ubica en el nivel alto, 87.5% está en el nivel medio y solo un 5.4 % en bajo.

El análisis de las variables en estudio ha permitido determinar que existe una correlación inversa significativa entre la percepción de los programas realities y el Rendimiento Académico de los estudiantes de la asignatura de Sociología de la Comunicación de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego; es decir mientras más positiva es la percepción que los estudiantes tengan de los realities de competencia, menor es el rendimiento académico de los estudiantes. La relación encontrada es de -0.67, mostrando que ambas variables se correlacionan de forma significativa, aunque inversa, tal como se observa en las fórmulas aplicadas en la correlación de Pearson a través de puntuaciones.

## RECOMENDACIONES

1. Promover en todas las instituciones educativas de todos los niveles (públicas y privadas) la sensibilización respecto a los contenidos televisivos que los estudiantes observan en su tiempo libre, la cantidad de horas que dedican a ver televisión y sobre todo el impacto de los programas como los realities show de competencia en la población infantil, adolescente y juvenil.
2. Monitorear permanentemente el aprendizaje de los estudiantes a partir de su rendimiento académico con el propósito de brindar el apoyo y asesoría necesaria y oportuna a aquellos alumnos con problemas de bajo rendimiento académico; de esta manera se favorecerá el aprendizaje y la formación de los jóvenes universitarios.
3. Implementar estrategias que permitan el desarrollo del análisis crítico en los estudiantes para que puedan evaluar e interpretar los mensajes televisivos, rescatando aquellos que sean constructivos y les ayuden en su vida diaria.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balcázar, M. (2017). *Influencia de los programas reality show en el desempeño académico de los jóvenes estudiantes de 12 a 17 años de edad, del colegio Dr. Juan Francisco Ontaneda de la parroquia Buenavista Cantón Chaguarpamba. Período Octubre 2016 - Julio 2017*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Bandura, A. (1987). *Teoría del aprendizaje social*. España: Espasa Universitaria.
- Barthey, S. H. (1982). *Principios de percepción*. México D. F.: Trillas.
- Bembibre, C. (13 de 04 de 2011). *Definición ABC*. Obtenido de Reality Show: <https://www.definicionabc.com/general/reality-show.php>
- Berrospi, V. (2014). *El entretenimiento televisivo y la identidad cultural en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco*. Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Blake, R., & Mouton, J. (1984). Clásicos de la Gerencia. *Management Today en español*, 44 - 48.
- Carterette, E., & Friedman, M. (1982). *Manual de Percepción. Raíces históricas y filosóficas*. México D.F.: Trillas.
- Cortez, Y., & Ticse, C. (2014). "Los Programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I.E. N° 1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho". Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Faicán, M., & Hernández, K. (2014). *Influencia de los reality show en el comportamiento de los colegios Réplica Aguirre, Abad, IPAC y Sagrados Corazones de Guayaquil, durante el primer semestre del 2014*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Ferrández, A., Peiro, J., & Puente, J. M. (1993). *La evaluación en la educación de personas adultas*. Madrid: Diagrama.

- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 117 - 140.
- García, O., & Palacios, R. (1991). *Factores condicionantes del aprendizaje en lógico matemático*. Lima: Universidad San Martín de Porras.
- García, S., & Ramos, L. (1988). *Medios de comunicación y violencia*. México: FCE.
- Gargallo, B., Garfella, P. R., & Pérez, C. (2006). Enfoques de aprendizaje y rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Bordón*, 45 - 61.
- Gil, G. (1999). *Temas que nos inquietan y nos preocupan*. Trujillo: Editorial UNT.
- Howard, L., & Beauchamp, M. (1964). *Comprensión del desarrollo humano*. México: Editorial Pax.
- Juganaru, M. (2014). *Introducción a la programación*. México: Grupo Editorial Patria.
- León, S., & Malca, M. (2014). *Percepción de los reality shows Combate y Esto es guerra y su influencia en el comportamiento de los estudiantes de secundaria de la I.E. N°80820 Víctor Larco y N°81025 José Antonio Encinas, Víctor Larco*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Marketing, S. y. (2018). *Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes*. Perú: CONCORTV.
- Marks, P. (1999). *El niño y los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones Moratta.
- Martínez, A. (2005). Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 31.
- Martínez, V. (2002). Claves del rendimiento escolar. *Tribuna Libre*.
- Mixán, B. (2012). *La serie televisiva Al fondo hay sitio y su influencia en el lenguaje de los alumnos de educación secundaria del colegio particular mixto Siglo XXI*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.

- Moya, M. (1994). Percepción de personas. *Psicología Social*, 93-119.
- Muñoz, S. (2004). La influencia de la nueva televisión en las emociones y la educación de los niños. *Revista de Psiquiatría y Psicología del Niño y del adolescente*, 145 - 159.
- Nováez, M. (1986). *Psicología de la actividad*. México: Editorial iberoamericana.
- Pacheco, A. (2012). *Estrategias metacognitivas y rendimiento en Metodología del Aprendizaje e Investigación de los estudiantes del I ciclo de la Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de Ingeniería*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Quiroz, M. (2001). *El empleo de módulos autoinstructivos en la enseñanza – aprendizaje de la asignatura de legislación deontología bibliotecológica*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Tejada, J., & Navío, A. (2004). *Elaboración de planes, programas y cursos de formación*. Madrid. Obtenido de Obtenido de [http://www.dipujaen.es/export/sites/default/galerias/galeriaDescargas/diputacion/dipujaen/formacion/centro-documental/Elaboracixn\\_de\\_Planes\\_de\\_Formacixn.pdf](http://www.dipujaen.es/export/sites/default/galerias/galeriaDescargas/diputacion/dipujaen/formacion/centro-documental/Elaboracixn_de_Planes_de_Formacixn.pdf)
- Veliz, O. (2014). El mensaje que transmite el reality show juvenil Esto es Guerra en los estudiantes de cuarto grado de educación secundaria de la I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán de la ciudad de Chiclayo, 2013. *Rev. PAIAN*.

# ANEXOS

## Anexos

Universidad Privada Antenor Orrego  
Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación – Escuela Ciencias de la  
Comunicación

### **Cuestionario dirigido a los estudiantes del Segundo Ciclo de la Asignatura de Sociología de la Comunicación de la Carrera profesional de Ciencias de la Comunicación.**

**Objetivos:** mediante esta encuesta se busca establecer el nivel de percepción de los Programas realities de los estudiantes de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación.

#### **Datos del encuestado**

Edad \_\_\_\_\_

Aula \_\_\_\_\_

Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

#### **Instrucciones**

A continuación, se te presentan una serie de afirmaciones respecto a dos programas realities de competencia (“COMBATE” y “ESTO ES GUERRA”), marca una “X” en el casillero que consideres que es más conveniente o se relaciona mejor con tu respuesta.

Ítems	Nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
1. Considero que los participantes de estos programas hacen uso de la agresividad y violencia en sus interacciones con los demás.				
2. Creo que estos programas no contribuyen a fortalecer la identidad nacional.				
3. Pienso que los contenidos de estos programas dan más importancia a modas extranjeras que a la cultura peruana.				
4. Pienso que es adecuado que en estos programas se usen apodosos o jergas al hablar o dirigirse a otros participantes				
5. Siento que los participantes de estos programas emplean un lenguaje apropiado para un medio de comunicación (televisión)				
6. Estoy conforme con que los participantes utilicen palabras o términos vulgares o insultantes entre ellos				
7. Pienso que la vestimenta de los competidores es adecuada para las tareas que realizan en el programa				
8. Me gusta el estilo de corte de cabello de los participantes				
9. Me parece que el hecho de que los participantes estén tatuados ha influido en la aceptación de los tatuajes por parte de los jóvenes y adolescentes.				
10. He observado constantes faltas de respeto ente los competidores.				
11. Considero que hay presencia de conflictos entre los miembros del equipo				
12. Pienso que estos programas influyen en que los televidentes no logren mantener una relación armoniosa con su familia.				

### Corrección del cuestionario

Ítems	Nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
1. Considero que los participantes de estos programas hacen uso de la agresividad y violencia en sus interacciones con los demás.	4	3	2	1
2. Creo que estos programas no contribuyen a fortalecer la identidad nacional	4	3	2	1
3. Pienso que los contenidos de estos programas dan más importancia a modas extranjeras que a la cultura peruana.	4	3	2	1
4. Pienso que es adecuado que en estos programas se usen apodosos o jergas al hablar o dirigirse a otros participantes	1	2	3	4
5. Siento que los participantes de estos programas emplean un lenguaje apropiado para un medio de comunicación (televisión)	1	2	3	4
6. Estoy conforme con que los participantes utilicen palabras o términos vulgares o insultantes entre ellos	1	2	3	4
7. Pienso que la vestimenta de los competidores es adecuada para las tareas que realizan en el programa	1	2	3	4
8. Me gusta el estilo de corte de cabello de los participantes	1	2	3	4
9. Me parece que el hecho de que los participantes estén tatuados ha influido en la aceptación de los tatuajes por parte de los jóvenes y adolescentes	1	2	3	4
10. He observado constantes faltas de respeto ente los competidores	4	3	2	1
11. Considero que hay presencia de conflictos entre los miembros del equipo	4	3	2	1
12. Pienso que estos programas influyen en que los televidentes no logren mantener una relación armoniosa con su familia	4	3	2	1

### Estructura y valoración de la encuesta

Indicadores	N° de Ítems	Valoración Máxima por Ítems	Valoración Máxima
Mensaje	3	4	12
Lenguaje	3	4	12
Presentación personal	3	4	12
Relaciones interpersonales	3	4	12
TOTALES	12	4	48

**Tabla de valoración general**

<b>Nivel</b>	<b>Intervalos</b>
Negativo	12 - 16
Positivo	17 - 32
Muy Positivo	33 - 48

**Tabla de valoración por indicador**

<b>Indicadores</b>	<b>Nivel</b>		
	<b>Negativo</b>	<b>Positivo</b>	<b>Muy Positivo</b>
Mensaje	3 - 6	7 - 9	10 - 12
Lenguaje	3 - 6	7 - 9	10 - 12
Presentación personal	3 - 6	7 - 9	10 - 12
Relaciones interpersonales	3 - 6	7 - 9	10 - 12

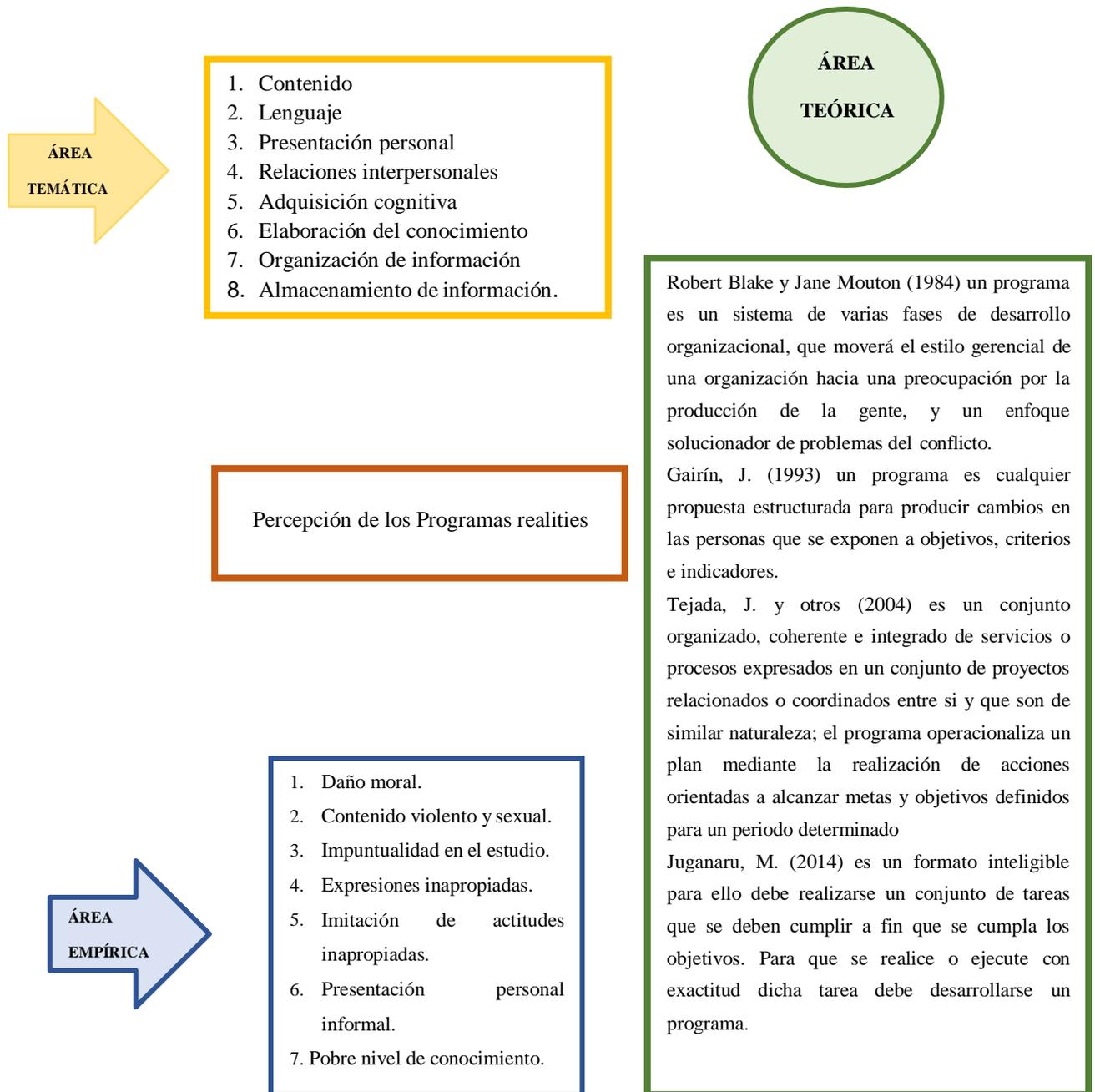


### Tabla de valoración

<b>Nivel</b>	<b>Intervalos</b>
Rendimiento académico bajo	0 – 10
Rendimiento académico medio	11 – 14
Rendimiento académico alto	15 – 20

## Cadena causal

**Título:** Percepción de los Programas realities en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego.



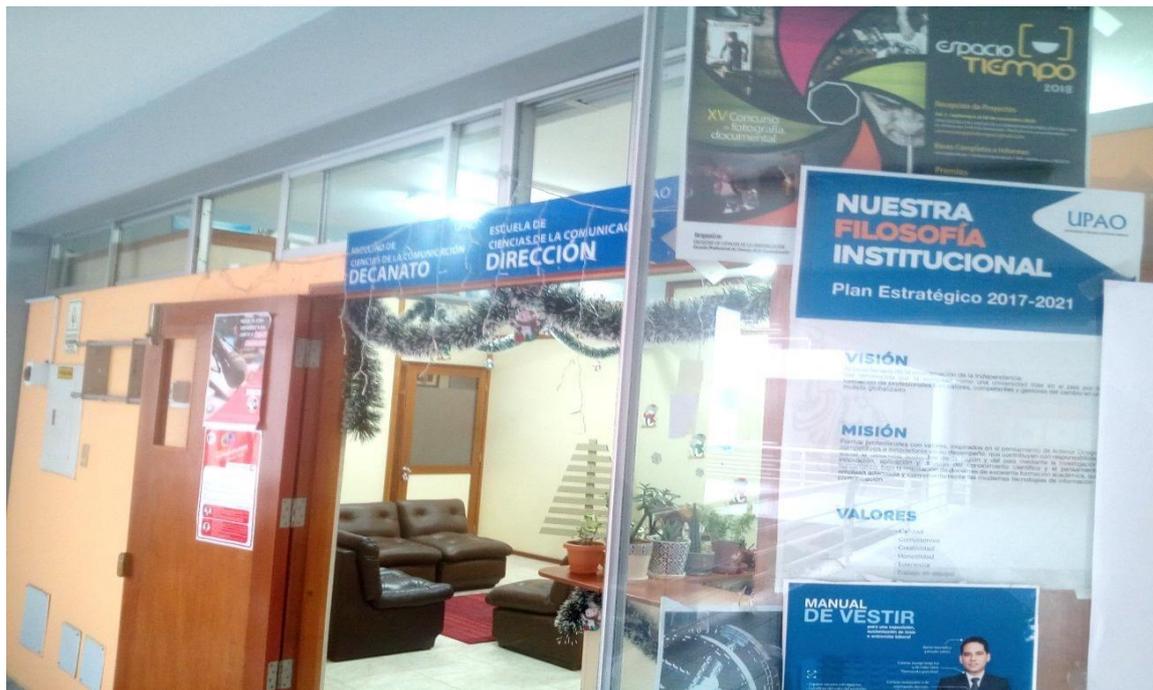
## Evidencia Fotográfica



LOS COMBATIENTES DEL EQUIPO ROJO Y EL EQUIPO VERDE PARTICIPANDO DE UNA COMPETENCIA



LOS PARTICIPANTES DE LOS LEONES EXPONIENTE SU VIDA SENTIMENTAL



DECANATO Y DIRECCIÓN DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



PERIÓDICO MURAL DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



PABELLÓN – H: CENTRO DE IMAGEN, MARKETING Y COMUNICACIONES



PABELLÓN – H: LABORATORIO DE TELEVISIÓN Y VIDEO



PABELLÓN – H: UPAO TV – SWITCHER



PABELLÓN – H: CENTRO DE INVESTIGACIÓN INNOVACIÓN Y DESARROLLO EN COMUNICACIÓN



PABELLON "H" - 109: APLICACIÓN DE LAS ENCUESTA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DEL SEGUNDO CICLO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



PABELLÓN – "H" - 109: DESPUÉS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Prezamos la convalidación por caso extraordinario

CURRÍCULA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:  
I – II – III – IV – V

**CERTIFICACIÓN**  
Certificación en Creación de Contenidos Digitales  
Certificación en Comunicación Corporativa

Requisitos para la obtención de la certificación:  
- Apropiación de todas las asignaturas.  
- Haber realizado con éxito el plan de  
- Pago del derecho.

CURRÍCULA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:  
VI – VII – VIII – IX – X