



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

FACULTAD DE HUMANIDADES

Carrera de Psicología

**REPRESENTACIONES SOCIALES EN TORNO AL
REALITY TELEVISIVO “ESTO ES GUERRA” EN
NIÑOS DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN
UNA ZONA PERIURBANA DE LIMA
METROPOLITANA**

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en Psicología**

LAURA LIZBETH SAAVEDRA ALAN

Asesor:

Dr. Eli Leonardo Malvaceda Espinoza

Lima – Perú

2020

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo conocer las representaciones sociales en torno a los realitys televisivos en niños de instituciones educativas en una zona periurbana de Lima Metropolitana. La investigación fue de enfoque cualitativo y de diseño fenomenológico, para la cual se realizó 16 entrevistas semiestructuradas a niños entre 7 y 11 años, varones y mujeres, de colegios privados y públicos, y para complementar el análisis de datos se llevó a cabo en el software Atlas.ti versión 7.5. Los resultados corroboran que los realitys televisivos inciden en las representaciones sociales de los niños, por la cual están definidos en torno a ello, tanto como en actitud, información y campo de representación. Se concluye, que los realitys televisivos influyen significativamente en los niños, generando diversos sentimientos, comportamientos y actitudes frente al programa televisivo y sus actividades diarias.

Palabra clave: Representaciones sociales, reality televisivo y conducta.

Abstract

The objective of this research was to find out the social representations around television reality shows in children from educational institutions in a peri-urban area of Metropolitan Lima. The research was of qualitative approach and phenomenological design, for which 16 semi-structured interviews were conducted with children between 7 and 11 years old, men and women, from private and public schools, and to complement the data analysis, it was carried out in the Atlas.ti software version 7.5. The results corroborate that television reality shows affect children's social representations, by which they are defined around it, as well as in attitude, information and field of representation. It is concluded that television reality shows significantly influence children, generating various feelings, behaviors and attitudes towards the television program and their daily activities.

Key word: Social representations, reality TV and behavior.

Introducción

A nivel internacional la televisión es uno de los principales medios masivos que se utiliza y se encuentra en cada rincón del mundo. Si bien es cierto, la televisión es un medio muy útil para transmitir conocimientos, información y fomentar inquietudes, no obstante, también es un medio donde se difunde contenidos poco provechosos a través de los diversos tipos de programas (Atarrama & Villegas, 2016). En la actualidad, en Latinoamérica los realitys televisivos son quienes captan más la atención de los telespectadores. Según el transcurso de los años este se ha ido fomentando cada vez más y gran parte de los telespectadores son niños y adolescentes, quienes lo perciben como un recurso de entretenimiento y están continuamente pendiente de ello (Centeno, 2016).

Muchas veces los padres no supervisan los tipos de programas que observan sus hijos y por ende estos están expuestos a contenidos inapropiados, y son estos programas televisivos que además de transmitir contenidos contraproducentes fomentan aberración de valores, distorsión de la realidad, futilidad, distracción e ignorancia (Centeno, 2015). Por lo tanto, estos programas pueden fructificar un inadecuado desarrollo conductual y emocional de los niños, y desfavorecer en su desarrollo de aprendizaje (Perlado & Sevillano, 2003).

Según Aran, Barata, Busquet, Medina y Moron (2003) en Cataluña un niño usualmente observa aproximadamente tres horas de televisión todos los días y pasan más tiempo frente a la televisión que en su salón de clases, en lo cual sus programas preferidos son los que están dirigidos para adultos. También en España, Perlado y Sevillano (2003) señala que el 84,5% de los niños ven televisión en la mañana, el 87% al medio día y en la tarde, 52,3% son acompañados por sus familiares, 43,1% a veces, 3,9% ven solos y un 90,0% tienen algún juguete que se han anunciado en la televisión. Por lo que se concluye que los niños muestran un gran interés y pasan la mayoría de su tiempo libre frente al televisor, la publicidad moldea decisivamente la mente de estos niños y en consecuencia les cuesta distinguir entre la ficción y la realidad.

En el 2018 la consultora El Universal realizó una encuesta nacional en Estados Unidos en 1141 niños y adolescentes de ambos sexos, entre 11 a 17 años, donde se encontró que ellos regularmente ven realitys televisivos y les otorgan más interés a las apariencias físicas, por lo cual se perciben como líderes y modelos a seguir. Asimismo, el 65% manifestaron que estos realitys habían permitido conocer nuevas cosas y tener otras perspectivas. Un 37% creen que uno tiene más chance para conseguir lo que quiere

a través de la mentira, un 37% creen que la mezquinidad hace tener más respeto y un 28% creen que se tiene que ser malo para conseguir lo que uno quiere (El Universal, 2018).

En un estudio dirigido por la Fundación Nativo Universal en Chile más del 95% de los niños ven televisión con contenidos para adultos, 60% de los niños son impactados fuertemente por escenas de la televisión y un 35% ve televisión sin asesoramiento de sus padres (Zancada, 2015).

En Perú, según el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (2015) la presencia de la televisión en el Perú urbano logra el 99% de la población, siendo el medio más sintonizado, pero a la vez el más polemizado por sensacionalista (71%) y por sus contenidos inapropiado (80%). Entre los programas que se transmiten, están los realitys televisivos, también conocidos como “televisión basura”, “realitys show” o “espectáculos” lo cual tienen un promedio 52.2 horas de transmisión semanal.

Los realitys televisivos más reconocidos en el Perú son: Combate y Esto Es Guerra, estos programas tienen un formato combinado por diferentes contenidos. Combate fue el primer reality en la televisión peruana, en ese tiempo competía con Habacilar, la cual era transmitido en el canal 4. En el 2012 surge en señal abierta otro programa similar, el cual es Esto Es Guerra, desde ese entonces, estos programas reemplazaron a otros programas en el horario prime time de la televisión peruana (Centeno, 2016). Sin embargo, en el 2018 Combate es cancelado y finalmente Esto Es Guerra queda como el único reality con dicho formato.

Desde entonces, una de las actividades principales de los niños y adolescentes es ver televisión. Según CONCORDTV (2014) estos niños y adolescentes “ven en promedio 3.1 programas al día de los cuales sus programas preferidos son “Esto es Guerra” (50%), Al Fondo Hay Sitio (36%) y “Combate” (29%); y sus personajes favoritos son Nicola Porcella (13%), Erik Elera (9%) y Yaco Eskenazi (8%)”. De igual manera en el 2016 se obtuvo que el 99.8% de niños y adolescentes ven televisión, la cual el 14.8% admiran a personajes de los realitys televisivos y el 52% desea ser como su personaje favorito.

Debido a esta gran demanda de telespectadores de realitys televisivos que en su mayoría son niños y adolescentes se plantea investigar ¿cuáles son las representaciones sociales en torno al reality televisivo “Esto Es Guerra” en niños de Instituciones educativas de una zona periurbana de Lima Metropolitana?

Marco teórico

Para la exposición de este estudio se centrará en dos categorías; representaciones sociales y realitys televisivos, los cuales se abordarán en lo subsiguiente.

Jodelet (1984) señala que la representación social es un modo de conocimiento específico, las cuales son producidas por las experiencias propias de la vida cotidiana, por el saber del sentido común.

Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. (Jodelet, 1984, 470-473)

Mientras Abric (2001), define a las representaciones como un sistema sociocognitivo, ya que las representaciones no únicamente son cognitivas sino que también son sociales, la cual está compuesta por un núcleo central y un elemento periférico, quienes admiten de esta manera al mismo tiempo ser inalterables y tolerantes. Asimismo, Abric menciona que las representaciones sociales tienen 4 funciones principales, las cuales son: Funciones del saber, identidad, orientación y justificadoras.

Las funciones del saber también conocido como función cognitiva hace referencia a la adquisición de conocimientos para luego integrarlos en un entorno inteligible y provechoso, logrando permitir al individuo comprender y elucidar la realidad. Las funciones de identidad explican que las representaciones también cumplen la función de definir una identidad social y personal satisfactoria con el entorno del individuo. Por otro lado, las funciones de orientación es el conductor de las actividades del individuo, es decir, guían las, actitudes, comportamientos y prácticas del individuo a la realidad social. Finalmente, las funciones justificadoras aluden a la intervención de las representaciones sociales después de la acción del individuo, es decir, permite justificar el comportamiento del individuo ante la respuesta de la sociedad.

Para complementar lo anterior, Mora (2002) explica las representaciones sociales como “una modalidad particular del conocimiento” (Mora, 2002, p. 7) la cual tiene un rol importante que es la realización de las conductas, el comportamiento y la interacción entre las personas. La representación es un conjunto sistematizado de información adquirida y

uno de las labores psicológicas más importantes del ser humano, la cual hace accesible a la realidad del entorno tanto físico y social, que por consiguiente se incorporan en una correspondencia habitual de reciprocidad, liberando así esos poderes de la intuición.

Por otro lado Moscovici (1979) señala que las representaciones sociales son una de las vías para captar el mundo exterior concretado en sus fundamentos y consecuencias, que el mundo sea como nosotros pensamos que es o como debería de ser. Son entidades casi tangibles, es decir, que se pueden percibir de manera precisa y clara, siempre están presente en nuestro entorno y se expande a través de las interacciones con los demás por medios de gestos, palabras, encuentros, etc.

Moscovici (1979) divide las representaciones sociales en tres dimensiones:

La actitud, la cual es catalogada como la primera y más patente de las dimensiones. La actitud es una estructura representativa de la orientación en la conducta de las personas, es la reacción emocional (positiva o negativa) acerca del suceso de la representación social (Moscovici, 1979).

Por otro lado está la dimensión información, la cual alude a los conocimientos que tiene un individuo o grupo entorno al objeto de representación o situación social concreta, la cual hace referencia a su proporción y condición que varían en base a diversos componentes como la concernización y la inclusión social, las cuales algunas veces pueden mediatizar la proporción y exactitud de la información existente (Moscovici, 1979).

Y finalmente está la dimensión campo de representación, la cual hace referencia a la organización interna, al orden y jerarquía de los elementos que constituyen el contenido de la representación social. “Permite visualizar el carácter del contenido, las propiedades cualitativa o imaginativas, en un campo que integra informaciones en un nuevo nivel de organización en relación a sus fuentes inmediatas” (Moscovici, 1979).

Esta investigación se trabajará fundamentada en la definición de representaciones sociales de Moscovici, la cual señala que son entidades que siempre están a nuestro alrededor y se pueden percibir de manera precisa y clara, las cuales se expanden a través de las interacciones. También, se trabajará mediante la estructuración de sus dimensiones ya que se ajustan a lo que se desea estudiar, las cuales son: La actitud, información y campo de representación.

En cuanto a los realitys televisivos, Amigo (2003) define reality show como un género televisivo ficticio en donde los protagonistas realmente no son actores, sino, sólo son personas que buscan ser conocidos. El contexto es falaz, para ser percibidos como hechos reales se controlan y se manipulan todos los elementos (ambiente, personajes, vida social, salud, entre otros) para así crear el efecto que se desea transmitir.

Asimismo los realitys televisivos son aquellos programas que exponen a personas habituales que interactúan entre sí, exponiendo ante los espectadores diferentes situaciones y aspectos de su vida real que son captados por cámaras o prensas televisivas. En la mayoría de veces, las grabaciones y exposición de ellos en la TV son aprobadas por ellos mismos y otras veces estos se dan sin el consentimiento de los personajes (Medina & Villarreal, 1998).

También conocidos como realitys shows, son programas de "competencias" donde los personajes son famosos de la farándula, ya sean modelos, deportistas, actores, entre otros. En la cual, aparte de realizar una serie de juegos entre los equipos, los participantes se dedican a exponer su vida real y en muchas ocasiones estos son "armados" para así captar más atención de los telespectadores generando diversas emociones en ellos. Asimismo, se observa que jóvenes a partir de los 17 años integran estos realitys televisivos y muchas veces el inicio de sus relaciones amorosas y matrimonios se realiza en dichos realitys (Centeno, 2016).

Los participantes de estos realitys televisivos se caracterizan por tener un físico atractivo, un prototipo de belleza las cuales funcionan como un componente característico de prestigio y estatus social, donde los varones tienen un cuerpo esculpido con muchos músculos y las mujeres son muy delgadas con bustos y extremidades voluminosos, quienes durante el programa utilizan ropas para exhibir la mayor parte de sus cuerpos con el objetivo de atraer más la atención de los telespectadores (Chura & Luque, 2007).

De tal modo, durante la permanencia de los participantes en el programa, suelen realizarse una serie de modificaciones en sus cuerpos para así mantener o incrementar la aceptación del programa y los telespectadores, incluso se rumorea que estos personajes utilizan anabólicos para aumentar la masa muscular, ya que si no cumplen con el arquetipo de belleza son discriminados o cuestionados por la sociedad. Asimismo, estos personajes se hacen percibir como ejemplos o modelos a seguir y mucho de los niños los perciben como súper héroes (Centeno, 2016).

Con referencia a ello, Perlado y Sevillano señalan que la televisión es un mecanismo de comunicación que ejercita y concentra una sólida persuasión en el intelecto del infante. Ellos tienen la capacidad de aprender de todos los tipos de programas, ya sean de los que están dirigidos para niños o aquellos que están orientados específicamente para los espectadores adultos (Perlado & Sevillano, 2003).

Por su parte, Bandura (1974) en su teoría señala que el proceso de aprendizaje se realiza a través de la interacción entre el aprendiz y el entorno (ambiente social). Por lo tanto la relación social implica una representación importante para acrecentar la conducta del niño, lo cual se puede afirmar que este medio de entretenimiento influye de una manera directa en el aprendizaje, en las representaciones sociales y conducta de los infantes y adolescentes ya que están expuestos a adquirir nuevos conocimientos, hábitos, comportamientos, significantes, entre otros.

Desde el plano teórico esta investigación busca aportar nuevos conocimientos, de tal modo podrá ser tomada como guía y modelo para otras investigaciones sobre el tema en mención, debido a que en la actualidad según los antecedentes analizados, , existen escasas investigaciones sobre el tema abordado en el presente.

Asimismo, esta investigación busca contribuir a la visualización de un problema para que posteriormente se puedan plantear acciones o métodos desde la sociedad civil. Y estos ayuden a mejorar alguna influencia negativa en los niños y adolescentes.

Siguiendo con lo expuesto, podemos aludir a las diferentes investigaciones, tanto nacionales como internacionales haciendo referencia a las variables objetivas que se desea estudiar en esta investigación:

Duarte y Jurado (2016), en su estudio de diseño mixto buscan determinar el uso de la televisión por parte de los padres y niños de 5 y 6 años y la figura de autoridad gestionada por los contenidos televisivos aplicando una encuesta (estructurada por ambos autores) a 81 padres de Colombia. Como resultado se ha obtenido que la televisión resalta eminentemente en la supuesta “crisis de autoridad” que experimenta la población debido a los contenidos que causan controversia de la superioridad de la representación como autoridad. En conclusión, el uso televisivo singularizado de los niños predomina en la población, asimismo la aceptación de figuras televisivas que exteriorizan una afinidad más proporcionada entre padres e hijos y el manifiesto de

nuevas figuras de autoridad, inherente del mundo reprensible, las cuales son asumidas como representación autoritario.

Por otra parte, Ordóñez y Caice (2016) analizan el impacto que ejercen los realitys Calle7 y Combate en alumnos de la Institución Educativa Jaime Roldós Aguilera en la ciudad de Guayaquil, para ello realizaron una investigación cualitativa de nivel descriptivo donde utilizaron técnicas de investigación como: documentales y de campo, entrevistas, encuestas y fichas. Para ello contaron con una muestra de 200 estudiantes de 12-16 años de educación básica superior. En consecuencia, como resultado se obtiene que estos programas televisivos captan a los adolescentes mediante sus participantes, ya que demuestran una presunta realidad con la que usualmente los telespectadores suelen identificarse. Por lo tanto se concluye, que estos realitys televisivos impactan de manera negativa en los alumnos, generando así una distorsión de la realidad.

Siguiendo esta línea Lucio (2015), plantea determinar la influencia de los contenidos de los programas televisivos en el comportamiento de los estudiantes de una escuela del Cantón Montalvo provincia de Los Ríos-Argentina, donde se trabajó con una metodología de tipo descriptivo y de campo. Aplicando un cuestionario (creado por el autor) a 17 docentes, 94 estudiantes y 93 padres de familia dando como resultados que el tipo de programas con más teleaudiencia son los programas de dibujos animados con contenidos de acción violencia lo que es imitado en la escuela y se concluyó que los contenidos de los programas televisivos, entre ellos violencia, si influyen significativamente en el comportamiento de los estudiantes.

En cuanto a las investigaciones peruanas, se tiene por un lado a Chura y Luque (2017), quienes plantean definir es el nivel de intervención del programa televisivo “Esto es Guerra” en las emociones básicas (alegría, tristeza, ira, desagrado y timidez) de los infantes entre 11 - 12 años en un Colegio de la Ciudad de Juliaca. El diseño de la investigación fue cuantitativo - transversal con un diseño no experimental, los instrumentos utilizados fueron: un cuestionario con 12 interrogantes y una ficha de observación (ambos creados por los autores), y la muestra fue constituida por 165 alumnos de diversas secciones del grado 6 en dicho colegio. En consecuencia se obtuvo como resultado que el reality show “Esto es Guerra” influye prominentemente en las emociones básicas de los evaluados. En conclusión los contenidos de estos programas

televisivos influyen de manera negativa en las emociones básicas de los niños, las cuales alteran su comportamiento.

Para complementar con lo anterior, Centeno (2016) en su tesis propone analizar contenidos de escándalos, ferocidad, agresión, chismes, inmoralidad y escabrosidad de *Combate* y *Esto es Guerra*, que mayormente son observados por niños y adolescentes. Esta investigación demanda un diseño exploratorio y explicativo, en la cual se aplicó una encuesta (creado por Centeno) a 25 escolares de secundaria de un colegio del distrito de Lima. Los resultados reportan que tanto los infantes como adolescentes ven estos realitys televisivos en la totalidad de los días que se transmiten y los aspectos que más les gustan son los romances, las peleas, la música y el vestuario. En consecuencia se concluye que la violencia que transmiten estos realitys estimula la conducta agresiva de los televidentes, los cuales los niños y adolescentes son parte de ellos y son los más vulnerables a ser afectados.

Asimismo, Pauta (2015), propone mostrar la influencia que ejerce la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar de los niños de Lima. El diseño de la investigación fue no experimental y se aplicó dos cuestionarios a una muestra de 219 alumnos de un colegio de Lima, entre 6 a 9 años y 194 padres de familia de infantes dentro 5 y 12 años. Los resultados reportan que la emisión televisiva no interviene en el nivel académico del infante, no obstante la TV sí influye en los niños como medio persuasivo y de captación. En conclusión, la TV no afecta al rendimiento escolar de los alumnos, sin embargo si afecta a su comportamiento y al el área de persuasión y de aprendizaje, puesto que están en una etapa de desarrollo y aprendizaje.

Finalmente Arboccó de los Heros y O'Brien (2012), plantean reflexionar sobre el impacto negativo que origina el inadecuado uso de la televisión a nivel nacional e internacional. Tiene un método no experimental, basado en investigaciones de archivos e investigación de casos, teniendo como muestra principal a niños y adolescentes, tanto nacionales como internacionales. Los resultados indican que el mal empleo de la televisión como los programas de espectáculos impactan negativamente en los telespectadores, perjudicando en el aprendizaje de conductas. Se concluye que la televisión incita sentimientos violentos en el televidente y son los infantes quienes están expuestos a captar información de estos programas televisivos, originando en ellos una confusión al momento de diferenciar entre la realidad y la fantasía.

Según las investigaciones revisadas profundizan en analizar el consumo de los realitys televisivos y su influencia en las conductas y emociones de niños y adolescentes, la cual en todas estas investigaciones se concluye que sí hay un grado de influencia de estos realitys en los niños y adolescentes. No obstante, también presentan limitaciones ya que no presentan resultados específicamente en las tres dimensiones que abarca esta investigación. De tal manera, no se cuenta con muchas investigaciones relacionados al tema, tanto a nivel internacional y nacional.

Objetivos

Objetivo general:

Conocer las representaciones sociales en torno al reality televisivo, Esto Es Guerra, en niños de instituciones educativas en una zona periurbana de Lima Metropolitana.

Objetivos específicos:

Conocer cuáles son las actitudes en torno al reality televisivo, Esto Es Guerra, en niños de instituciones educativas en una zona periurbana de Lima Metropolitana.

Conocer cuál es la información en torno al reality televisivo, Esto Es Guerra, en niños de instituciones educativas en una zona periurbana de Lima Metropolitana.

Conocer cuál es el campo de representación en torno al reality televisivo, Esto Es Guerra, en niños de instituciones educativas en una zona periurbana de Lima Metropolitana.

Método

Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo cualitativo, debido a que “trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones” (Martínez, 2016; p 128).

Asimismo, se utilizará el tipo de diseño fenomenológico el cual Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) es un tipo de diseño que se encarga de examinar, explicar y entender las vivencias de los individuos en relación a un fenómeno de su entorno y revelar los elementos compartidos en las experiencias. Dentro del diseño fenomenológico se emprenderá desde el enfoque de la fenomenología hermenéutica, la cual se focaliza en concretar el objeto de estudio basada en la teoría establecida, describiendo el fenómeno y las vivencias del individuo, para finalmente interpretar la experiencia a través de la información brindada por los participantes.

Participantes

Para el establecimiento de la muestra se plantearon los criterios de muestreo teórico (Glasser & Strauss, 1969) y de representación socioestructural (Mejía, 2000) pretendiendo la representatividad y variedad, por la cual se eligió el muestreo socioestructurado (Crespo & Salamanca, 2007) donde las unidades fueron elegidos por el fácil acceso o preferencia del investigador.

Por lo tanto, la muestra está conformada por 16 niños de ambos sexos (50% niños y 50% niñas), entre 7 y 11 años (50% entre 7 a 9 y 50% entre 10 y 12 años), de colegios públicos y privados del distrito de Santa Anita (50% de colegios públicos y el resto de colegios privados) (Anexo 1), para la cual se usaron los siguientes criterios de inclusión y exclusión para su selección:

Criterios de inclusión:

- Edad entre 7 y 11 años.
- Nacionalidad peruana.
- Varones y mujeres.

- Niños que estudien en Colegios de Santa Anita.
- Padres de familia que acepten la participación de sus hijos.
- Niños que acepten voluntariamente participar.
- Criterios de exclusión:
 - Niños sin alteraciones psicopatológicas.
 - Niños con problema severo de lenguaje verbal.

Técnicas e instrumentos de investigación

Se utilizó una entrevista semiestructurada a profundidad, la cual permite obtener mayor información sobre el individuo, y para la construcción de la misma se procedió a partir de una matriz de categorización (anexo 2) que parte del planteamiento del marco teórico y su desegregación en categorías principales y subcategorías. La guía de la entrevista fue validada por expertos mediante dos entrevistas pilotos a dos niños con las características planteadas en los criterios de inclusión (Anexo 3).

Procedimiento de recolección de datos

Se estimará aspectos éticos, tales como el consentimiento informado (anexo 4) de los padres o apoderados para realizar las entrevistas a los niños. Asimismo, se solicitó un permiso a las autoridades de los diferentes colegios para la aplicación de las entrevistas y finalmente se aplicó el asentimiento informado (anexo 5) de los niños para realizarles la entrevista. Todos estos permisos son escritos y se garantizará a cada uno de ellos la confidencialidad de la información brindada.

Análisis de datos

Se realizó un análisis cualitativo de contenido temático a través del software especializado en estudiar datos cualitativos Atlas ti, la cual según Gallardo (2014) es un programa acudido por computadora que permite tres aspectos: asociar códigos o etiquetas con fragmentos de formatos digitales, buscar códigos de patrones y clasificarlos, las cuales no pueden ser analizadas mediante enfoques estadísticos. Para esta investigación de carácter hermenéutico, el procedimiento se realizó en cuatro fases: Codificación; la cual según Strauss y Corbin (2002) tiene el objetivo de realizar una codificación abierta, axial y selectiva desde las citas textuales de las entrevistas realizadas a los participantes. Esquematización; esta fase permite organizar la información obtenida mediante mapas semánticos, en donde se puede visualizar las mega categorías, categorías y subcategorías

(Anexo 7), asimismo, permite apreciar la tabla de códigos y documentos primarios (Anexo 8). Descripción; en base al mapa semántico obtenido en la anterior fase, se realiza una exposición narrativa y detallada de ello. Finalmente, la fase de teorización; se realiza la interpretación basada en los datos teóricos y los datos empíricos.

Por otra parte, las estrategias de saturación que fueron utilizadas para la edificación del significado son las cuatro estrategias determinadas por Miles, Huberman y Saldaña (2013), las cuales son: Frecuencia de categorías, en donde los códigos con más repeticiones son más importantes. Densidad, son aquellos códigos que están asociados a otros códigos. Representatividad, aparece una vez en cada una de 13 entrevistas. Y jerarquización, la cual consiste en esparcir las categorías en otras con el objetivo de lograr una mayor comprensión.

Por consiguiente, para el análisis de los resultados de esta investigación se han considerado como significativos aquellas categorías con frecuencia mayor o igual a veinte, con densidad mayor o igual a dos, con representatividad mayor o igual a uno (81%) y con sobresaliente en jerarquía aquellas categorías con mayor o igual a uno, acaparando en saturación aquellos que cumplan con al menos uno de los criterios mencionados.

Resultados

De acuerdo al análisis (ver anexo 6, figura 1), sobre las representaciones sociales (0-3) en torno a los realitys televisivos en niños entre 7 y 11 años, se identifican las siguientes categorías: actitud (0-4), información (0-5) y entorno de representación (0-4).

La primera categoría identificada como actitud, está asociada con tres subcategorías: La primera subcategoría es consecuencias frente al programa (0-5), la cual se integra con los siguientes; consecuencia conductual tras pérdida del equipo y eliminación del participante (16-5), consecuencia emocional tras pérdida del equipo y eliminación del participante (16-4), consecuencias ante vivencias negativas de los participantes (14-3) y práctica de los juegos (12-1). La segunda sub categoría es preferencia frente al tipo de programa (0-3), quien se integra con los siguientes; preferencia negativa por transmisión de otros tipos de programas (12-1) y preferencia positiva por transmisión del tipo de programa (15-3). Y la tercera subcategoría es identificación con el participante (0-4), la cual se integra con los siguientes; identificación positiva con el participante (4-2), expectativas de identificación con los participantes de toda la sociedad (13-3) y expectativa de identificación con el participante (16-3)

Con respecto a la primera sub categoría, en consecuencia conductual tras la pérdida del equipo y eliminación del participante, los niños demuestran diferentes reacciones conductuales como: llorar (14-1), tristeza (53-3), decepción (11-1) y enojo (14-4). “Lloro y ya no me da ganas de ver el programa” (Paola, 10 años, 15:30).

Así también, en consecuencia emocional tras la pérdida del equipo y eliminación del participante, los niños muestran sentimientos de tristeza (53-3), decepción (14-4), enojo (14-4) y ante vivencias negativas que pasan los participantes muestran tristeza (53-1) e incluso lloran (14-1) por la situación del participante e incluso uno de los niños mencionó tener el deseo de ayudar al participante. “Me da tristeza, me gustaría ayudarlos para que no lloren” (Rocío, 9 años, 10:20).

Y en práctica de los juegos, doce de los entrevistados realizan al menos dos de los juegos que transmite el programa y cuatro aún no lo han realizado pero tienen expectativas positivas de realizarlo en algún momento, ya que consideran divertidos y entretenidos. “Sí, algunos con mis amigos, como las tuercas y armar vasitos” (Yoel, 10 años: 15:19).

En la siguiente subcategoría, en preferencia negativa por transmisión de otros tipos de programas y preferencia positiva por transmisión del tipo de programa, más de la mitad de los participantes no desean que pasen otros tipos de programas y prefieren que pasen programas similares a Esto es Guerra, la cual muchos de los niños ven con frecuencia diaria (11-2), ya que al ver estos programas les genera alegría, diversión e inspiración (16-1). “Sí, debería haber muchos porque la gente se divierte” (Ever, 8 años, 15:15).

En cuanto a la tercera subcategoría, en identificación positiva con el participante cuatro de los dieciséis niños se sienten identificados con alguno de los participantes del programa por sus habilidades (velocidad, valentía, fuerza y ganar) (30-3), mientras los doce niños restantes no se identifican con alguno de ellos, pero si tienen una expectativa de identificación, ya que más adelante cuando sean mayores les gustaría ser como su participante favorito, tener sus habilidades, sus virtudes, ocupación y apariencia física (14-2). “Sí, como Pancho, fuerte” (Yoel, 10 años, 10:18). Asimismo, los niños creen que todos los demás deben ser como los participantes, ya que los consideran como participantes profesionales y deportistas (4-1). “Sí, porque son fuertes y deportistas, debemos ser fuertes y deportistas” (Ever, Tinoco, 8 años, 6:14),

Por otro lado, en la segunda categoría identificada como información, está asociado con los siguientes: percepción de programa como competencias, entretenimiento y diversión (15-1), percepción de los participantes como normales (16-1), percepción del programa como realidad (16-1) y valoración positiva del programa (16-3).

Los niños definen a “Esto Es Guerra” como un programa de competencias, diversión y entretenimiento, las cuales todo el contenido o situaciones son completamente reales y en consecuencia, tienen una valoración buena hacia programa debido a que divierte, enseña jugar y competir (15-1), y enseña diferentes habilidades: ser fuerte, cantar, bailar y modelar (6-1) . Asimismo, consideran a los participantes como “normales” es decir, son personas comunes y corrientes sin súper poderes. “Son buenos porque te enseñan ser fuertes” (Betsy, 7 años, 12:18).

Finalmente, la tercera categoría definida como campo de representación, se divide en tres subcategorías: la primera subcategoría es contenidos violentos como parte de la competencia: divierte y entretiene (5-3), la cual se asocia con valoración negativa de contenidos violentos (14-2). La segunda subcategoría es descripción de los participantes (0-3), la cual se hay una descripción positiva y motivo de preferencia (0-3). Y la tercera

subcategoría expectativas (0-4), se integra con los siguientes; preferencia por estudiar una carrera y por participar en el programa (16-1).

En lo que concierne a la primera subcategoría, en contenidos violentos como parte de la competencia, los niños consideran las situaciones donde hay violencia y agresividad como algo “normal”, ya que eso sucede en las competencias o en los juegos y alguno de los participantes se merecen por “picones”. “Son parte de los juegos, a veces peleamos porque al otro no le gusta perder, es normal” (Gerson, 11 años, 7:13). En consecuencia, estos contenidos violentos les producen diversión, entretenimiento y sentimientos enojo (14-4), ya que muchos de los niños se enojan cuando pelean entre los participantes porque que hacen perder al equipo o se lastiman entre ellos. . “Me da cólera porque a veces cuando pelean hacen llorar a uno de los participantes y también pierden las competencias” (Kailyn, 8 años, 8:10). Sin embargo, cabe resaltar que catorce de los entrevistados tienen una valoración negativa de los actos violentos

En la segunda subcategoría, con respecto a descripción negativa: aburridos, malos y conflictivos, tres de los niños describen a estos personajes como aburridos, malos, conflictivos y que hacen cosas malas, por la cual no consideran que debemos ser como ellos. “No, no lo creo porque a veces hacen cosas malas, como pelear” (Luana, 10 años, 8:13), “Sí, pero no como todos porque algunos son malos” (Paola, 10 años, 12:16).

Mientras en descripción positiva de los participantes y motivo de preferencia, los niños describen a los participantes como fuertes, deportistas, valientes y atractivos. Cada niño tiene sus personajes favoritos del programa y según el análisis reporta que una parte de ellos identifican a sus participantes favoritos por habilidades (44-4), es decir, los prefieren por ser buenos competidores, fuertes, veloces, etc. Y otra parte, identifican a sus participantes favoritos por buena apariencia física y personalidad (6-1), es decir, los prefieren por ser atractivos, bonitos, bonita sonrisa, forma de ser, tranquilos, entre otros. “Ducelia porque compite bien, no le importa lo que los demás le digan y también me gustan sus ojos, son muy bonitos. La que no me cae es Luciana, hace perder al equipo” (Hanna, 11 años, 14:15).

Por último, en la tercera subcategoría en preferencia por estudiar una carrera y participar en el programa, cinco de los niños prefieren ambas cosas, seis tienen preferencia por participar en el programa (6-1) y cinco tienen preferencia por estudiar una carrera (5-1). Los que muestran preferencia por participar en el programa, son motivados

por los juegos que realizan y porque consideran que estando en ese programa serán como sus participantes favoritos y tendrán sus habilidades, asimismo, serán deportistas, famosos y millonarios. “Estar en el programa, porque quiero ser igual que Pancho, tener su velocidad y fuerza” (Yoel, 10 años, 15:19).

Discusión

Esta investigación esboza en conocer cuáles son las representaciones sociales en torno al reality televisivo “Esto Es Guerra” en niños de instituciones educativas en una zona periurbana de Lima Metropolitana. Para ello, se realiza un análisis profundo de 16 entrevistas a niños y niñas que engloban entre 7 a 11 años de edad de diferentes instituciones educativas públicas y privadas. Los resultados obtenidos permiten identificar tres subcategorías: actitud, información y campo de representación, las cuales están basadas en el aporte teórico de Moscovici (1979).

En la primera categoría actitud, se identificó que el contenido de este programa influye fuertemente en la conducta de los niños, originando en ellos diversas reacciones emocionales tanto positivas como negativas la cual afirma la teoría de Moscovici (1979), quien identifica la actitud como una estructura representativa de la orientación en la conducta de las personas.

Asimismo, se encuentra consonancia con la investigación de Chura y Luque (2015), quienes indican que estos realitys influyen negativamente en las 5 emociones básicas de los niños, las cuales son: alegría, tristeza, ira, timidez y desagrado, y en consecuencia alteran el comportamiento del niño. En similitud, en este estudio las emociones con más impacto en los niños fueron: tristeza, ira, alegría y decepción. También, los sentimientos con poca frecuencia que desenlazan estas emociones son: preocupación por las vivencias negativas de los participantes, la cual despierta el deseo de ayudarlos, e inspiración por ser como sus participantes favoritos.

De tal modo, estos contenidos conllevan a los niños a realizar dichos comportamientos como llorar, dejar de ver el programa, practicar los juegos y tener una preferencia predominante por la transmisión del tipo de programa, esto coincide con lo propuesto por Abric (2001), donde plantea que una de las funciones de las representaciones sociales es orientar al individuo sus comportamientos, actitudes y prácticas del individuo en la realidad.

Además, en el estudio se aprecia que estos programas promueven la conducta de identificación, ya que los niños tienden a identificarse o proyectarse con los personajes del programa, la cual es respaldada por las investigaciones de diferentes autores como Ordoñez y Caice (2016), Pauta (2015), Abric (2001) y la teoría de Bandura (1974).

Quienes hacen mención a la conducta de identidad social y personal, donde los niños están en una etapa de aprendizaje que se realiza a través de la interacción del aprendiz y el entorno social, y por lo tanto, este tipo de programa capta a los adolescentes mediante sus participantes con la que usualmente los telespectadores suelen identificarse, ya que se hacen percibir como fuertes, atractivos, bondadosos, deportistas y ejemplos a seguir. Lo cual concuerdan con lo encontrado en las dos encuestas, uno realizado por la consultora universal (2018) en Estados Unidos, quienes hallaron que los niños y adolescentes perciben a los personajes como líderes y modelos a seguir, y el otro realizado en Perú por CONCORTV (2016), donde hallan que los participantes admiran a personajes de realitys de competencia y desean ser como el personaje favorito.

En la segunda categoría información, la investigación encontró que los niños percatan a estos realitys como programas de competencias, entretenimiento y diversión las cuales concurren con Centeno (2016), quien sostiene que estos realitys show son programas de “competencias” y es percibido por los telespectadores (gran parte de ellos niños y adolescentes) como recurso de entretenimiento y están continuamente pendiente de ello.

De tal manera, todos los sucesos del programa son percibidos como reales, por todos los entrevistados, la cual se puede afirmar que existe una confusión en los niños entre la realidad y la ficción. Así conforme a lo señalado por Sevillano (2003), Arboccó de los Heros y O’Brien (2012), son los infantes quienes están expuestos a captar información de estos programas televisivos, originando en ellos una confusión al momento de diferenciar entre la realidad y la fantasía. Asimismo, se identificó que los niños perciben a los personajes como personas “normales”, la cual es un hallazgo opuesto a la investigación de Centeno (2016), en donde menciona que los niños perciben a los participantes de estos realitys como súper héroes.

Por otro lado, se encontró que todos los niños tienen una valoración positiva del programa, debido a que funcionan como una herramienta de aprendizaje, ya que aparte de originar sentimientos de diversión y entretenimiento, estos realitys les enseñan diferentes habilidades, como por ejemplo: bailar, competir, cantar, modelar, ser fuertes, entre otros. Resultados no reportados anteriormente en investigaciones revisadas.

Finalmente, en la tercera categoría campo de representación se evidencia que los participantes favoritos de los niños son elegidos por sus habilidades, buena apariencia

física y personalidad, donde específicamente las niñas son quienes tienen preferencias por la apariencia física y personalidad del participante, donde ellas los describen como; altos, guapos, bonitas, hermosos ojos, bonita sonrisa, delicada, buena, dulce, entre otros. Resultado que se podría ajustar a la investigación de Chura y Luque (2007), donde menciona que los participantes se caracterizan por tener un físico atractivo, un prototipo de belleza, lo cual funciona como herramienta de atracción de la atención de los telespectadores.

Asimismo, insignificamente existe una percepción negativa de los participantes, en la cual son descritos por los niños como aburridos, malos y conflictivos, tal vez esto debido a los contenidos violentos que se transmiten en el programa. Aunque los contenidos violentos son considerados como parte de la competencia, mayormente por los varones, las cuales les producen diversión, entretenimiento y enojo. Por consiguiente, se puede considerar que los contenidos violentos de estos programas conducen o refuerzan la conducta de agresividad en los niños. Este resultado podría explicarse con las investigaciones de Centeno (2016) y Lucio (2015), quienes hallaron que los contenidos violentos de la televisión influyen significativamente en las conductas de los televidentes.

En cuanto a expectativas que producen estos realitys, se identificaron que los entrevistados tienen mayor preferencia por participar en el programa que estudiar una carrera, esto se da mayormente en los varones, quienes desean participar en el programa por realizar los juegos, ganar mucho dinero, ser famosos adquirir las habilidades de sus participantes favoritos o ser como ellos físicamente. Resultados no encontrados en anteriores investigaciones.

Conclusión

De acuerdo a la investigación realizada sobre las representaciones sociales en torno al reality televisivo “Esto Es Guerra” en niños entre 7 a 11 años de edad de instituciones educativas públicas y privadas de una zona periurbana de Lima Metropolitana, se puede concluir que existe una influencia significativa del programa televisivo en las representaciones sociales de los niños, las cuáles son subdivididas en tres categorías: actitud, información y campo de representación.

Este reality genera diversas emociones, sentimientos y actitudes en los niños ya sea a través de sus contenidos y participantes, las cuales son las herramientas principales de estos programas para captar la atención de sus telespectadores. Incluso desencadena comportamientos en las actividades de los niños, como realizar los juegos que se transmiten en estos programas.

De igual manera, se infiere que los niños no tienen la información adecuada de estos realitys televisivos ya que estos perciben todo el contenido como realidad, la cual no es así. Esto puede ser por falta de asesoramiento o supervisión de los padres o apoderados.

Finalmente, estos realitys generan actitudes positivas hacia la violencia, ya que a pesar de que la mayoría de los entrevistados mencionaron que los actos violentos son malos, sin embargo, algunos consideraron estas situaciones como parte de la competencia. Asimismo, conlleva a desarrollar una fuerte preferencia por participar en el programa e incluso frente a estudiar una carrera, debido a que se proyectan con sus participantes favoritos o desean tener sus beneficios, como; ganar mucho dinero y ser famosos.

Referencias

- Abric, J. (2001). Prácticas sociales y representaciones. *Filosofía y cultura contemporánea*, (16), 1-140. Recuperado de file:///C:/Users/Laura/Downloads/262dc7_practicassociales-full.pdf
- Amigo, B. (2003). Para comprender el reality show. *Revista del Centro de Estudios Mediales. Facultad de Comunicación de la Universidad Diego Portales*, 1-12.
- Aran, S., Barata, F., Busquet, J., Medina, P. & Moron, S. (2003). Infancia, violencia y televisión: usos televisivos y percepción infantil de la violencia en la televisión. *QUA-DERNS*, 1(17), 23-31. Recuperado de http://www.mesadiversitat.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q17aranbarata_ES.pdf
- Arboccó de los Heros, M. & O'Brien, J. (2012). Impacto de la "televisión basura" en la mente y en la conducta de niños y adolescentes. *Revista Psicológica UNIFE*, 2(20), 43-57. Recuperado de http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_5.pdf
- Bandura, A. (1974). Behavior theory and the models of man. *American Psychologist*, 29, 859-869.
- Centeno, R. (2016). *Tv basura: El caso de los programas juveniles Esto es Guerra y Combate* (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperada de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4763/1/Centeno_tr.pdf
- Chura, J. & Luque, C. (2017). *Influencia de los Realities Shows en las emociones básicas de los niños de 11-12 años de la IEP 70564 Las Mercedes Juliaca 2016* (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú. Recuperado de

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3986/Chura_Limachi_Jhudith_Blanca_Luque_Vilca_Cesar_Javier.pdf?sequence=1

CONCORTV (18 de octubre del 2016). CONCORTV presentará estudio sobre Consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes. Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/noticias/concortv-presentara-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial-en-ninos-ninas-y-adolescentes/>

CONCORTV (septiembre del 2014). Estudio cuantitativo sobre Consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes informa final. *Ad Rem SAC*, 1-43. Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/file/2014/investigaciones/2014-resumen-ejecutivo-estudio-ninos-adolescentes-rtv.pdf>

Crespo, C. & Salamanca, A. (2007). El muestreo en la Investigación Cualitativa. *Nure Investigación*, 27(1), 01-04. Recuperado de <http://ceppia.com.co/Documentos-tematicos/INVESTIGACION-SOCIAL/MUESTREO-INV-CUALITATIVA.pdf>

Correo. (2014). *Casi el 50% de los niños peruanos mira 'Esto es Guerra'*. Recuperado de <http://diariocorreo.pe/ciudad/casi-el-50-de-los-ninos-peruanos-mira-esto-243194/>

Duarte, J. & Jurado, J. (2016). Consumo televisivo de padres y niños y recepción de las representaciones de autoridad agenciadas por la televisión. *Palabra Clave*, 19(2), 607-629.

El Universal (18 de octubre del 2011). *Estudio revela impacto de Reality Show en adolescentes*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/gente-y-tv/estudio-revela-impacto-de-reality-shows-en-adolescentes-48935>

Gallardo, E. (12 de junio del 2014). Utilización del programa de análisis cualitativo ATLAS.ti para gestionar y analizar datos [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://atlasti.com/2014/06/12/utilizacion-del-programa-de-analisis-cualitativo-atlas-ti-para-gestionar-y-analizar-datos/>.

- Glaser, & Strauss, A. (1967). The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research. *Aldine Publishing Company*, 45-77.
- Jodelet, D. (1986 [1984]). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En: S. Moscovici. *Psicología social*. Vol. II. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Hernández, R., Fernández C. & Baptista M. (2014). *Metodología de la investigación* (6^a ed.). México: Mc Graw Hill Education.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014, septiembre). *Una mirada a Lima Metropolitana*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf
- La República (21 de octubre del 2016). *Los “realities” de TV son los programas más vistos por los niños y adolescentes*. Recuperado de <http://larepublica.pe/sociedad/982777-los-realities-de-tv-son-los-programas-mas-vistos-por-los-ninos-y-adolescentes>
- Lucio, R. (2015). *Influencia De Los Contenidos De Los Programas Televisivos En El Comportamiento De Los Estudiantes De La Escuela Fiscal Mixta “La Inmaculada” Del Cantón Montalvo, Provincia De Los Ríos* (Magister en Docencia) Universidad Técnica de Babahoyo, Los Ríos, Babahoyo. Recuperado de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/1685/1/T-UTB-CEPOS-MDC-0000032.pdf>
- Martínez, M. (2006). La Investigación Cualitativa (síntesis conceptual). *Revista II PSI*, 9 (1), 123-146. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/28144043_La_Investigacion_Cualitativa_Sintesis_conceptual
- Medina, A. & Villareal, A. (1998). *El reality show o las emociones como espectáculo*. México: Mondino.

- Mejía, J. (200). “*El muestreo en la investigación cualitativa*”, en *Investigaciones Sociales*. Vol. IV. Fondo editorial Universidad Nacional de San Marcos, Lima.
- Miles, M., Huberman, M., & Saldaña, J. (2013). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (3era ed.)*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Mora, M. (2002). La Teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea digital*, 2(1), 01-25. Recuperado de <file:///C:/Users/Laura/Downloads/34106-34037-1-PB.pdf>
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Argentina: Huemul S.A.
- Moscovici, S. (1988). Notes toward a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211-250.
- Myers, D. (2008). *Exploraciones de la Psicología Social (4ª ed.)*. España: Mc Graw Hill Education.
- Ordóñez, A. & Caice, L. (2016). *Influencia de los reality shows de tv: programas calle 7 y combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 a 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera* (Bachelor's thesis) Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1382>
- Pauta, R. (2015). *Los niños, la influencia de la televisión y el rendimiento escolar* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de <http://200.62.146.130/handle/cybertesis/4542>
- Perlado, L. & Sevillano, M. (2003). La influencia de la televisión en los niños. *Enseñanza*, 21(1), 163-178. Recuperado de http://espacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:20332/influencia_television.pdf

- Roca, J. (2007). Conducta y Conducta. Acta Comportamentalia. *Revista Latina de Análisis de Comportamiento*, 15(1), 33-43.
- Rodríguez, D. & Valdeorriola, J. (2009). *Metodología de la Investigación*. España: Universitat Oberta de Catalunya.
- Rubira, R. & Puebla, B. (2018). Representaciones sociales y comunicación: apuntes teóricos para un dialogo interdisciplinar inconcluso. *Convergencia*, 25(76), 147-167. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v25n76/2448-5799-conver-25-76-00147.pdf>
- San Martin, D. (2014). Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 16(1), 104-122. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15530561008>.
- Strauss, A. & Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la Teoría Fundamentada. Universidad de Antioquía, Medellín, Colombia.
- Zancada (18 de septiembre del 2015). *Niños que ven televisión para adultos*. Recuperado de <http://www.zancada.com/2015/09/18/ninos-que-ven-television-para-adultos/>

ANEXOS

Anexo 1

Estructuración de la muestra

NIÑOS	EDAD	I.E	CANTIDAD
Hombres	7-9	Pública	2
		Privada	2
	10-12	Pública	2
		Privada	2
Mujeres	7-9	Pública	2
		Privada	2
	10-12	Pública	2
		Privada	2
			16

Anexo 2

Matriz de categorización

Categoría	Sub Categoría	Definición	Preguntas
Representaciones sociales	La Actitud	La actitud es una estructura representativa de la orientación en la conducta de las personas, es la reacción emocional (positiva o negativa) acerca del objeto o suceso de la representación social (Moscovici, 1979).	-¿Con qué frecuencia ves estos programas? -¿Qué sientes cuando ves estos programas? -¿Te identificas con alguno de los participantes? ¿Qué es lo que te gusta de ellos? -¿Te gustaría ser como alguno de ellos? -¿Qué sientes cuando tu equipo favorito pierde? ¿Qué haces cuando tu equipo favorito pierde? -¿Qué sientes cuando tu participante favorito es eliminado? -¿Qué haces cuando tu participante favorito es eliminado? ¿Te gustaría que haya más de estos programas? ¿Te gustaría que pasen otros tipos de programas en este horario?

¿Qué opinas cuando pelean entre los participantes?
 ¿Qué sientes cuando pelean entre los participantes?
 -¿Qué sientes cuando ves pasar malos momentos a alguno de los participantes?

Información	Alude a los conocimientos que tiene un individuo o grupo entorno al objeto de representación o situación social concreta, la cual hace referencia a su cantidad y calidad que varían en función de diversos factores como la concernización y la inclusión social, las cuales algunas veces pueden mediatizar la cantidad y precisión de la información disponible (Moscovici, 1979).	<p>- ¿Qué son para ti estos programas?</p> <p>- ¿Por qué te gusta ver estos programas?</p> <p>- ¿Cómo evalúas estos programas? ¿Por qué?</p> <p>- ¿Cómo consideras a los participantes?</p> <p>-¿Qué opinas de lo que sucede en ese tipo de programa?</p> <p>-¿Qué te dicen tus padres acerca de estos programas?</p>
Campo de representación	Hace referencia a la organización interna, al orden y jerarquía de los elementos que constituyen el contenido de la representación social. "Permite visualizar el carácter del contenido, las propiedades cualitativas o imaginativas, en un campo que integra informaciones en un nuevo nivel de organización en relación a sus fuentes inmediatas" (Mora, 2002, pag. 10).	<p>-¿Realizas los juegos que observas en ellos?</p> <p>-¿Cuáles de los participantes son tus favoritos? ¿Por qué?</p> <p>-¿Crees que las demás personas deben ser como ellos?</p> <p>-¿Cómo los defines y describes a estos participantes?</p> <p>-¿Qué opinas de los romances y escándalos entre los participantes?</p> <p>-¿Te gustaría en algún momento participar en estos programas?</p> <p>-¿Qué prefieres, estudiar una carrera o pertenecer a este programa?</p>

Anexo 3

Matriz de preguntas modificadas

REPRESENTACIONES SOCIALES	
Preguntas reales	Preguntas Modificadas
-¿Con qué frecuencia ves estos programas?	¿Cuántas veces a la semana ves estos programas?
-¿Qué sientes cuando ves estos programas?	
-¿Te identificas con alguno de los participantes?	¿Tú crees que eres como uno de los participantes?
¿Qué es lo que te gusta de ellos?	
-¿Te gustaría ser como alguno de ellos?	
-¿Qué sientes cuando tu equipo favorito pierde?	
¿Qué haces cuando tu equipo favorito pierde?	
-¿Qué haces cuando tu participante favorito es eliminado?	
¿Te gustaría que haya más de estos programas?	
¿Te gustaría que pasen otros tipos de programas en este horario?	
¿Qué opinas cuando pelean entre los participantes?	¿Las peleas que se dan entre los participantes son buenos o malos?
¿Qué sientes cuando pelean entre los participantes?	
-¿Qué sientes cuando ves pasar malos momentos a alguno de los participantes?	
INFORMACIÓN	
- ¿Qué son para ti estos programas?	
- ¿Por qué te gusta ver estos programas?	
- ¿Cómo evalúas estos programas? ¿Por qué?	¿Estos programas son buenos o malos? ¿Por qué?
- ¿Qué son para ti los participantes?	¿Los participantes son personas como nosotros o son súper héroes?
-¿Qué opinas de lo que sucede en ese tipo de programa?	¿Todo lo que pasa en estos programas es real o inventado?
-¿Qué te dicen tus padres acerca de estos programas?	
CAMPO DE REPRESENTACIÓN	
-¿Realizas los juegos que observas en ellos?	
-¿Cuáles de los participantes son tus favoritos? ¿Por qué?	
-¿Qué es lo que más te gusta de ellos?	
-¿Crees que las demás personas deben ser como ellos?	
-¿Cómo defines a estos participantes?	¿Cómo describes a estos participantes? ¿Cómo son?
-¿Qué opinas de los romances y escándalos entre los participantes?	
-¿Te gustaría en algún momento participar en estos programas?	¿Te gustaría ser parte de este programa?
-¿Qué prefieres, estudiar una carrera o pertenecer a este programa?	¿Qué te gustaría más, pertenecer a este programa o estudiar una carrera?

Anexo 4

Guía de entrevista

Nombres y apellidos:

Edad:

Sexo:

Colegio:

- ¿Cuántas veces a la semana ves estos programas?
- ¿Qué sientes cuando ves estos programas?
- ¿Tú crees que eres como uno de los participantes?
- ¿Qué es lo que te gusta de ellos?
- ¿Te gustaría ser como alguno de ellos?
- ¿Qué sientes cuando tu equipo favorito pierde?
- ¿Qué haces cuando tu equipo favorito pierde?
- ¿Qué haces cuando tu participante favorito es eliminado?
- ¿Te gustaría que haya más de estos programas?
- ¿Te gustaría que pasen otros tipos de programas en este horario?
- ¿Las peleas que se dan entre los participantes son buenos o malos?
- ¿Qué sientes cuando pelean entre los participantes?
- ¿Qué sientes cuando ves pasar malos momentos a alguno de los participantes?
- ¿Qué son para ti estos programas?
- ¿Por qué te gusta ver estos programas?
- ¿Estos programas son buenos o malos? ¿Por qué?
- ¿Los participantes son personas como nosotros o son súper héroes?
- ¿Todo lo que pasa en estos programas es real o inventado?
- ¿Qué te dicen tus padres acerca de estos programas?
- ¿Realizas los juegos que observas en ellos?
- ¿Cuáles de los participantes son tus favoritos? ¿Por qué?
- ¿Qué es lo que más te gusta de ellos?
- ¿Crees que las demás personas deben ser como ellos?
- ¿Cómo describes a estos participantes? ¿Cómo son?
- ¿Qué opinas de los romances y escándalos entre los participantes?
- ¿Te gustaría ser parte de este programa?
- ¿Qué te gustaría más, pertenecer a este programa o estudiar una carrera?

Anexo 5

Consentimiento Informado

Consentimiento Informado para los padres

La presente investigación es dirigida por Laura Lizbeth Saavedra Alan, alumna de la carrera de Psicología de la Universidad San Ignacio de Loyola. El objetivo de este estudio es conocer cuáles son las representaciones sociales en torno a realitys televisivos en niños de Instituciones públicas y privadas en una zona periurbana de Lima Metropolitana. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro objetivo fuera de los de esta investigación, para la cual se realizará algunas preguntas y se le grabará durante la entrevista de modo que permita transcribir las ideas exactas que su menor hijo haya expresado.

Si está de acuerdo con lo anteriormente descrito, complete lo siguiente:

Yo.....acepto
que mi menor hijo.....participe
voluntariamente en esta investigación, conducida por la alumna Laura Lizbeth Saavedra Alan, reconociendo que la información que mi menor hijo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y que no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirar a mi menor hijo del mismo cuando así lo decida.

Firma del Padre o apoderado

Fecha

Anexo 6

Asentimiento Informado

Asentimiento Informado para el participante

Mi nombre es Laura Lizbeth Saavedra Alan, soy alumna de la carrera de Psicología de la Universidad San Ignacio de Loyola. El objetivo de este estudio es conocer cuáles son las representaciones sociales en torno a realitys televisivos en niños de Instituciones públicas y privadas en una zona periurbana de Lima Metropolitana. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro objetivo fuera de los de esta investigación, para la cual se te realizará algunas preguntas y se te grabará durante la entrevista de modo que permita transcribir las ideas exactas que hayas expresado.

Quiero saber si te gustaría participar en esta investigación. Una vez que tu aceptes participar se conversará con tus padres o apoderados para que ellos tengan conocimiento de este estudio.

Si decides participar:

- 1.- Le pediremos a tu mamá o a la persona que te acompaña, pueda firmar el consentimiento informado.
- 2.- Luego realizaremos una entrevista personal. No usaremos tu nombre ni datos personales. Tampoco le diremos a nadie que estas participando en este estudio, ni compartiremos datos en algún medio.
- 3.- Si quieres participar, haz un círculo o una marca en el círculo verde y si no quieres, haz la marca en el círculo rojo. Con eso bastará para que nosotros sepamos tu preferencia.

Yo.....



Sí quiero participar



NO quiero participar

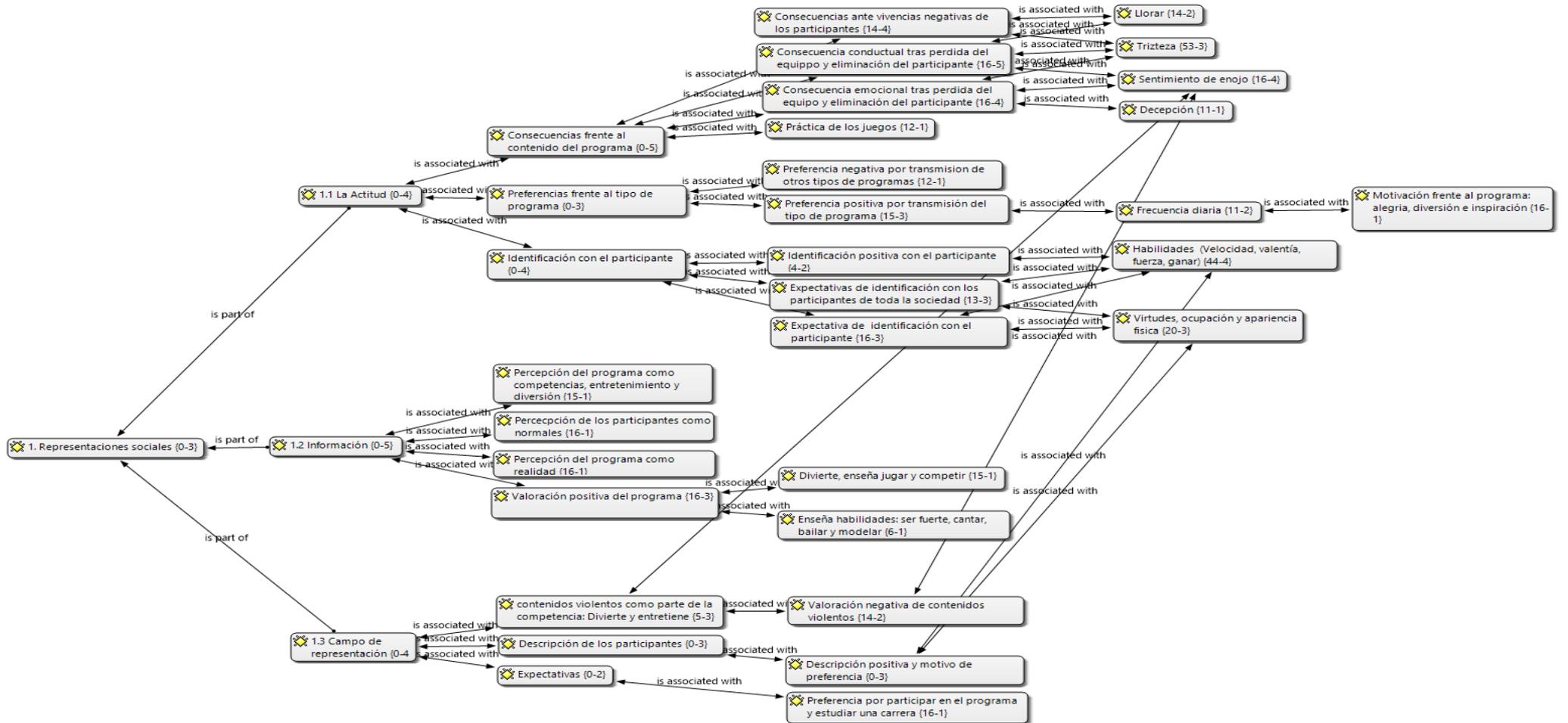
Laura Saavedra Alan

Investigador responsable

Fecha

Anexo 7

Figura 1: Mapa semántico de códigos jerarquizada



Anexo 8

Tabla 3

Tabla de códigos y documentos primarios

	Niñas								Niños								Totales
	I.E.E				I.E.P				I.E.E				I.E.P				
	P 2	P 3	P 6	P 7	P 4	P 5	P 8	P 9	P10	P11	P 1	P14	P15	P16	P12	P13	
1. Representaciones sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1.1 La Actitud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1.2 Información	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1.3 Campo de representación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Consecuencia conductual tras pérdida del equipo y eliminación del participante	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	
Consecuencia emocional tras pérdida del equipo y eliminación del participante	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
Consecuencias ante vivencias negativas de los participantes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	
Consecuencias frente al contenido del programa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Contenidos violentos como parte de la competencia:	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	
Divierte y entretiene																	
Decepción	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	2	1	0	1	0	2	
Descripción de los participantes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Descripción negativa: aburridos, malos y conflictivos	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	
Descripción positiva y motivo de preferencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Deseo o deja de ver el programa	0	1	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	
Divierte, enseña jugar y competir	1	1	1	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	2	1	0	
Enseña habilidades: ser fuerte, cantar, bailar y modelar	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Expectativa de identificación con el participante	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	
Expectativas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Expectativas de identificación con los participantes de toda la sociedad	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	
Frecuencia diaria	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	
Habilidades (Velocidad, valentía, fuerza, ganar)	2	3	3	2	2	3	1	1	4	3	3	5	3	3	3	3	
Identificación con el participante	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Identificación positiva con el participante	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
Llorar	2	2	0	0	2	1	2	1	1	0	0	1	2	0	0	0	
Motivación frente al programa: alegría, diversión e inspiración	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	

Percepción de los participantes como normales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
Percepción del programa como competencias, entretenimiento y diversión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	15
Percepción del programa como realidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
Poca frecuencia	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	5	
Práctica de los juegos	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	12	
Preocupación y expectativa de ayuda	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	
Preferencia negativa por transmisión de otros tipos de programas	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	12	
Preferencia por participar en el programa y estudiar una carrera	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	
Preferencia positiva por transmisión del tipo de programa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	15	
Preferencias frente al tipo de programa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Sentimiento de enojo	0	1	1	3	2	0	2	0	1	1	1	1	0	0	1	2	16	
Sentimiento de tristeza y decepción	3	4	3	4	3	3	2	3	3	1	4	2	2	4	4	2	47	
Tristeza	4	5	3	5	3	3	3	3	2	1	2	3	3	5	5	3	53	
Valoración negativa de contenidos violentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	14	
Valoración positiva del programa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	
Virtudes, ocupación y apariencia física	4	1	2	1	2	2	2	2	0	0	1	0	0	1	1	1	20	
TOTALES:	35	35	30	31	34	32	32	27	30	21	29	31	27	32	31	27	484	

Anexo 9

Tabla de códigos y criterios de generación de significado (saturación)

Códigos	Frecuencia	Densidad	Jerarquización	Representatividad	Saturación Cumple al menos un criterio
1. Representaciones sociales	no	si	si	no	si
1.1 La Actitud	no	si	si	no	si
1.2 Información	no	si	si	no	si
1.3 Campo de representación	no	si	si	no	si
Consecuencia conductual tras pérdida del equipo y eliminación del participante	si	si	si	si	si
Consecuencia emocional tras pérdida del equipo y eliminación del participante	si	si	si	si	si
Consecuencias ante vivencias negativas de los participantes	si	si	si	si	si
Consecuencias frente al contenido del programa	no	si	si	no	si
Contenidos violentos como parte de la competencia: Divierte y entretiene	no	si	si	no	si
Decepción	no	no	no	si	si
Descripción de los participantes	no	si	si	no	si
Descripción negativa: aburridos, malos y conflictivos	no	no	no	no	no
Descripción positiva y motivo de preferencia	no	si	si	no	si
Deseo o deja de ver el programa	no	no	no	no	no
Divierte, enseña jugar y competir	si	no	no	si	si
Enseña habilidades: ser fuerte, cantar, bailar y modelar	no	no	no	no	no
Expectativa de identificación con el participante	si	si	si	si	si
Expectativas	no	si	si	no	si
Expectativas de identificación con los participantes de toda la sociedad	si	si	si	si	si
Frecuencia diaria	si	si	si	no	si
Habilidades (Velocidad, valentía, fuerza, ganar)	si	si	no	si	si
Identificación con el participante	no	si	si	no	si
Identificación positiva con el participante	no	si	si	no	si
Llorar	si	no	no	no	si
Motivación frente al programa: alegría, diversión e inspiración	si	no	no	si	no
Percepción de los participantes como normales	si	no	no	si	si
Percepción del programa como competencias, entretenimiento y diversión	si	no	no	si	si
Percepción del programa como realidad	si	no	no	si	si
Poca frecuencia	no	no	no	no	no
Práctica de los juegos	si	no	no	no	si

Preocupación y expectativa de ayuda	no	no	no	no	no
Preferencia negativa por transmisión de otros tipos de programas	si	no	no	no	no
Preferencia por participar en el programa y estudiar una carrera	si	no	no	si	si
Preferencia positiva por transmisión del tipo de programa	si	si	si	si	si
Preferencias frente al tipo de programa	no	si	si	no	si
Sentimiento de enojo	si	si	no	si	si
Sentimiento de tristeza y decepción	si	si	no	si	si
Tristeza	si	si	no	si	si
Valoración negativa de contenidos violentos	si	si	si	si	si
Valoración positiva del programa	si	si	si	si	si
Virtudes, ocupación y apariencia física	si	si	no	no	si