

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 Zea del Distrito de La Victoria - Chiclayo 2013.

The Message Spread from "This Is War" Reality Show in the Fourth Grade Students Of Secondary Education Institution Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea of La Victoria District - Chiclayo 2013.

Veliz Lluncor, Oscar Eduardo¹

Fecha de recepción: 12 de setiembre de 2014

Fecha de Aceptación: 25 de octubre de 2014

Resumen

La presente investigación descriptiva – analítica no experimental, siguió la línea de producción audiovisual, videografía y otras tecnologías comunicacionales y tuvo como objetivo general identificar el mensaje que transmite el reality show “Esto es Guerra” en los estudiantes de cuarto grado de educación secundaria de la Institución Educativa Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea del distrito de la Victoria. Se midió tres unidades de análisis: Las ediciones diarias del reality show “Esto es Guerra” desde el 19 de Agosto hasta el 20 de Diciembre del 2013, a través de una ficha de observación (12 ediciones); entrevista a expertos en el área de comunicación, educación, psicología y sociología; y encuesta a 80 estudiantes. Se concluyó que el reality show “Esto es Guerra” transmite un mensaje negativo, el cual influye en aspectos de la vida cotidiana de los estudiantes.

Palabras clave: Influencia, Mensaje, reality show, receptor, televisión.

Abstract

The present descriptive - analytical non experimental investigation, has followed ways of the videography, audiovisual production and others communicational technologies and it has a main target to identify what message transmits a reality show called “Esto es Guerra” to the 4th grade of high school students of Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea in “La Victoria” district. We have measured three analysis units: They daily shows of “Esto es Guerra” since August 19 until december 20 of 2013, through an observations sheet (12 sheets); and interviews to experts in communication, education, psychology and sociology, and surveys to 80 students. We have concluded that the reality show called “Esto es Guerra” transmits a negative message, which influences in many aspects the students daily life.

Keywords: Influence, Message, reality show, receiver, TV.

¹ Adscrito a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú.
oscar17@crece.uss.uss.edu.pe.

La presente investigación planteó el problema del reality show “Esto es guerra” y el público, en donde se determinó que el programa transmite contenidos violentos y obscenos a los televidentes, que pueden afectar los valores inherentes a la familia y la sociedad, además muestra conceptos distorsionados sobre la sexualidad a los niños y adolescentes. Como problema nos preguntamos ¿cuál es el mensaje que transmite el reality show “Esto es guerra” en los estudiantes de cuarto grado de educación secundaria de la I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea del distrito de La Victoria?

El trabajo es de la línea de investigación Producción audiovisual, videografía y otras tecnologías comunicacionales, de la currícula de la escuela de Ciencias de la comunicación de la Universidad Señor de Sipán. El objetivo general fue identificar 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 Zea del distrito de La Victoria. Nuestra hipótesis general consistió en determinar como el reality show juvenil “Esto es guerra” influye en el comportamiento de los estudiantes, luego de recibir mensajes negativos, basados en violencia. La investigación será de importancia para la Universidad Señor de Sipán, los comunicadores sociales, dueños de canales de televisión, empresas productoras, docentes, psicólogos, educadores, sociólogos y estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

Métodos y materiales

La investigación es de tipo descriptivo - analítico, con un diseño no experimental. Se tomó como población las ediciones diarias del reality show “Esto es guerra” desde el 19 de Agosto hasta el 20 de Diciembre del 2013. También se tomó como población a los estudiantes de cuarto grado de educación secundaria de la I.E. Juan Pablo Vizcardo y Guzmán Zea del distrito de la Victoria y finalmente a cuatro especialistas en el tema (Comunicador, educador, sociólogo, psicólogo). Se tomó una muestra probabilística aleatoria por intervalos de 12 programas, un censo de 80 estudiantes y una muestra no probabilística de expertos.

Las Variables de estudio fueron el Programa “*Esto es guerra*” y el *mensaje*. Se aplicaron como métodos de investigación, el método de análisis que consistió en analizar los resultados relevantes de los instrumentos aplicados, considerando las fuentes primarias del marco teórico.

El método hipotético-deductivo que permitió dar explicaciones de los datos y arribar a conclusiones y el método de medición que consistió en revelar la relación entre las variables. Para ello se aplicaron los procedimientos estadísticos correspondientes.

Las técnicas usadas fueron: La observación, la entrevista y la encuesta. Se utilizó como instrumentos, la ficha de observación, cuestionario de entrevista y cuestionario de encuesta.

Para ejecutar el análisis, se procedió a realizar tablas y figuras, elaboradas con el programa Microsoft Office Excel. Se siguió los siguientes pasos:

Seriación: Se codificó los instrumentos de acuerdo al objeto de estudio.

Tabulación: Se aplicaron los instrumentos para luego proceder a realizar la tabulación, empleando para ello la escala numeral. Se tabuló cada uno de los instrumentos aplicados por separado.

Elaboración de figuras y tablas: Los instrumentos fueron tabulados y esto nos permitió elaborar figuras o tablas por cada uno de los instrumentos mediante el programa Microsoft Office Excel.

Resultados

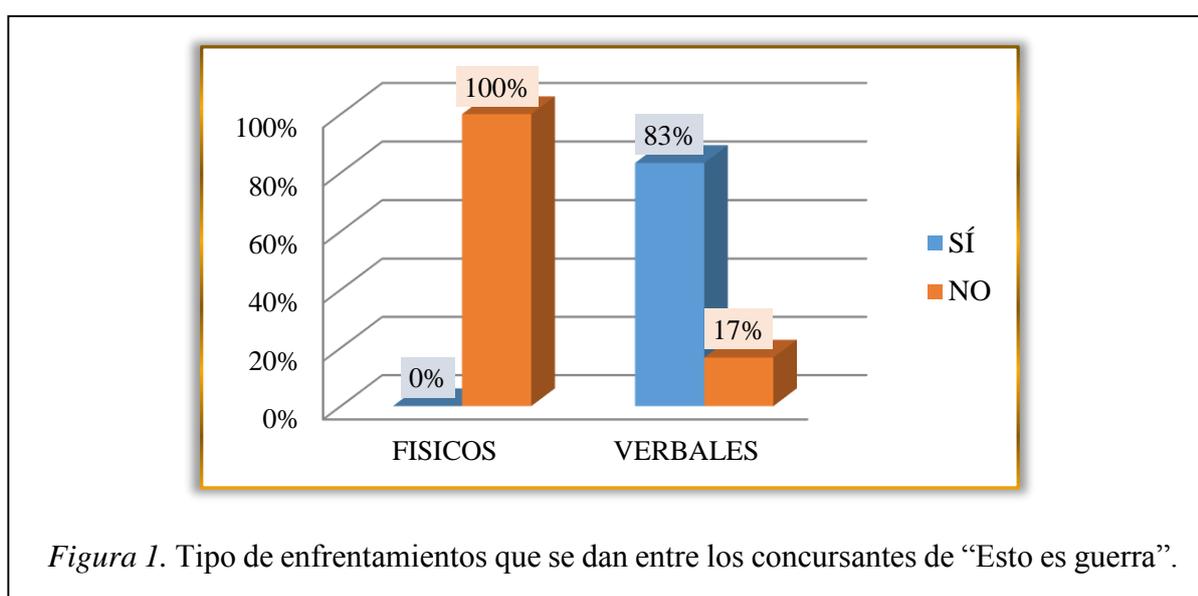


Figura 1. Tipo de enfrentamientos que se dan entre los concursantes de “Esto es guerra”.

Se puede observar que del total de programas analizados, los enfrentamientos que más se dan entre los concursantes, son verbales (83%), y los que menos se dan, son los enfrentamientos físicos (0%). Fuente: Elaboración propia, en base a ficha de observación.

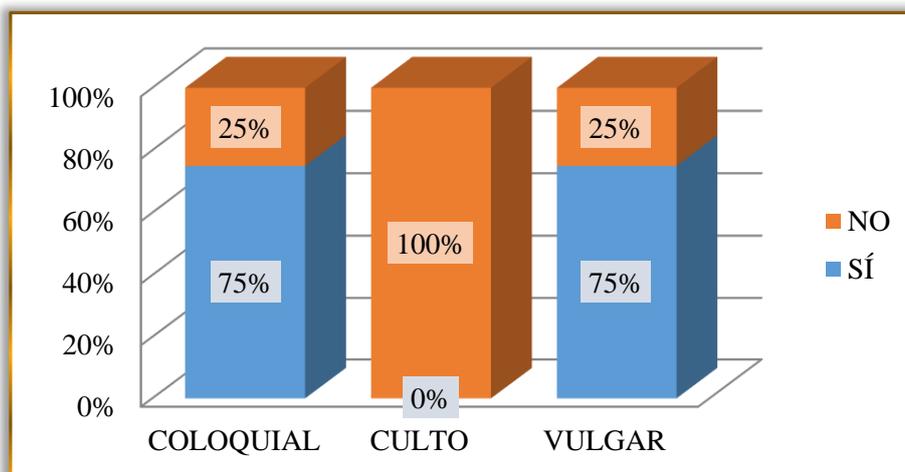


Figura 2. Tipo de lenguaje que utilizan los concursantes de “Esto es guerra.”

Se puede observar que del total de programas analizados, el tipo de lenguaje que más utilizan los concursantes del programa, es el lenguaje coloquial (75%), al igual que el lenguaje vulgar (75%). Y el que nunca utilizan es el lenguaje culto (0%). Fuente: Elaboración propia, en base a ficha de observación.

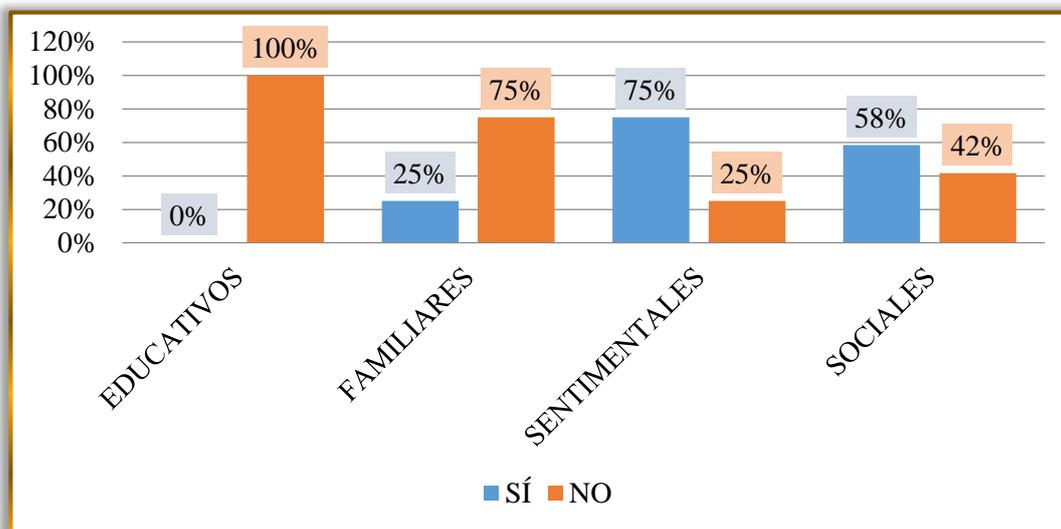


Figura 3. Temas que se abordan en el programa “Esto es guerra”.

Se puede observar que del total de programas analizados, los temas que más se abordan en el programa son de tipo sentimentales (75%), sociales (58%), muy lejos le siguen los temas

familiares (25%). Y los temas que nunca se abordan son los educativos (0%). Fuente: Elaboración propia, en base a ficha de observación.

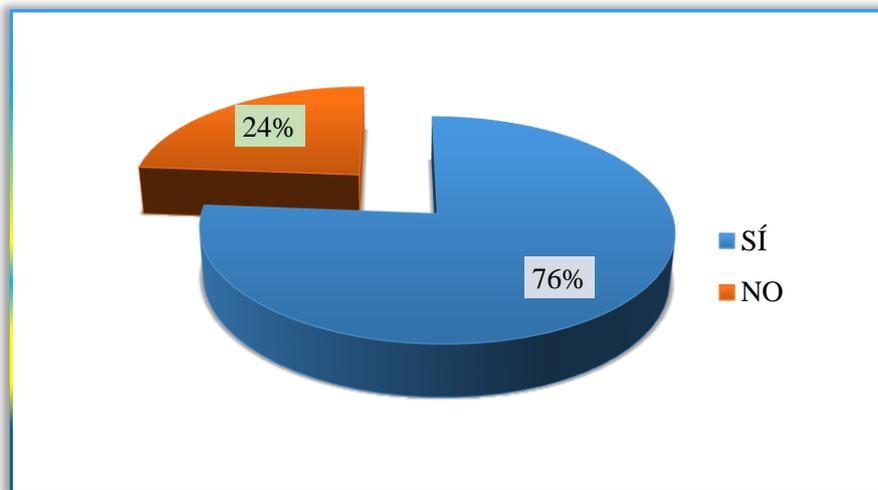


Figura 4. Estudiantes que ven el programa “Esto es guerra”.

En la figura 4 se observa que del total de estudiantes, el 76% ven el programa “Esto es guerra” y el 24% no lo ven. Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.

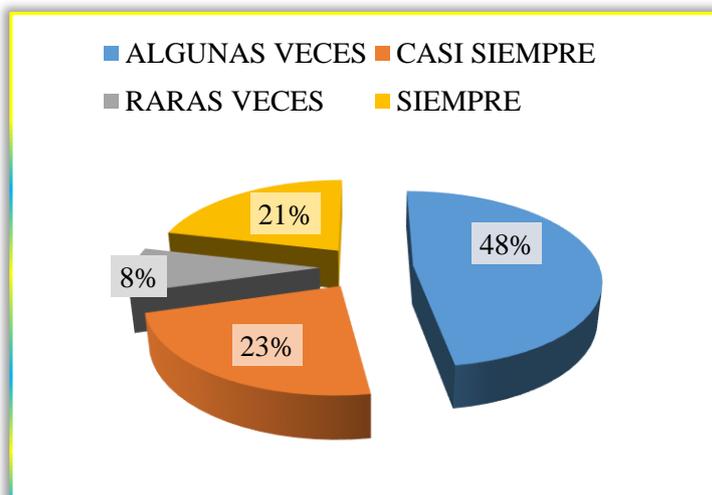
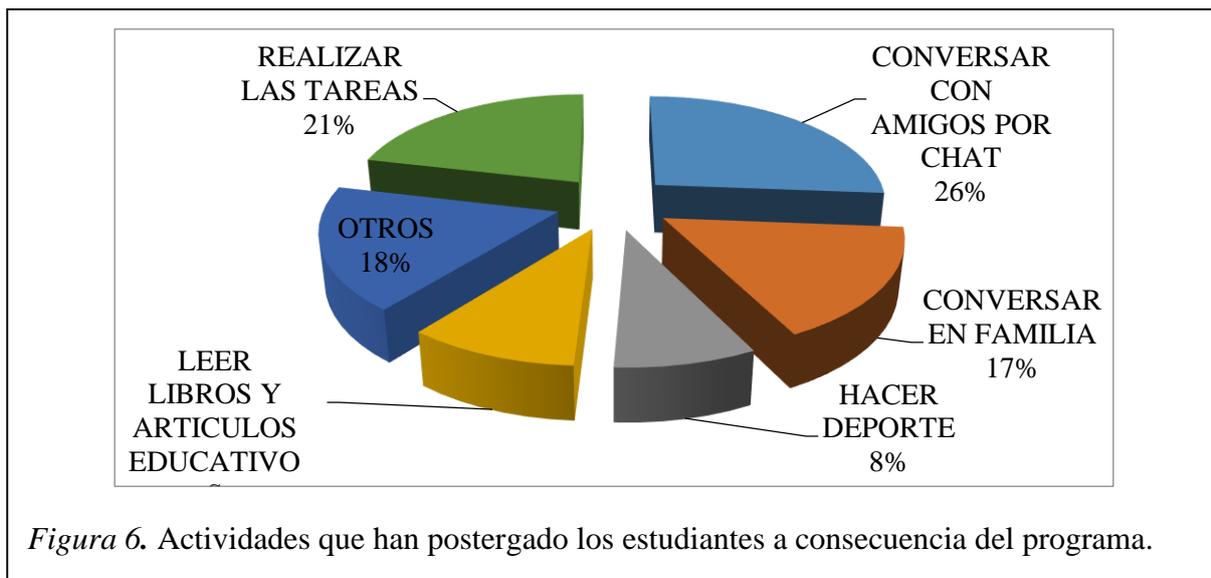


Figura 5. Frecuencia con la que los estudiantes ven el programa “Esto es guerra”.

Se observa que del total de estudiantes, el 48% ve algunas veces el programa, el 23% lo ve casi siempre, el 21% lo ve siempre y un 8 % raras veces. Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.



En la figura 6 se puede observar que del total estudiantes, el 26% dejó de conversar con amigos por chat, el 21% dejó de realizar las tareas, el 18% descuido otras actividades, el 17% dejó de conversar en familia, el 10% dejó de leer libros y artículos educativos y el 8 % dejó hacer deporte. Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.

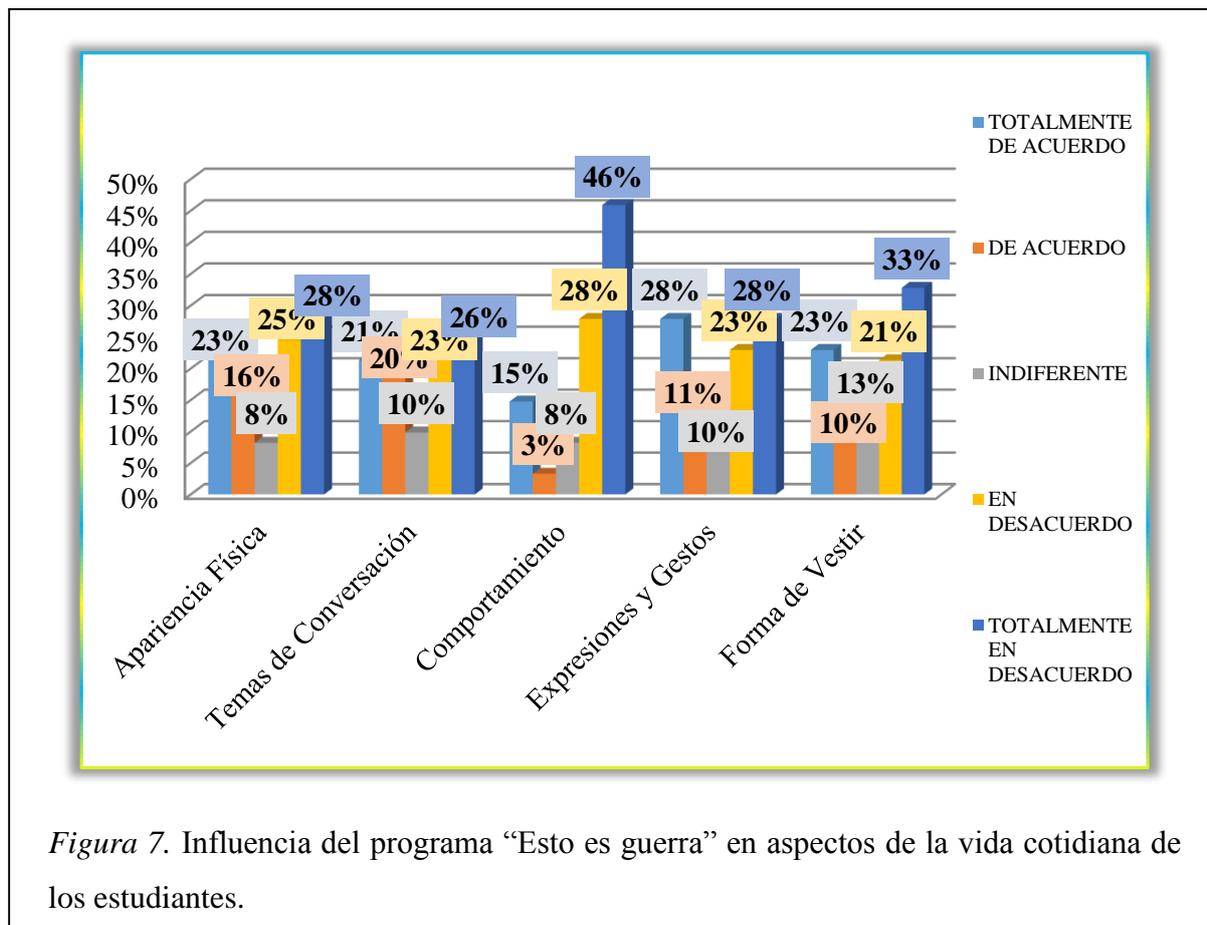


Figura 7. Influencia del programa “Esto es guerra” en aspectos de la vida cotidiana de los estudiantes.

Al analizar la influencia que ejerce el programa “Esto es guerra” en aspectos de la vida cotidiana de los estudiantes, se concluye que la mayoría manifiesta estar totalmente de acuerdo en que el programa ha influido en su expresiones y gestos (28%), en su forma de vestir y su apariencia física (23%), en su comunicación (21%) y en su comportamiento (15%). Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.

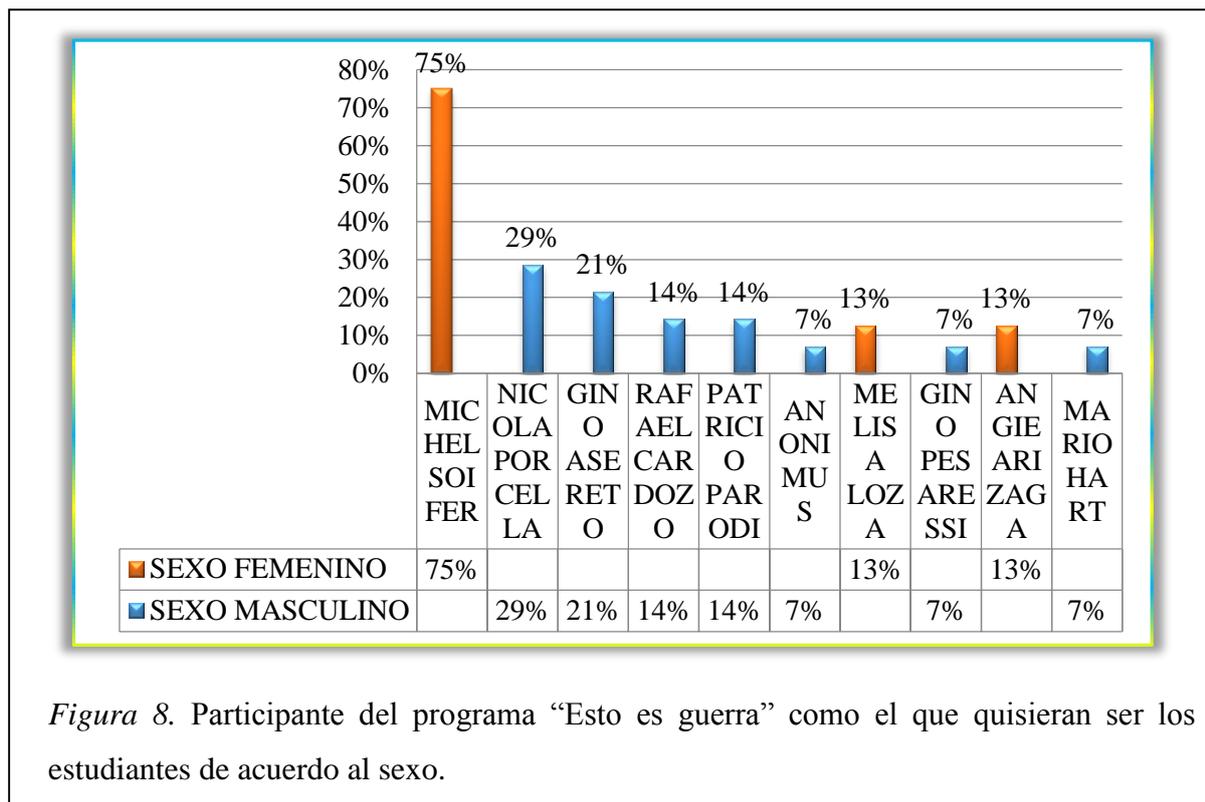


Figura 8. Participante del programa “Esto es guerra” como el que quisieran ser los estudiantes de acuerdo al sexo.

Se puede observar, que del total de estudiantes mujeres, el 75% indicó que les gustaría ser como la concursante Michelle Soifer, el 13% como Melissa Loza y Angie Arizaga respectivamente.

Por otro lado, del total de estudiantes varones, el 29% indicó que les gustaría ser como Nicola Porcella, el 21% como Gino Aseretto, el 14% como Rafael Cardozo y Patricio Parodi respectivamente y solo un 7% como Anonimus, Gino Pesaressi y Mario Hart.

Si comparamos entre ambos sexos, se puede apreciar que el mayor porcentaje de estudiantes varones (29%) indicó que les gustaría ser como el concursante Nicola Porcella y las mujeres (76%) como la concursante Michelle Soifer. Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.

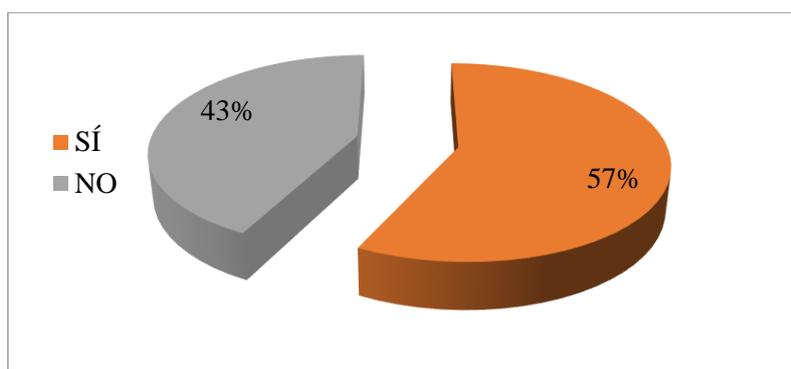


Figura 9. Estudiantes que quisieran participar como concursantes del programa “Esto es guerra”.

Se puede observar, que del total de estudiantes, el 57% sí participarían como concursantes del programa “Esto es guerra”, a diferencia del 43% que indicó lo contrario. Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.

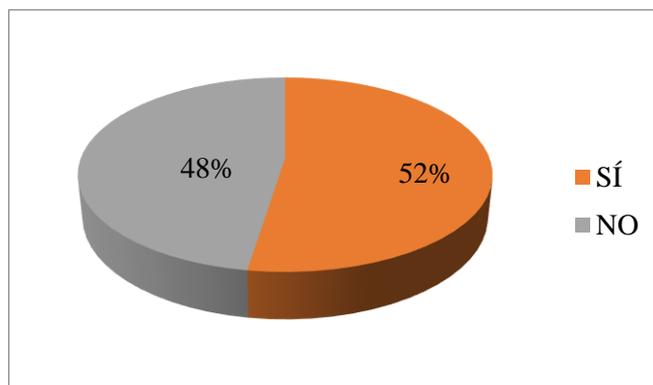


Figura 10. Estudiantes que se identifican con uno de los concursantes del programa “Esto es guerra”.

Se observa que del total de estudiantes, el 52% sí se identifican con uno de los concursantes del programa “Esto es guerra”, a diferencia del 48% que indicó lo contrario. Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.

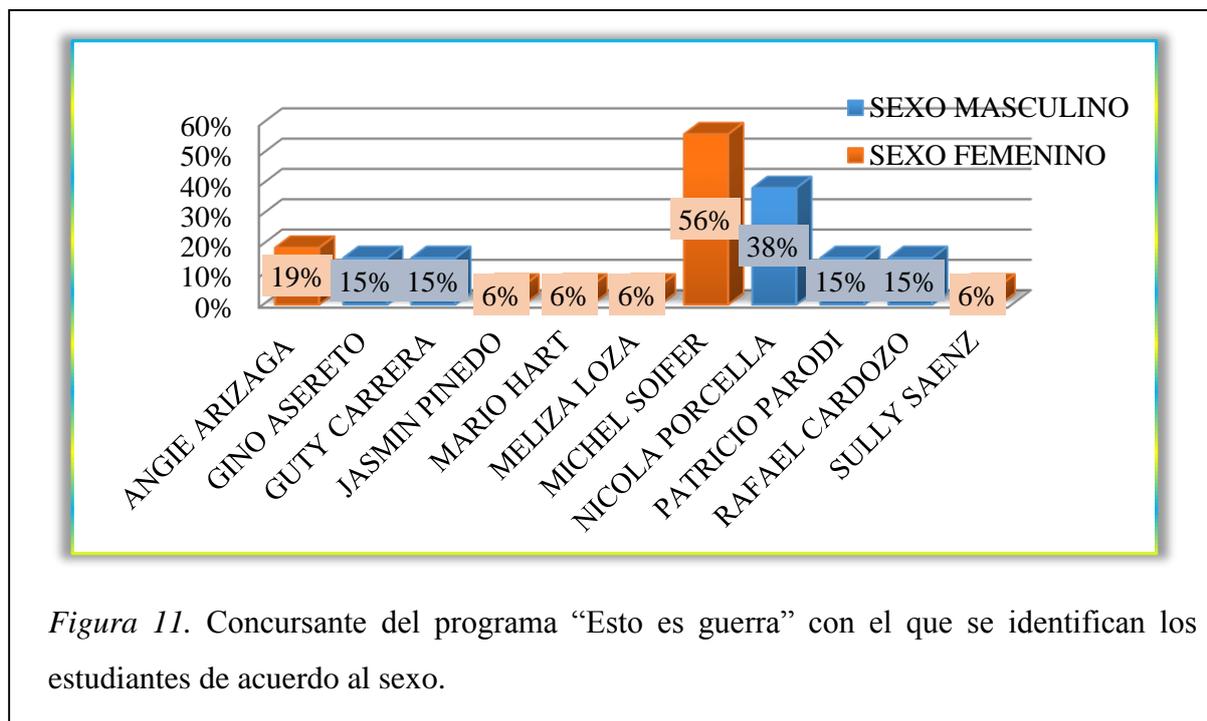


Figura 11. Concursante del programa “Esto es guerra” con el que se identifican los estudiantes de acuerdo al sexo.

Se puede observar que del total de estudiantes de varones, el 38% se identifican con el concursante Nicola Porcella, muy lejos se encuentran Gino Aseretto, Guty Carrera, Patricio Parodi y Rafael Cardozo, representados por un 15%. Por otro lado, del total de estudiantes mujeres, el 56% se identifican con la concursante Micheille Soifer, el 19% con Angie Arizaga, muy lejos se encuentran Jazmín Pinedo, Melissa Loza, Mario Hart y Sully Sáenz, con un 6%. Si comparamos entre ambos sexos, se puede apreciar que el mayor porcentaje de estudiantes varones (38%) se identifica con el concursante Nicola Porcella y las mujeres (56%) con la participante Micheille Soifer. Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.

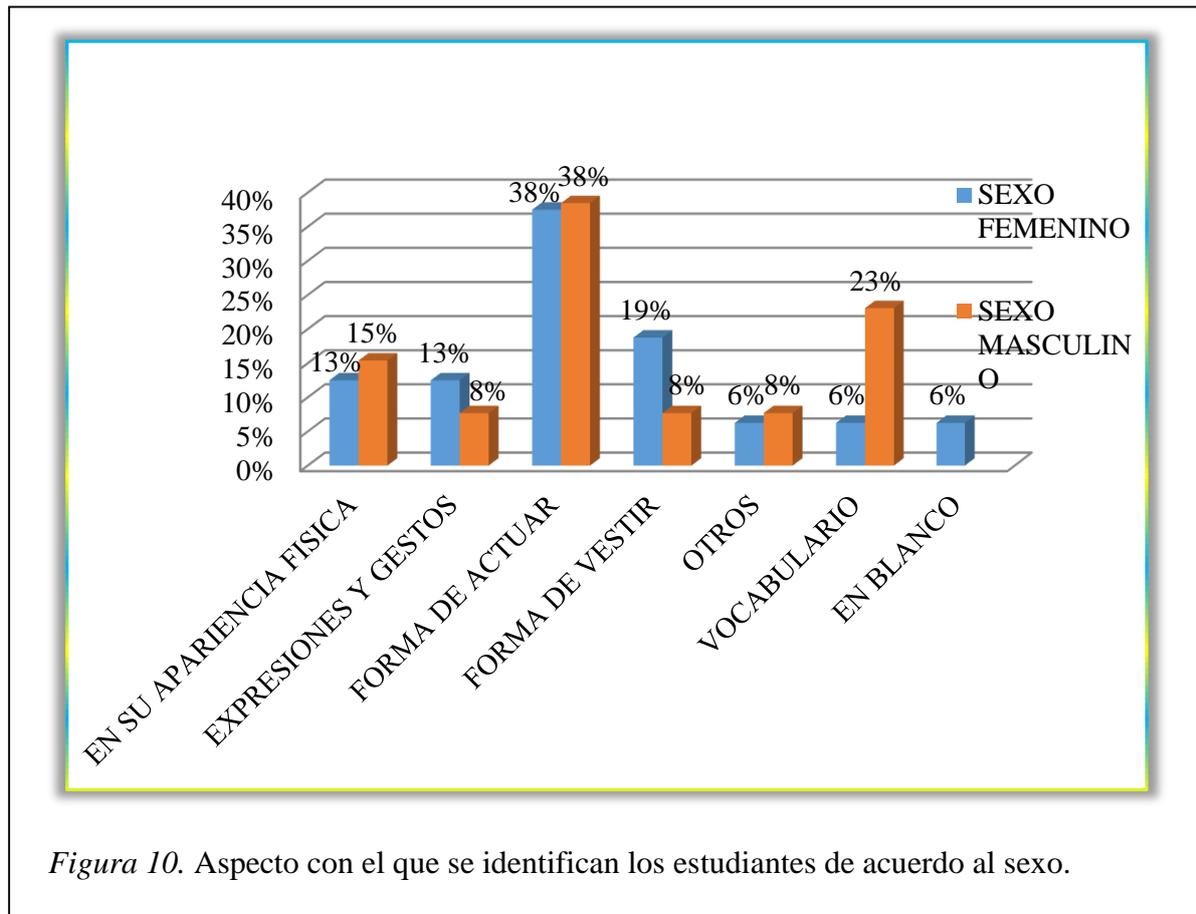


Figura 10. Aspecto con el que se identifican los estudiantes de acuerdo al sexo.

Se puede observar que del total de estudiantes varones, el 38% se identifica con la forma de actuar de los concursantes, el 23% con el vocabulario, el 15% con la apariencia física y un 8% con las expresiones y gestos así como la forma de vestir de los concursantes y otros aspectos.

Por otro lado del total de estudiantes mujeres, el 38% se identifican con la forma de actuar de las concursantes, el 19% con la forma de vestir, el 13% con la apariencia física y las expresiones y gestos y un 6% con el vocabulario y otros aspectos. Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario de encuesta.

Discusión

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general Identificar 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 Zea del distrito de La Victoria.

A través de los resultados, se demuestra que los enfrentamientos que más se dan entre los concursantes del reality show “Esto es guerra” son verbales en la mayoría de ediciones y casi siempre con palabras subidas de tono y con calificativos muy fuertes. La figura 2 indica que los concursantes utilizan un lenguaje coloquial y vulgar en la mayoría de ocasiones. Esto demuestra lo expuesto por Hernández, G. (2008): “El reality show busca mostrar todos los detalles íntimos de los participantes, de manera escandalosa porque sabe que eso es lo que le gusta al espectador y asimismo esto es lo que más le genera resultados a estos programas. Con el reality show, se invade lo privado para hacerlo de interés público”.

Los temas que más se abordan en el programa son de tipo sentimentales y sociales en su mayoría. Todo esto coincide con lo expuesto por Estremadoyro (2004): “Los temas que se presentan a menudo en un reality show son repetitivos y hacen que tengan duras críticas, debido al tratamiento inadecuado que se les brinda. Se explota de manera escandalosa los testimonios lo que motiva a tener comentarios adversos por parte de la audiencia”.

Todos los contenidos del programa, sin duda han generado aceptación en los estudiantes, ya que la mayoría indicó ver el programa. Esto coincide con lo investigado por Cueva, O. (2004): “Los reality show cuentan con la aceptación positiva por parte de jóvenes y adultos con todas las escenas que tienen”.

Se evidencia cierto tipo de adicción en los estudiantes, ya que algunos de ellos ven con bastante frecuencia el programa, postergando actividades que realizan con normalidad, todo esto evidencia lo expuesto por Hernández (2008): “Con los programas reality perdemos nuestra identidad, debido a que la televisión es uno de los mayores formadores sociales. Nos dejamos llevar por este tipo de espectáculo, nos mantenemos enterados de la vida de otros, postergando actividades más productivas como el diálogo en familia, la interacción, lectura de libros, actividades que realmente aportan al crecimiento personal”.

Por otro lado, el programa ha generado influencia y efectos negativos en aspectos de la vida cotidiana de los estudiantes: la mayoría manifiesta estar totalmente de acuerdo en que el programa ha influido en su expresiones y gestos, en su forma de vestir, en su apariencia física, por los estereotipos que manifiestan los participantes, en su comunicación al dejar de lado temas relevantes por hablar todo lo relacionado al programa en su entorno social y familiar, en su comportamiento al imitar las acciones violentas de los concursantes. Todo esto evidencia lo advertido por Rigo (2004): “Un reality show puede significar una posible influencia en aspectos como la vestimenta, vocabulario y gestos entre los jóvenes”.

Se revela que las estudiantes quieren ser como las concursantes Michelle Soifer, Melisa Lossa y Angie Arizaga. Mientras los varones indicaron que les gustaría ser como Nicola Porcella, Gino

Asereto, Rafael Cardozo, Patricio Parodi, Gino Pesaresi y Mario Hart. Otros consideraron que no les gustaría ser como los concursantes de “Esto es Guerra”, porque solo se pelean entre ellos, no practican valores, solo se falta el respeto y reflejan violencia. Todo esto evidencia lo expuesto por García (2001): “Nos encontramos en una sociedad marcadamente individualista, en la que la gente está y se siente muy sola, hay falta de diálogo, y se admira a las personas que tienen un mayor brillo social”.

Muchos de los estudiantes tienden a imitar el accionar de los concursantes y muchas veces aspiran a participar como concursantes del programa, porque desean salir en pantallas y sentir la adrenalina que causa la televisión. Esto revela lo expuesto por Fernández (2001): “El niño y adolescente copia o intenta hacer lo que otros hacen, ignorando la diferencia entre lo real y lo irreal, entre lo posible y lo imposible. Las experiencias demuestran que la contemplación de series violentas induce a los niños y jóvenes a provocar actos violentos”.

Otras de las reacciones reflejada en los estudiantes es la Identificación, que nos demuestra que los estudiantes sí se sienten identificados con los concursantes del reality show “Esto es guerra”, la mayoría de varones se sienten identificados con el concursante Nicola Porcella y las mujeres con la concursante Michelle Soifer, como lo indica la figura 7 – B.

Entre los aspectos que más se identifican los estudiantes con los concursantes del programa, destacan la forma de actuar, la apariencia física, la forma hablar, vestir y expresarse,. Otros expresaron que no se identifican con ningún participante, es decir que no encuentran nada semejante a algún concursante del reality debido a que desaprueban su conducta, porque dan un mal ejemplo. Esto evidencia lo expuesto por Hernández, G. (2008): “Con este tipo de programas, se muestran situaciones que antes eran ajenas a la mirada del público, como conocer tan a fondo la vida de determinada persona que se muestra en televisión y quien observa empieza a crear vínculos y afectos con cada uno de los participantes ya que se sienten identificados con personajes y situaciones que suceden”.

Conclusiones

En cuanto a los componentes estructurales del reality show “Esto es guerra”, se identificó que los temas que más se abordan en el programa son de tipo sentimentales y sociales. Se detectó que lo privado no existe porque todo se muestra ante cámaras, exponen todos los detalles íntimos de los concursantes, de manera escandalosa, exhiben sus relaciones sentimentales, sus alegrías, tristezas, sus enfrentamientos que en la mayoría de los casos son verbales y con un lenguaje vulgar. Todo esto bajo un posible guión, que apunta hacia al conflicto humano y el lado emocional del televidente, que explica

en gran medida el éxito del programa. Esto sin duda representa un problema enorme para los adolescentes, que están en plena formación de su personalidad e imitan lo que ven, sin diferenciar la ficción de la realidad.

Todo los contenidos que se presentan en “Esto es guerra” generó aceptación en los estudiantes, que se han dejado atrapar por este programa, postergando actividades que anteriormente llevaban a cabo como realizar las tareas, leer libros y artículos educativos, conversar en familia, conversar con amigos por chat y hacer deporte. Esto a su vez demostró que el reality show “Esto es guerra” puede representar una posible influencia en aspectos de la vida cotidiana de los adolescentes.

Los estudiantes indicaron que el reality influyó en aspectos de su vida, como su forma de hablar, vestir, actuar, expresarse y comportarse. Reconocieron haber dialogado con amigos y familiares sobre todo lo concerniente al programa, dejando de lado otros temas relevantes. Aceptaron haber usado ropa similar a la de los concursantes, imitado gestos y expresiones, incluso llegaron a imitar su apariencia física y su accionar violento.

Los estudiantes tienen una percepción distinta en relación al reality show “Esto es guerra”, le han dado sentido a partir de lo que ven, de lo que receptionan, y esto hace que tengan diferentes opiniones del programa. La mayoría de los estudiantes calificaron de regular al programa, pero otros tuvieron calificaciones negativas para con el mismo, como por ejemplo que no promueve nada bueno, que no brindan un buen ejemplo y que solo denigran la imagen de la mujer. Indicaron que solo les transmite entretenimiento, fueron pocos los que consideraron que el reality es violento y ofensivo.

Por otro lado el aspecto que les motiva a ver el programa a los estudiantes, en muchos de los casos son los juegos que mayormente son riesgosos, los conflictos internos de los concursantes, los romances y finalmente la intriga y curiosidad que está ligada al morbo. Todo esto se puede resumir en el sentido que le atribuyen los estudiantes al observar cómo viven y se relacionan los concursantes, los juegos que se presentan, o como son sus relaciones sentimentales, que finalmente les resulta interesante.

Los contenidos que se presentan a diario en el reality show “Esto es guerra” generó diversas reacciones en los estudiantes, entre ellas una posible identificación con los participantes del reality, la mayoría de estudiantes varones afirmaron sentirse identificados con el participante Nicola Porcella y las mujeres con la participante Micheille Soifer, en aspectos como la apariencia física, la forma de vestir, actuar y expresarse. Fueron, pocos los estudiantes que no se sintieron identificados, argumentando su desacuerdo total con lo que se presenta en el programa.

Otra de las reacciones que generó el programa en los estudiantes fue la empatía, algunos admitieron sentir admiración por los participantes, a tal punto de querer ser como ellos, las mujeres

indicaron que les gustaría como las concursantes, Micheille Soifer, Melisa Lossa y Angie Arizaga. Mientras los varones indicaron que les gustaría ser como los concursantes, Nicola Porcella, Gino Asereto, Rafael Cardozo, Patricio Parodi, Gino Pesaressi y Mario Hart. Los estudiantes a su vez admitieron que les gustaría participar como concursantes del programa, para sentir la adrenalina que genera la televisión y porque su sueño es salir en pantallas. Por otro lado algunos estudiantes aceptaron que el programa les ha generado ira e indignación, a partir de todas las escenas que se presentan a diario.

Después de todo lo concluido arribamos al objetivo general de la investigación, que fue identificar 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 Zea del distrito de La Victoria, con lo cual se concluye que los contenidos del reality, influyen de forma negativa en el comportamiento de los estudiantes, luego de recibir mensajes negativos, basados en violencia

Referencias

- Cueva, O. (2004). Los reality shows: “su atractivo”. (Tesis de pregrado). Universidad internacional SEK, Quito, Ecuador.
- Estremadoyro, J. (2004). Lecciones de periodismo televisivo. Lima, Perú: Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Hernández, G. (2008). Lo público y lo privado en los realities show colombianos. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Rigo, M. (2008). Gran Hermano: Estudio de recepción. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de La Plata, México.
- García, A. (2001). Dimensiones antropológicas de los Reality Shows. Mercurio, 514, 07-12. Recuperado de:
http://www.biblioteca.udep.edu.pe/BibVirUDEP/revista/pdf/1_30_11_1_187.pdf
- Fernández, M. (2001). Algunos efectos y reacciones psicológicas del niño ante los contenidos violentos de la televisión. Recuperado de:
[http://www.ugr.es/~sevimeco/biblioteca/etica/Efectos%20en%20la%20infancia%20de%20la%20violencia%20televisiva\(Etica\).doc](http://www.ugr.es/~sevimeco/biblioteca/etica/Efectos%20en%20la%20infancia%20de%20la%20violencia%20televisiva(Etica).doc)