

CONDUCTA AGRESIVA Y CONSUMO DE REALITYS SHOWS DE LA TELEVISIÓN PERUANA: Una preocupación por la salud mental de estudiantes de psicología de una universidad privada de Chicbote**AGGRESSIVE CONDUCT AND REALITYS's CONSUMPTION SHOWS OF THE PERUVIAN TELEVISION: A worry for the mental health of students of psychology in a private University of Chicbote**

Dr. Marquina Luján Román Jesús*

RESUMEN

El presente estudio tiene como finalidad determinar la relación entre los niveles de conducta agresiva y el consumo de realitys shows en estudiantes de psicología de una universidad privada. Se realizó una investigación de tipo correlacional, en una muestra de 52 estudiantes del I ciclo de la carrera de psicología de una universidad privada de Chicbote. Los instrumentos empleados fueron el Cuestionario de Agresión (AQ) de Buss y Perry, que demuestra niveles de consistencia interna aceptables en sus 4 subescalas; agresividad física, verbal, hostilidad e ira (α de Cronbach = 0.80, 0.79, 0.81 y 0.80) y la Encuesta de Consumo de Realitys Shows, validada por criterio de jueces con un valor de 0.89 a un 95 % de confianza. Los resultados generales determinan una relación significativa entre las variables de estudio, siendo los valores de Chi-cuadrado de 7,639 con grado de libertad igual a 2 y una ($p= 0,02$). Indicando que aquellos adolescentes que presentan una predisposición medio – alta de conducta agresiva sí consumen realitys shows; mientras que los que presentan un nivel bajo de predisposición hacia conductas agresivas, no consumen programas de este tipo. Cabe señalar que esta relación, según el valor V de Cramer ($V= ,385$) es débil. Se discuten las implicaciones de los hallazgos.

Palabras Clave: agresividad, realitys shows, televisión peruana, violencia.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between levels of aggressive behavior and consumption reality shows in psychology students from a private university in Chicbote. The instruments used were the Aggression Questionnaire (AQ) by Buss and Perry showing acceptable levels of internal consistency in its 4 subscales; physical aggression, verbal hostility and ire (α de Cronbach = ,80, ,79, ,81 y ,80) and Consumption Survey Reality Shows, validated by judges criteria with a value of 0.89 at 95 % confidence. The results determine a significant relationship between the study variables, the values of Chi-square are 7,639 with degrees of freedom equal to 2 and a level of significance ($p = 0,02$). This indicates that adolescents who have a predisposition medium - high aggressive behavior do consume reality shows; while those with a low level of predisposition to aggressive behavior, do not use such programs. This relationship, based on the value of Cramer V ($V= ,385$) is weak. Implications of the findings are discussed.

Keywords: aggressiveness, reality shows, Peruvian television, violence.

*Psicólogo de profesión con especialidad en el área clínica, dedicado al trabajo de la psicoterapia individual, docente universitario con 15 años de experiencia a nivel de pre y posgrado en instituciones públicas y privadas en distintas universidades del país, con experiencia en el campo de la investigación y asesoría de investigaciones en las ciencias sociales y de la salud.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los seres humanos dura toda la vida y aunque la socialización tenga especial importancia en la infancia, es necesario recordar que los jóvenes al comportarse y funcionar como miembros de la sociedad, buscan modelos de comportamiento ajustados a las tendencias¹. Por lo tanto, este grupo social es de suma importancia para la sociedad en general, debido a que pronto se harán mucho más independientes en su actuar.

Los programas de reality show al emitirse por señal abierta, se encuentran accesibles a adolescentes y jóvenes, lo cual no demanda de habilidades complejas para captar sus contenidos, por ello se pasa mucho tiempo consumiéndola². En el año 2013, en el Perú, la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C (CPI)³, encontró que el 76,3% entre niños y adolescentes entre los 4 y 17 años de edad, ven diariamente la televisión peruana en señal abierta, lo cual nos dará indicios que no existe un control adecuado de este consumo.

La progresiva influencia de estos programas se vuelve evidente en todos los espacios de la vida humana; pues influye en las áreas emocionales del individuo, en sus intereses, motivaciones, incluso en su formación integral. La problemática de la televisión sobre esta sección de la población no puede dejar de examinar algunos hechos tan decisivos, como que los jóvenes viven cada día más inmersos en una sociedad mediática liderada por realitys.

Los medios de comunicación, específicamente la televisión, incrementa el potencial agresivo, al reducir las inhibiciones y crear un contexto favorable a las acciones violentas de los jóvenes⁴. Pues en algunas ocasiones, el ver tan sólo un programa violento puede aumentar la agresividad. Los jóvenes que ven espectáculos en los que la violencia es presentada de forma muy realista, repetida o sin ser castigada, tienen mayor probabilidad de imitar lo que ven⁵.

Dentro de las investigaciones psicológicas internacionales de este tema encontramos a Ruiz⁶, quien realizó el trabajo "Reality, ficción o show" para tener un punto de vista claro y objetivo frente a la polémica establecida en torno a un programa televisivo y la tendiente proliferación de los reality show en las parrillas de programación de la televisión colombiana. El autor llevó a cabo un análisis de texto y contenido de estos programas, intentando definirlo desde sus posibilidades de realidad, ficción y show. Las unidades de análisis y el estudio de su tratamiento arrojaron un alto contenido que gira en torno a las emociones del ser humano, relacionadas con la convivencia, tratadas a manera de show y con algunos aportes textuales de ficción, pero sin su elemento mediador básico, el actor, quitándole toda la posibilidad de tener un tratamiento con la profundidad, distancia y ética que requieren los temas de esta índole. El resultado es un formato que sólo busca altos índices de sintonía y que pertenece más a la denominada televisión "trash" "basura", que a una búsqueda de realidad del hombre y mucho menos de sociedad.

Por otro lado, Cueva⁷, en su trabajo "Los reality show *su atractivo*" dio a conocer a los reality shows, como shows de la realidad, como su nombre mismo lo indica "espectáculos", los mismos que poseen gran cantidad de atractivos en sus diferentes áreas tanto técnicas, comunicativas, teóricas, históricas, etc. Y deben ser vistos como programas de televisión, diferentes, pero aún programas de televisión. Los Realitys shows, conocidos en el mundo como géneros televisivos que han causado gran conmoción, en diferentes formatos, con distintos nombres, diferente trama; pero todos, con el común denominador de atrapar público sea este en menor o mayor cantidad.

En nuestro contexto, Ardito⁸, en su investigación "Discriminación y programas de televisión" analizó la existencia de estereotipos negativos hacia los sectores tradicionalmente discriminados por razones de sexo, edad, raza, religión, lugar de procedencia y otros factores en los programas de televisión privada. Concluyendo que en general, la invisibilización de los peruanos discriminados contrasta con su presencia como protagonistas de situaciones trágicas, asociados a pobreza o delincuencia.

Además visualizó que se carece de un enfoque pedagógico en cuanto a los contenidos que deben transmitirse en el horario de protección del menor o los comerciales que pueden difundirse. Así, este horario de protección al menor no es respetado a través de programas de marcado contenido erótico, como los realitys, los programas de espectáculos y muchas secuencias de los noticieros. Los contenidos más violentos, machistas y racistas son los difundidos por los propios canales de televisión, a través de sus producciones nacionales que se difunden en todo tipo de horario.

Renker⁹, investigó la influencia de los programa de concurso televisivo en la construcción de identidad cultural en jóvenes cusqueños. En su proyecto de estudio independiente, llegó a las siguientes conclusiones: los niños y adolescentes cusqueños, ven los programas de concurso y se identifican con sus concursantes. Esta nueva generación, se siente atraído por ellos y su representación de realidades aparentemente glamorosas y modernas.

El estudio también revelo, que ellos no se enorgullecen del Cusco o de la sierra y miran los programas de concurso para sentirse parte de otra realidad, ellos perciben a ser lo ideal. Según la perspectiva de los participantes, ellos quieren adoptar el estilo de vida de los concursantes para parecer como ellos y ser el peruano ideal. Por eso, los programas de concurso siguen siendo muy populares entre esta demografía, como ofrecen un enlace al otro y a la sociedad a que ellos quieren sentirse parte.

A través de esta revisión nos percatamos que los reality shows polémicos son un género emergente de la televisión en Latinoamérica y en nuestro país desde hace unos años, son una fuente de influencia de actitudes y conductas tergiversadas que alcanza especialmente a los niños y adolescentes, su público más cautivo, de acuerdo a varios estudios.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Determinar la relación entre la conducta agresiva y el consumo de realitys shows de la televisión peruana en estudiantes de psicología de una universidad privada de Chimbote.

Objetivos específicos

- Determinar la frecuencia de consumo de realitys shows de la televisión peruana y las conductas agresivas en estudiantes de psicología de una universidad privada de Chimbote.
- Describir las razones por las cuales los estudiantes de psicología de una universidad privada de Chimbote; consumen los realitys shows de la televisión peruana.
- Describir la presencia de agresión física y verbal que perciben los estudiantes de psicología de una universidad privada de Chimbote; de acuerdo al consumo de los realitys shows de la televisión peruana.
- Describir la actitud parental hacia el consumo de algún reality shows de la televisión peruana en estudiantes de psicología de una universidad privada de Chimbote.
- Describir el deseo de imitación de los personajes de los realitys shows de la televisión peruana en estudiantes de psicología de una universidad privada de Chimbote.

MÉTODO

Esta investigación es de diseño no experimental, debido a que hemos manipulado ninguna de las variables en estudio, es de tipo correlacional – causal, dejando en claro que no hemos visto la causa y efecto de las variables, porque nuestro alcance fue solo como descriptivo correlacional el cual busca descubrir las características de nuestras variables y establecer la relación entre ellas¹⁰.

Participantes

La población escogida para nuestra investigación fueron 60 adolescentes que se encontraban cursando el I ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de una Universidad Particular de Nuevo Chimbote – Ancash; para nuestro propósito se seleccionó una muestra de 53 estudiantes y jóvenes (cuyas edades fluctúan entre los 16 y 24 años de edad), teniendo como valor perdido a 1 participante debido a que no cumplía con el propósito de la investigación.

Instrumento

Para evaluar las conductas y sentimientos agresivos se utilizó el Cuestionario de Agresión (AQ) de Buss y Perry (1992); el cual fue traducido y adaptado en España por Andreau, Peña y Graña (2006); el instrumento contiene 4 subescalas (Agresividad Física, Verbal, Hostilidad e Ira) codificados en una escala de tipo likert.

En el Perú Figueroa et al¹¹, adaptaron el instrumento en nuestro país hallando una confiabilidad a través del Alfa de Crombach de 0,92.

Para este estudio se realizó también un análisis de consistencia interna utilizando el coeficiente de Alfa de Crombach para la prueba en su conjunto, así como para sus subescalas, tal como se presenta en la tabla a continuación.

Tabla 01. Fiabilidad del cuestionario de Agresión AQ de Buss y Perry

SUBESCALAS	ALFA DE CROMBACH
Agresividad física	,80
Agresividad verbal	,79
Hostilidad	,81
Ira	,80
TOTAL	,97

Para evaluar el consumo de los realitys shows se realizó una encuesta de 11 ítems, la cual fue sometida a criterio de 10 jueces expertos para ver la validez de contenido, para luego cuantificar los hallazgos se aplicó el coeficiente de la V de Ayken obteniendo el valor de ,89 a un 95% de confianza, lo cual nos permite decir que el instrumento es válido¹².

RESULTADOS

Para realizar en análisis de los resultados se hizo uso del coeficiente de chi cuadrado para establecer la relación de dependencia entre dos variables, así como el estadísticos de V de Cramer para determinar el grado de fuerza en que se relación las variables estudiadas. Por lo tanto; en la tabla 2, se puede observar que existe relación significativa entre la predisposición de la conducta agresiva y el consumo de los realitys shows ya que aquellos admiten ver algún tipo de estos programas presentaban niveles medios con tendencia a alto, cabe señalar que esta relación según el valor V de Cramer es débil.

Tabla 02. Relación de Conducta agresiva frente a la pregunta si ve algún Reality

$\chi^2=7,689$; g.l.= 2; $p = 0,021$; V de Cramer = 0,385.			¿Ves algún programa? "Reality Show"		TOTAL
			Si	No	
Agresividad	Bajo	f	3	6	9
		% Fila	33,3%	66,7%	100,0%
		% Columna	30,0%	9,4%	17,3%
	Medio	Res. Tip.	-1,4	1,1	
		f	29	12	41
		% Fila	70,7%	29,3%	100,0%
	Alto	% Columna	60,0%	90,6%	78,8%
		Res. Tip.	,9	-,8	
		f	2	0	2
Total	% Fila	100,0%	0,0%	100,0%	
	% Columna	10,0%	0,0%	3,8%	
	Res. Tip.	1,4	-1,1		
	f	34	18	52	
	% Fila	38,5%	61,5%	100,0%	
	% Columna	100,0%	100,0%	100,0%	

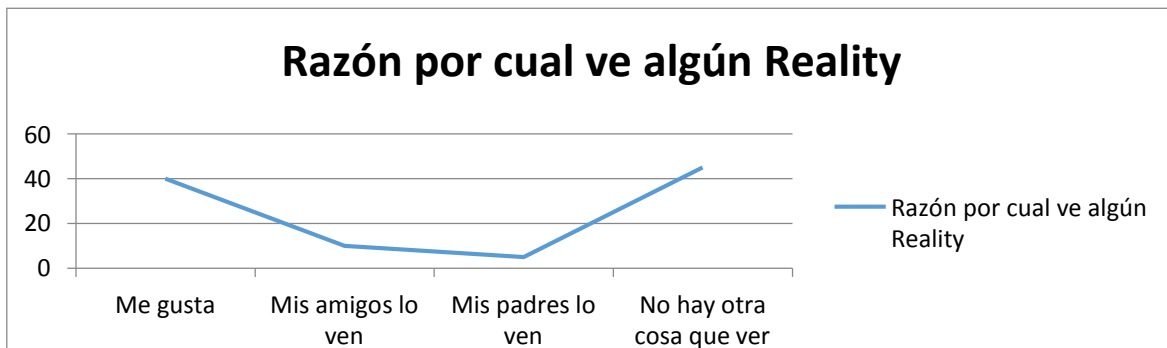
Por otro lado; en la tabla 3, se encontró que la disposición de tener un comportamiento agresivo se relaciona con la frecuencia del consumo de los programas realitys show, ya que aquellos que eran vistos hallando entre 2 a 3 días a la semana, tenían predisposiciones de conductas agresivas en niveles medios y altos.

Tabla 03. Relación conducta agresiva con la frecuencia de consumo de algún Reality

			¿Cuántos días ves estos programas?		TOTAL
			1 día a la semana	2 a 3 días a la semana	
$X^2=8,215$; g.l.= 2; $p = 0,016$; V de Cramer = 0,641.					
Agresividad	Bajo	f	6	0	6
		% Fila	100,0%	0,0%	100,0%
		% Columna	54,5%	0,0%	30,0%
		Res. Tip.	1,5	-1,6	
	Medio	f	5	7	12
		% Fila	41,7%	58,3%	100,0%
		% Columna	45,5%	77,8%	60,0%
		Res. Tip.	-,6	,7	
	Alto	f	0	2	2
		% Fila	0,0%	100,0%	100,0%
% Columna		0,0%	22,2%	10,0%	
	Res. Tip.	-1,0	1,2		
Total	f	11	9	20	
	% Fila	55,0%	45,0%	100,0%	
	% Columna	100,0%	100,0%	100,0%	

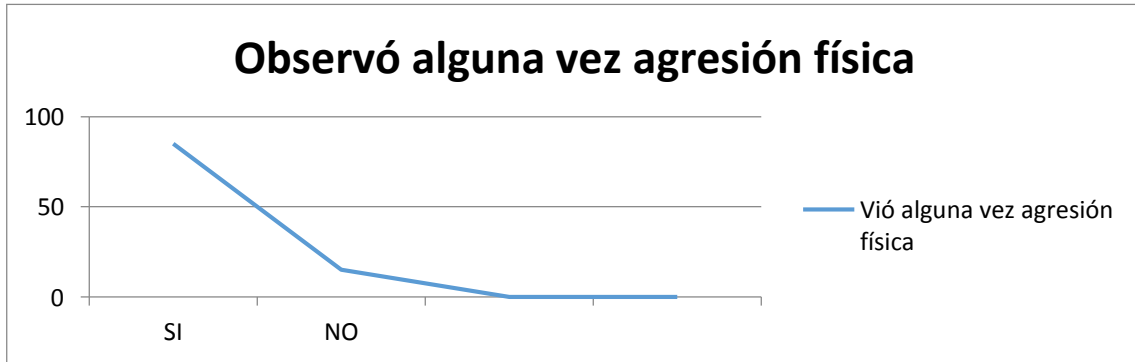
En el gráfico 1, vemos que existía un 40% de ellos que refería que le gustaba este tipo de programas y un 45% que refería que no había otra cosa que ver a esa hora en la televisión peruana.

Gráfico 01. Razones por las cuales ve algún programa Reality



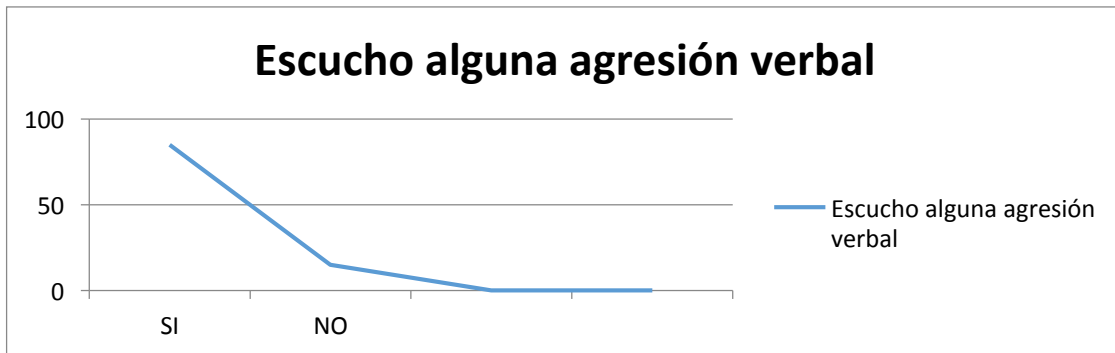
En el gráfico N°2 se puede apreciar que frente a la pregunta si han visto alguna agresión física en estos realitys show el 85% refiere si haber visto.

Gráfico 02. Alguna vez observó agresión física en algún programa Reality



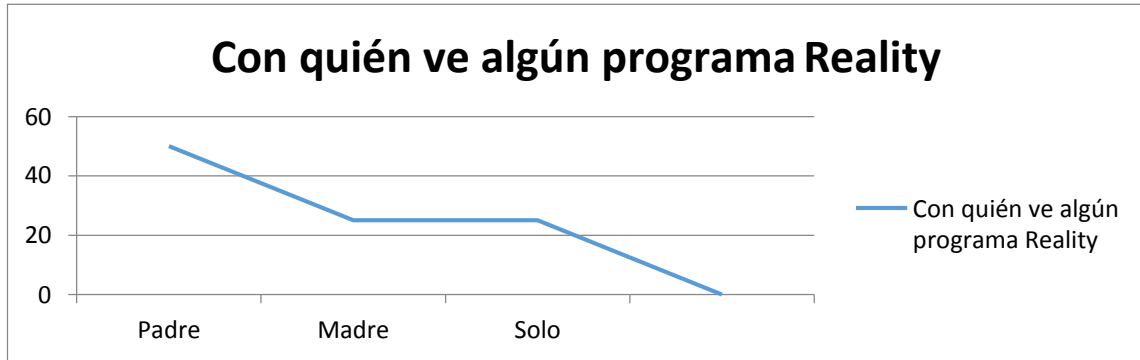
En el gráfico 3, respecto a la pregunta si alguna vez presencié agresión verbal con los realitys show el 85% manifestó si haber visto.

Gráfico 03. Alguna vez escucho insultos o cosas desagradables en algún programa Reality



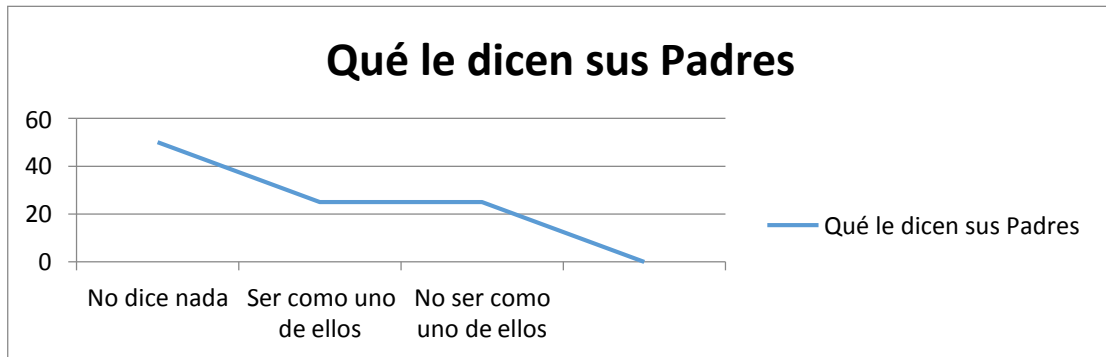
En el gráfico 4 respecto a la pregunta con quien ve este tipo de programas encontramos que el 50% de ellos lo hace acompañado de su Padre el 25% con su Madre y el otro 25% lo hace solo.

Gráfico 04. Quién lo acompaña a ver algún programa Reality



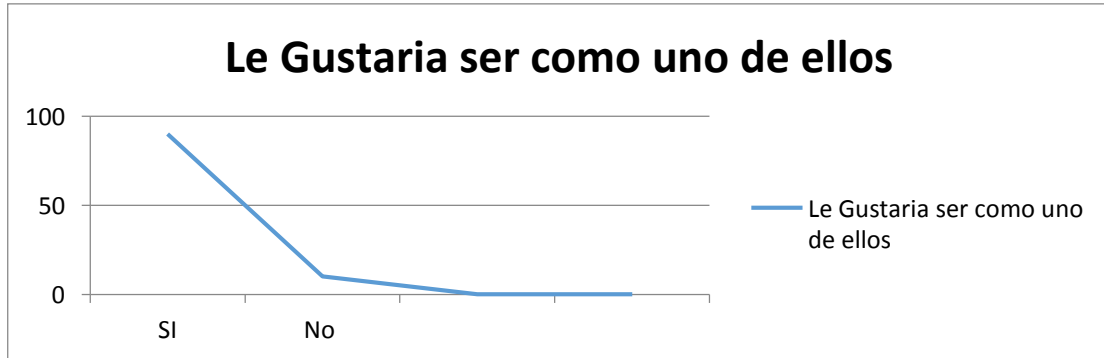
En el gráfico 5, respecto a la interrogante que le dicen sus padres al ver estos programas juntos, se encontró que el 45% no les dice nada, el 5% les dice que ellos podría ser como uno de los participantes y el 50% le aconseja a no ser como alguno de ellos.

Gráfico 05. Qué le dicen sus Padres cuando lo acompaña a ver algún programa Reality



En el gráfico 6, vemos que el 90% manifiesta que no le gustaría ser como alguno de los participantes de Realitys Shows; sin embargo un 10% refiere que sí.

Gráfico 06. *Le gustaría ser como alguno de los participantes de algún Reality Show*



DISCUSIÓN

A pesar de la constante instrucción de la televisión, en la mayoría de los hogares, se observa una negligencia o despreocupación por la influencia que ejerce sobre las mentes en desarrollo y aún sobre la estructura de la familia, que día a día y lentamente es avasallada con la integridad de cada adolescente, que están sustituyendo los valores más nobles y positivos de la vida, por los aprendidos en los realitys.

Los resultados nos dicen que existe relación significativa entre la disposición de comportamiento agresivo con el consumo de los realitys shows, esto podríamos compararlo con lo encontrado por Ponce en el año 2001, quién nos dice que los jóvenes que los medios comunicación en especial la televisión incrementa un contexto favorable a la violencia en los jóvenes.

La televisión posee la peculiaridad de presentar estímulos visuales auditivos, los cuales son más efectivos para poder imitarlos. Esta es una de las razones por la que se puede llegar a convertir en un medio sumamente eficaz y más influyente que otros medios de comunicación social. La televisión ejerce gran atractivo y ha desplazado en cuanto a preferencia a los demás medios. Esto se puede contrastar con lo hallado por Solum en el año 2008, donde nos dice que los jóvenes que ven este tipo de programas están propensos a imitar estas formas de comportamiento.

El público prefiere la televisión, no necesita de una determinada edad para ver la televisión. Algunos medios de comunicación y algunos programas son utilizados con efectos poco éticos para lograr desarrollar el potencial cultural de nuestros pueblos. No se trata solo de comunicar, sino de controlar las reacciones del receptor e influenciarle en sus pensamientos e ideas.

Al decir que la televisión tiene gran impacto en el desarrollo de los niños, no se refleja ninguna novedad, pero hay que admitir que las influencias no son todas negativas, también pueden llegar a ser positivas. Con respecto a las influencias positivas se puede decir que son más débiles, pues los programas de este tipo son escasos y/o no están bien estructurados. En caso contrario, favorece al niño dándole una base más sólida en su aprendizaje, pero todo depende de cómo adquiera e interprete la información.

Por último, es importante resaltar la enorme responsabilidad de los padres en la cantidad y calidad de televisión a la que están expuestos sus hijos, ya que hemos podido apreciar en este estudio que la mitad de la muestra de

estudio lo ve con su Padre y la cuarta parte con su Madre; en general los padres o adultos deberían poner ciertos límites y normas, además de promover una vida familiar con mayor comunicación e interacción entre sus miembros. Los padres deberían utilizar todas las medidas que estén a su alcance para prevenir los efectos dañinos que los programas realitys puedan causar en sus hijos.

Por lo tanto, esta investigación aportará una visión sobre en qué medida están asociadas las conductas agresivas y el consumo de realitys shows en jóvenes. Teniendo en cuenta que la centralización de estos estudios están aún en sus principios; que hasta ahora han mostrado que la exposición a estos programas acarrea que se imite la violencia, llegando a identificarse con ciertos personajes estereotipados, caracteres, víctimas y/o victimarios.

Es por ello que la exposición extensa a programas de televisión que contengan violencia y se encuentren bajo el formato de entretenimiento, tendrán la probabilidad más alta de desarrollar conductas direccionadas a la agresividad, en cualquiera de sus expresiones, en los consumidores. El impacto de la violencia en la televisión puede reflejarse en la conducta del adolescente inmediatamente o manifestarse a medida del aumento del consumo, debido a que se encontró que aquellos que ven con mayor frecuencia, presentaron mayores índices de conducta agresiva. Debemos dejar en claro que la agresividad que se ve en los programas realitys de la televisión peruana, sea la causante exclusiva de estas conductas, pero no hay duda que es un factor significativo.

REFERENCIAS

- 1.- Cárdenas, F. V. y Livia, V. S. Contenidos televisivos violentos asociados a la conducta agresiva de niños de 8 a 12 años. Rev enferm Herediana. 2011 [Citado el 10 de Dic de 2015] 4(2): 49-55. Disponible en: <http://www.upch.edu.pe/faenf/images/pdf/Revistas/2011/febrero/02%20CONTENIDS%20TELEVISIVOS.pdf>
- 2.- Fernández, V.C., Revilla, C.J., Domínguez, B. R., Almaro, G.A. Los espectadores ante la violencia televisiva: funciones, efectos e interpretaciones situadas. Comun. y Soc. 2008 [Citado el 13 Diciembre de 2015] 21(2). Disponible en: www.comunicacionysociedad.org/documentos/pdf/20090630085819.pdf
- 3.- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública. Estudio sobre consumo televisivo y radial infantil CPI. 2013. [Citado el 10 de Diciembre de 2015].Disponible en: http://www.mtc.gob.pe/portal/consultas/cid/Boletines_CID/29_diciembre/ARCHIVO/oncortv-ninos.pdf
- 4.- Ponce, A. H. Imágenes críticas de la televisión peruana actual. La función social de los medios de comunicación. Lima: Universidad de San Martín de Porres. 2001. Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
- 5.- Solum, D. Televisión y violencia: su impacto sobre niños y adolescentes. 2008 [Citado el 12 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.binasss.sa.cr/adolescencia/television.htm>

- 6.- Ruíz, M. S. Reality, ficción o show. Redalyc. 2002. [Citado el 13 de Diciembre de 2015] 7. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64900703>
- 7.- Cueva, O. M. *Los reality show "su atractivo". Universidad Internacional SEK.* Paian. 2004. [Citado el 13 de Diciembre de 2015] 5 (2). Disponible en: <http://repositorio.uisek.edu.ec/jspui/handle/123456789/134>
- 8.- Ardito, V. W. "Discriminación y programas de televisión". Consultoría sobre estereotipos y discriminación en la televisión peruana. 2014. [Citado el 13 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.concortv.gob.pe/file/2014/investigaciones/07-consultoria-discriminacionprogramas-tv-wilfredo-ardito.pdf>
- 9.- Renker, T. Influencia de los programa de concurso televisivo en la construcción de identidad cultural en jóvenes cusqueños. SIT Digital. 2013. [Citado el 13 de Diciembre del 2015]. Disponible en: http://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2635&context=isp_collectin
- 10.- Hernández, R., Baptista, P. y Fernández, C. Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill Interamericana de México S.A. 2010.
- 11.- Miguel E. M. y Edwin S. B. Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). Scielo [Internet]. 2014 [Citado 14 febr 2017] 20(1). Disponible en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S172948272014000100007&script=sci_arttext
- 12.- Cárdenas, F. V. y Livia, V. S. Coeficiente de validez de contenido V de Aiken. Rev Enferm Herediana. 2009 [Citado el 12 de Dic de 2015] 2(1) Disponible en: scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1578-908X2013002200005

Correspondencia

Dr. Marquina Luján Román Jesús

Correo Electrónico:

romanmarquina@hotmail.com

Conducta agresiva y consumo de realitys shows de la televisión peruana: una preocupación por la salud mental de estudiantes de psicología de una universidad privada de Chimbote

Recibido: 10-12-2015

Aprobado: 6-01-2016