



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de
secundaria. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimbote, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Bermúdez Ortega, Karina Bright (ORCID:0000-0002-4290-4783)

Noriega Lunarejo, Cesar Antonio (ORCID:0000-0002-0970-3111)

ASESORES:

Mgtr. Cardoza Sernaqué, Manuel Antonio (ORCID:0000-0001-6738-0683)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación para el Desarrollo Humano

CHIMBOTE - PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis padres, Gonzalo Antonio Noriega y
Silvia del Pilar Lunarejo

Porque siempre estuvieron con nosotros en los
buenos y malos momentos.

A mis padres, Wilmer Bermúdez y Elizabeth
Ortega

Porque siempre estuvieron con nosotros en los
buenos y malos momentos.

Agradecimiento

A mis padres

Por su paciencia y apoyo incondicional

A nuestros docentes de la universidad, en especial a Manuel Cardoza y Dennis Flores, quienes en esta institución nos fueron formando para ser personas de bien.

A nuestras familias.

Por su colaboración

Antonio Noriega

A mis padres

Por su paciencia y apoyo incondicional

A nuestros docentes de la universidad, en especial a Manuel Cardoza y Dennis Flores quienes en esta institución nos fueron formando para ser personas de bien.

A nuestras familias.

Por su colaboración

Karina Bermúdez

Página del jurado

Declaratoria de autenticidad

Noriega Lunarejo Cesar Antonio con DNI 70300906 y Bermúdez Ortega Karina Brigit con DNI 76324529, estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de Universidad César Vallejo, con la tesis titulada: Realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimbote, 2019.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de nuestra autoría.
2. Hemos respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto plagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestras acciones se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chimbote, diciembre de 2019.


Noriega Lunarejo Cesar Antonio
DNI N° 70300906


Bermúdez Ortega Karina Brigit
DNI N° 76324529

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MÉTODO.....	22
2.1 Tipo y diseño de investigación	22
2.2 Operacionalización de variables	23
2.3 Población, muestra y muestreo	25
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos,	25
2.5 Procedimiento	26
2.6 Método de análisis de datos.....	27
2.7 Aspectos éticos.....	27
III. RESULTADOS	28
IV. DISCUSIÓN.....	39
V. CONCLUSIONES	42
VI. RECOMENDACIONES	43
ANEXOS	50
Anexo 01 Instrumento.....	50
Anexo 02 Ficha técnica	51
Anexo 03 Matriz para diseño de cuestionario	54
Anexo 04 Matriz de consistencia.....	56
Anexo 05 Confiabilidad de instrumento	58
Anexo 06 Base de datos	60
Anexo 07 Evidencias fotográficas	66
Anexo 08 Reporte de turnitin	74
Anexo 09 Validación de instrumentos.....	75

RESUMEN

El presente estudio se titula Realities televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimbote, 2019, con el objetivo de determinar la relación entre los realities televisivos y las preferencias estéticas de belleza en la cual se aplicó 2 cuestionarios sobre una muestra que estuvo constituida por 314 estudiantes de nivel secundario de la I.E.P. Jesús Maestro.

Los resultados son significativos debido a que existe una relación positiva entre realities televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019. Por lo tanto, se comprobó la hipótesis de investigación con la prueba estadística Rho de Spearman, que proporcionó una significancia menor a 0,05.

Asimismo, el coeficiente de correlación $Rho=0,617$, indica que existe una relación positiva moderada entre las variables del estudio. Con respecto al análisis descriptivo de las variables, se encontró que el 35% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como bajo el impacto de los Reality televisivos, un 59% consideró el impacto como regular y el 5% restante consideró el impacto como alto, esto afirma la posible influencia de los reality televisivos en los estudiantes del colegio donde se realizó la investigación; mientras que un 23% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como baja las preferencias estéticas de belleza, un 65% consideró como regular las preferencias estéticas y el 12% restante consideró las preferencias estéticas como altas. Esto muestra un claro impacto de los estereotipos en las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes.

Palabras clave: Estereotipos, Dimorfismo sexual, Espectacularidad, Preferencias estéticas y Reality televisivo.

ABSTRACT

The present research is titled Reality shows and aesthetic beauty preferences in high school students. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimbote, 2019, with the objective of determining the relationship between reality shows and aesthetic preferences of beauty, in this study, 2 questionnaires were applied on a sample that consisted of 314 secondary level students of the I.E.P. Jesus Master.

The results are significant because there is a positive relationship between television reality shows and aesthetic beauty preferences in high school students of I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019. Therefore, the research hypothesis was tested with the Spearman Rho statistical test, which provided a significance of less than 0.05.

Also, the correlation coefficient $Rho=0,617$, indicates that there is a moderate positive relationship. With respect to the descriptive analysis of the variables, it was found that 35% of the students of the I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote considered that under the impact of television Reality, 59% considered the impact as regular and the remaining 5% considered the impact as high, this affirms the possible influence of reality television on the students of the school where the research was performed; while 23% of the students of the I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote considers beauty aesthetic preferences as low, 65% is considered as regular aesthetics and the remaining 12% is considered aesthetic losses as high. This shows a clear impact of stereotypes on aesthetic preferences of beauty in students.

Keywords: Stereotypes, Sexual dimorphism, Spectacularity, Aesthetic preferences and Reality Shows.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen muchas ofertas orientadas a entretener, en particular, la producción televisiva, sea esta la de señal abierta o también la alternativa con los sistemas de televisión por cable, ofrece una diversa gama en sus programaciones, dicho sea de paso, los formatos de entretenimiento son de los más vistos, eso hace que exista una disputa frenética por las audiencias. Cabe precisar que, en los últimos años, un atractivo particular se ha apoderado del formato audiovisual conocido como reality show.

Para García (2017) los niños transitan a la adolescencia adquiriendo percepciones en las que se evidencian desigualdades, se trata de una edad compleja en la que inician sus exploraciones hacia temas como la sexualidad, los patrones estéticos, las relaciones de género y la percepción de muchos estereotipos, en diversas ocasiones los referentes son tan deficitarios que acarrear negativas consecuencias. Los estudios revelan que desde pequeños interiorizan mitos como el que los niños son menos vulnerables que las niñas, así como que la hermosura se equipara con la felicidad (p. 43).

En el mundo, se ha generado una enorme controversia con los programas de entretenimiento, conocidos como reality shows. En España, Guerra (2013), ha manifestado que ha crecido la preocupación respecto a la programación televisiva y por ello también se producen debates críticos. Las audiencias del entretenimiento televisivo se han volcado masivamente hacia ese tipo de formatos, por ello se entiende como las productoras y grandes cadenas han incrementado sus inversiones en la producción de realitys, dicho sea de paso, siendo cada vez mucho más espectaculares y sorprendentes, aunque con lamentables finales de riñas inclusive escandalosas tragedias (p. 67).

Por su parte, Merino (2015) ha señalado que hasta un cuarto del público con tendencia a preferir los programas realitys lo constituyen adolescentes, comprende edades entre los 12 a los 17 años. Lo grave es que se trata de una cifra que va creciendo de a poco, lo que es lamentable dado que varios reality shows se difunden

durante horarios accesibles al público infantil. Precisamente son los padres quienes se preocupan del progreso educativo de sus hijos y preferirían contenidos de corte cultural antes que el ocio producto de tan cuestionados programas. Los contenidos de un reality tienen mayor aceptación que lo que se aborda en colegios, en la familia y amistades.

En paralelo al entretenimiento televisivo, Terrén (2014) ha señalado que cada vez desde una edad temprana comienza a sentirse un ánimo por experimentar cambios físicos mediante intervenciones quirúrgicas tomando como referencia algunos modelos de belleza, ello constituye en distorsiones de la propia imagen, lo que se conoce como trastorno dismórfico corporal (TDC). Precisamente muchos psiquiatras han advertido de cierta frecuencia en varias solicitudes y consultas de cirugía plástica. Se trata de pacientes que manifiestan anhelos de cambio a partir de detalles porque identifican en sí determinados defectos en sus rostros y cuerpos, existen muchos casos en los que las solicitudes apuntan a reparaciones estéticas para satisfacer irreales expectativas. (p. 93).

No solo la televisión está presente en la sociedad, el caso de internet es mucho más predominante en las vidas de los ciudadanos, en particular los escolares. Se trata de generaciones que viven de manera contemporánea con el auge tecnológico y les resulta imposible la vida sin dichos soportes. Aunque se reconoce que su uso se ha tornado imprescindible en demasía, urge gestionar con más orden y selección de contenidos, existe demasiado albedrío, lo cual no necesariamente podría ser una ventaja (San Sebastián, 2016, p. 32).

En el ámbito nacional, la redacción del diario Correo (2015, párr.4) reportó sanciones al reality conocido como Esto es Guerra, cuya emisión es por América TV, pues dicha producción recibió una sanción de S/. 36,500 soles. El motivo fue por el exceso en el segmento denominado 'El Juego de Las Fresas' el cual se trata de un reto que infringió de manera flagrante el horario de protección a menores. Fuentes, Juárez y Mejía (2016, p. 13), en el reality denominado Combate, se cuestionó que el juego 'El taburete del saber', sea una secuencia en la que se muestra inapropiados contenidos para el horario familiar y fue motivo para una

sanción por parte de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión (SNRTV), en un monto de hasta S/.19, 250 (pag. 6).

Desde la perspectiva del psicólogo Terbullino Diburga Iván (como se citó en Natteri, 2015) existe una concreta explicación respecto a los impactos negativos ocasionados en jóvenes, inclusive en los propios infantes, un factor de constante influencia es el de criterios y estereotipos de belleza, además de otros. Cada uno de los programas entendidos dentro del formato reality show puede registrar enormes dosis de actos sexuales muy intensos, bordeando lo lascivo, lo cual acarrea consecuencias, en concreto, podría iniciar desde una edad temprana las inquietudes por las actividades sexuales, es contundente para muchos sobre la incitación desde dichos programas hacia curiosidades que podrían encaminarse mal (pag. 27).

En Lima, Galván (2019) afirma que existe una difusión enorme de preferencias estéticas a través de los estereotipos, y son precisamente los adolescentes quienes más atención le prestan a estas en diferentes dimensiones; las de mayor frecuencia son las que se relacionan a la imagen corporal, lo que está generando una grave desvaloración en algunas personas, limitándolas y denigrándolas en su desarrollo social e integral; lo que genera perjuicios en la salud mental y la autoestima. En una significativa minoría se orientan a la sexualidad, lo que los expone a dificultades en su comportamiento con otras personas (p. 66).

En lo local, los realitys tienen gran demanda, muchos jóvenes acuden a recibir a los competidores de realitys cuando alguna gira los promociona con el fin de animar eventos o participan por sus rostros conocidos en favor de alguna marca. En centros educativos, los y las escolares comentan de sus competidores de realitys preferidos, los aclaman y defienden pues se trata de ídolos catapultados por la televisión. No existe en Chimbote algún registro respecto al consumo de dichos realitys, pero la preocupación de padres de familia y docentes, coincide en señalar a los realitys como referentes de distracción de la realidad, antivalores y proclividad al ocio, cabe precisar que el porte atlético de casi todos es un culto a la belleza externa y a la superficialidad estética.

Con respecto a los trabajos previos. En el ámbito internacional desde Ecuador, Balcázar (2017) en su tesis se evidenció que el total (100%) de alumnos admitió observar los realitys como un pasatiempo. En ese sentido, hasta un 36% gusta del reality Combate y a otro 36% del programa BLT la Competencia. Se demostró que hay un elevado nivel respecto a la aceptación que tienen los jóvenes en sus preferencias por los programas de entrenamiento Reality Show y en particular, hasta un 39% observa cada programa de Combate (p. 109).

Scott (2014) tuvo como objetivo el analizar el tipo de realidades que se generan dentro de los reality show de los programas de televisión, con un enfoque cuantitativo de análisis de contenido etnográfico, llegando a concluir que la televisión de realidad competitiva se ha convertido en un pilar de la cultura estadounidense contemporánea. Incluso se puede argumentar que la televisión de realidad se ha convertido en un campo de producción cultural para los televidentes, llegando a proporcionarles una forma y estilo de vida (p. 33).

Deplanque, Loof, Jansses & Vergust (2019) estudiaron la relación entre la complejidad del estímulo y la preferencia, trabajo de tipo cuantitativo que concluyó que, en el nivel más amplio, la codificación predictiva postula que un agente cognitivo predice los próximos estímulos y acciones. Esto es útil tanto en la percepción como en el aprendizaje, ya que permite una estimación precisa de los parámetros asociados a estos estímulos y acciones. Las desviaciones de estas predicciones se registran como errores en la personalidad de los humanos debido al contenido que muestran los realitys show en televisión (p.124).

Nadal, Munar & Marty (2015) en su artículo científico concluyó que no se pudo detectar ninguna influencia significativa de la complejidad en las clasificaciones de belleza para ninguno de los tipos de estímulos. Sin embargo, los resultados sugieren que existen varias formas de complejidad que contribuyen a la percepción que se tiene de la complejidad por las consecuencias del consumo de reality shows (p. 117).

Liberio (2015) concluyó que muchos jóvenes viven actualmente en una era de explosión informativa y sus accesos a los mismos son múltiples, pues cuentan con internet, también la masiva televisión, aunque sin orientación o control que pueda direccionar adecuadamente los diversos contenidos, se trata de satisfacer como jóvenes sus necesidades, pero rechazan que se incluyan mecanismos de censura si no hay aportes a su crecimiento como personas. Son influenciables muchos jóvenes desde los medios de comunicación. Un 42% cree en las imágenes que la televisión impone (p. 98).

Samisadeh (2019) concluyó que la mayoría (66.7%) de los encuestados dijo que se someterían a cirugía plástica porque se sienten influenciados por las imágenes de los programas de televisión. Sin embargo, si se les da la opción, el 82.9% indicó que optarían por procedimientos no quirúrgicos. Finalmente, una clara mayoría (90.5%) creía que ser bella mejoraría su vida diaria. Los resultados se compararon con un estudio anterior similar en el que se investigaron los mismos ideales de belleza entre los laicos chinos en cuanto a la asimilación del vicio de los programas de realitys en televisión (p. 122).

Sharrer & Blackburn (2017) concluyeron que existe una mayor incidencia de formas no físicas de agresión modeladas por personajes en demuestran una mayor incidencia de formas no físicas de agresión modeladas por personajes en reality show. El 56.8% resulta influenciado y el 43.2% como no influenciado (p.110).

Biol (2015) determinó la influencia de las preferencias de las personas por las estéticas, en una investigación de tipo cuantitativo que concluyó que el gran impacto de la experiencia en las preferencias faciales individuales que proporcionan los programas de televisión, es una nueva ventana a la evolución y la arquitectura del cerebro social, al tiempo que brinda un nuevo apoyo empírico a la afirmación de larga data de que los entornos dan forma a las nociones individuales de lo que es atractivo (p. 81).

Danko (2015) en su investigación concluyó que las preferencias estéticas de los bebés ayudarán a los padres, a los proveedores de cuidado infantil y a los autores / ilustradores de libros, a proporcionar imágenes visuales que les resulten

estéticamente atractivas. Proporcionar imágenes visualmente estimulantes puede ayudar a los bebés a desarrollar su discriminación visual y sus habilidades de seguimiento. La investigación confirma que desde el nacimiento hasta los cinco años es el período más importante para los niños con respecto al desarrollo del cerebro. Por lo tanto, se necesita más investigación que nos proporcione pistas sobre qué formas de estimulación visual son apropiadas para facilitar mejor este proceso de desarrollo (p. 189).

Skeggs, Thumim & Wood (2014) concluyó que la jerarquía de gustos, mientras que para aquellos que no estaban interesados en articular su relación con la televisión a través del gusto, los tres métodos ofrecen diferentes formas para llevar a cabo su inversión en los papeles sociales expuestos. Mientras que las entrevistas crearon algunos lingüísticos (p. 124).

La edad media de la muestra estadística afirma que la violencia física es perpetrada con mayor frecuencia por los hombres, pero cada vez más por las mujeres, y las actitudes sobre la agresión son predictores importantes de la promulgación de la violencia, por lo tanto, es importante comprender las formas en que los individuos aprenden sobre qué formas de agresión se consideran aceptables o normativas en la sociedad. Los resultados actuales sugieren que el género de tele-realidad es una de esas fuentes de socialización, y la investigación futura debería examinar más a fondo los procesos por los cuales ocurren estas asociaciones.

En el ámbito nacional, Aguirre (2017) con su estudio concluyó que algunas secuencias evidencian la transgresión a los principios éticos en cuanto a intimidades, así como la dignidad es sumamente clara por parte de algunos concursantes. En el reality show “El último pasajero” cada concursante es utilizado para lograr espectacularidad, por ello atraviesan retos o competencias en un marco de ilusiones, alegrías, desesperanza, iras y ansiedades.

A través de este estudio se determinó que la proporción de encuestados que ven reality shows es un 81.2% frente a un 18.8% que no ve reality shows (p. 99).

Meléndez y Vásquez (2016) en su trabajo de investigación concluyó que la mayoría de estudiantes ven en la televisión los reality shows por tratarse de

programas de entretenimiento. Uno de sus favoritos es el programa “Esto es Guerra”, aunque su valoración ética resulta negativa, de dicho producto no rescatan valor alguno en sus contenidos, descartan también todo respeto por las normas para regular la televisión. Se dedujo que el 29.9% de los alumnos ve televisión siempre, un 26.52% casi siempre, un 25.6% a veces, un 16.2% casi nunca y un 1.7% nunca. Con respecto al tipo de programa que los estudiantes ven, el 61.5% ve programas de entretenimiento, un 24.8% deportivos, el 22.2% ve programas informativos, el 7.7% culturales y el 10.3% otros tipos de programas. Sus motivos son: 32.5% para informarse y otro similar porcentaje para entretenerse, un 29.1% para pasar el tiempo, un 0.9% porque otros lo ven y un 5.1% por otros motivos (p. 103).

León y Malca (2014) en su tesis concluyó que los reality shows inciden en forma negativa en los comportamientos de escolares que se encuentran en secundaria, específicamente los que corresponden a las I.E. Víctor Larco, así como José Antonio Encinas, de esa forma pudo comprobarse la hipótesis planteada en la investigación. En sus conclusiones el 43 % de estudiantes ven uno de estos programas casi siempre, el 39% siempre y el 18% casi nunca, El 32% de los estudiantes muestran una influencia positiva y un 68% negativa. (p. 144)

Cortes y Ticse (2014) concluyó que efectivamente Sí existe una relación directa entre los programas televisivos de concurso y el comportamiento de los estudiantes del nivel primario, tal como podemos derivar del tratamiento estadístico de la hipótesis general. Es contundente la influencia de tales programas televisivos no solo en los comportamientos, sino también del rendimiento académico de escolares. Hasta un 61% admitió casi siempre influencia desde la televisión a los jóvenes (p. 121).

En el ámbito local, Espinoza (2017) en su tesis concluyó que según los estudiantes no existen valores desde el reality ‘Combate’, aunque si hubo evidencia de antivalores. Hasta un 57% de encuestados indicó que los concursantes de dicho programa ganan injustamente las pruebas. (p. 48).

Sobre las teorías relacionadas con el impacto de los realitys televisivos; Castillo (2017) lo define como formas de entretenimiento respaldados con

trayectoria y dominio en el mercado, cuyo auge viene creciendo en los últimos años. Se trata de programas cuya intención es notoria en la elaboración de formatos de telerrealidad, utilizando las situaciones de la vida diaria para generar más expectativas del consumo. Se trata de una nueva forma de conexión con los públicos, cuya fórmula es apostar por el ideal del entretenimiento (p. 23).

Andacht (2003) define impactos de reality shows como un género televisivo de tipo no ficcional cuyo fin es un poderoso entretenimiento, su realización comprende situaciones en que los participantes cuentan con un espacio para desenvolverse en historias las cuales se observan con interés y expectativas a través de la pantalla, los reality shows son formatos que construyen una telerrealidad. Hay un esmero en que las historias se revistan con la cotidianidad, de esa manera hay una conexión con los televidentes ya que estos observan la vida propiamente de cualquier individuo promedio. Quienes son participantes o concursantes asumen roles estelares y dan rienda suelta a las exigencias por publicar detalles o ventilar aspectos privados, lo cual generará compensaciones, como consecuencia, los participantes transitan desde el anonimato hasta la fama efímera gracias al status que otorga lo mediático (p. 19),

Desde el aporte de Gordillo (2009), se trata de un formato televisivo de enorme aceptación comprendido dentro del hipergénero docu-dramático, su naturaleza se basa en la generación o desarrollo de espectaculares temáticas, con suficientes dosis afectivas y que a la vez se perciban como cotidiano y cuyos elementos o recursos expresivos pertenecen a pautas de dramatización. (p.183).

Respecto a las características de los realitys televisivos, Andacht (2003) detalla en los realitys televisivos particularidades como estas: Tienen seguidores cuya conformación es la de un amplio segmento en busca de entretenimiento, portan en sus contenidos temas que potencian una ilación proclive al morbo, que se apela abiertamente a la participación del públicos mediante sus votaciones, además muestran una abundante variedad de referentes situacionales o estereotipos en sus personajes y estilan una búsqueda de un intenso clima emocional, lo cual se matiza a través de los comentarios o aportes por parte de quienes son presentadores (p. 31).

En cuanto a las *Dimensiones de los realitys televisivos*, desde el aporte de Castillo (2017, p. 27) puede entenderse en principio que se trata de un fenómeno social muy complejo, pese a ello los realitys televisivos se componen de tres dimensiones conforme se detallan:

La *dinámica competitiva* comprende los retos y disputas entre los participantes de un reality, equivale al conjunto de desempeños realizados con el fin de ganar la partida. La competencia se comprende de inicio a fin ante la expectativa y ovación de la audiencia. Tiene como indicadores a: Disputa, superación, la espectacularidad, comprende la ruptura con la monotonía, se trata de vivenciar situaciones con el derroche de las emociones al límite.

La *espectacularidad* se torna en el advenimiento como fórmula de diversión, implica un involucramiento con la disposición fetichizada que juega con las expectativas, es una cultura contemporánea caracterizada como tecno estética. Gracias al espectáculo, las imágenes cobran más vigencia antes que los meros discursos oficiales. El mundo contemporáneo está lleno de competitividad y convierte la competencia del día a día en un placer, con los realitys se ha logrado imponer dicha fórmula a modo de representación lógica de las personas inclusive en los objetos. Sus indicadores son: Exaltación de habilidades, exaltación del yo y mediatización (Pérez, 2011, p. 27).

El *entretenimiento* se constituye como una faceta imprescindible para la felicidad, desde los realitys shows hay una apuesta por entretener por un espacio de tiempo, se basa en una lógica admitida desde una sociedad que asume el entretenimiento como pauta de una vida que lidia constantemente con una racionalidad productiva. Todo esfuerzo audiovisual que busca entretener promete una dosis de seducción, exaltación del suspenso e incluyendo los afectos. Se trata de un estilo que produce entretenimientos mediáticos desde la televisión, su universo es la cultura mainstream, su legado procede directamente de las industrias culturales que masifican. Sus indicadores son: Participación del relato e involucramiento emocional (Molina, 2017, p. 12).

Con respecto a las preferencias estéticas de belleza, Rosales (2012) la define como la inclinación por la belleza según el gusto y criterio. La belleza no posee un contenido y forma únicos, alcanza una fundamentación como construcción social desde lo que se concibe como estético. En toda sociedad en el tiempo, han germinado una diversidad de tipos o formas de belleza, cada una muy particular y todas diferentes, han correspondido por lo general a diferentes contextos, a diferentes relaciones sociales, desde sus inspiraciones respecto a los cuerpos de ambos sexos, no están fuera los objetos o diferentes materiales de la cultura, han de incluirse también el patrimonio de obras o creaciones tanto intelectuales como inmateriales, en este caso debe mencionarse a la poesía, las piezas musicales, la danza, etc. (p. 53).

Según Moreno (2003) desde la utilización del vocablo “estética”, se designa dentro de una disciplina filosófica a la preferencia estética de la belleza como la determinación suficiente para establecer o considerar algo como bello. Los filósofos afirmaron que la estética tiene un componente racionalista, ello se instala en la cultura y contribuye a considerar algo como acertadamente bello, es la valoración personal e intrínseca de lo que se concibe como belleza a partir de la construcción y pertenencia social en tanto premisa, no solo para catalogar algo como bello sino también para discriminar aquello de lo que no puede llamarse bello, por tanto, forma parte del conocimiento humano (p. 89).

Respecto a la construcción de las preferencias estéticas de belleza, según Lara (2015) la belleza suele verse como un producto y su aprendizaje involucra un proceso, por tanto, es también socialmente generado, toda construcción de preferencias estéticas implica procesos mentales. Se trata de una dinámica estética que los individuos construyen, a la vez posee importantes implicaciones que han de afectar las pasiones y las relaciones. Se construye un gusto o tendencia por lo estético en cada contacto con otras personas, cuando se consume medios de comunicación, en cada referente de éxito, deporte, pareja, etc. simultáneamente se desarrolla una noción de aquello que resulta impuro, de lo relacionado a lo contaminante, de lo que reconstruye o resulta perjudicial. Las manifestaciones o preferencias estéticas, no solo se construyen, sino que también se refuerzan con las experiencias, aunque eventualmente pueden cambiar, es por esos que depende en

gran medida del factor tanto histórico como el cultural (estereotipos); nos formamos ideas de cómo peinar, como adornar, como decorar, etc. (párr. 4).

A criterio de Rincón (2006), las preferencias estéticas de belleza no están marcadas de por sí, implican una formación y un aprendizaje espontáneo conforme a patrones y relaciones sociales, se gesta de ese modo una valoración propia y cuando existe un juicio valorativo se manifiesta una apreciación, pero detrás de ella hay una condensación de valores, procesos educativos, relaciones, vivencias, en ese sentido, una construcción histórica que valdrá para su desarrollo y determinará los derroteros de su vida (p. 22)

Aguado (2004) señala que las preferencias estéticas de belleza son apreciaciones y no son buenas o malas, acertadas o desacertadas, correctas y equívocas, simplemente son diferentes, la suma de criterios es una tendencia, pero no universal porque hay otras, aunque desde lo que a una persona se le escuche decir que algo es bello y no lo otro, no quiere decir que tiene la razón, la belleza es finalmente relativa en las culturas (p. 31).

En cuanto a las *Dimensiones de las preferencias estéticas de belleza*, Rosales (2012, p. 53), ha logrado establecer dimensiones concretas que recogen el aporte de las definiciones ya mencionadas, aquí los detalles:

La Simetría es entendida como la capacidad de asignar una valoración respecto a detalles de disposición espacial como los tamaños, las formas y las posiciones, son circunstanciales finalmente ante cualquier plano, ocasionalmente en una línea, inclusive algún punto, se trata de la parsimonia o equilibrio logrado y reconocido. Como indicadores tiene a: la elegancia, lo sublime y lo atractivo (Rosales, 2012, p. 53).

El Dimorfismo sexual comprende todas aquellas variaciones que se han de manifestar desde el aspecto de la fisonomía exterior, debe entenderse a la totalidad de posibilidades que pueden identificarse en los individuos respecto a su tamaño, su textura, su color, es válido para machos y también para las hembras,

considerando por supuesto la especie o raza que se trate o determine. Tiene por indicadores a: Los cambios y la adaptación (Mandoki, 2006).

La Medianía es criterio concerniente a la mediación o nivel de contacto que se ha establecido por las personas conforme a sus expectativas, sus gustos o preferencias que han sido aprendidas socialmente. Implica una determinación o inclinación de pertenencia o lejanía. Como indicadores tiene a: La aprobación y la aceptación (Rosales, 2012, p. 53).

Acerca de la formulación del problema este fue ¿Existe relación entre realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019?

Sobre la justificación del estudio, el tema a estudiar implica una enorme preocupación, su necesidad resultó de mucha relevancia para los especialistas de Ciencias de la Comunicación, de Psicología, además de los expertos relacionados a la industria y comercio con producciones televisivas, el alcance de esta problemática también llegó a los adolescentes del nivel secundario que sucumben y son influenciados por los realitys; considerando también a sus padres familia y a la sociedad en conjunto que tampoco se escapan de estos programas.

Tanto la variable realitys televisivos y la variable preferencias estéticas de belleza, constituyeron una agenda de trascendencia precisamente por sus repercusiones. En el caso de la primera variable, existe toda una industria que genera millones de dólares, cuenta con auspicios y nunca faltan concursantes, en el caso de la segunda porque es crucial en el desarrollo personal cuando se entablan relaciones sociales, específicamente las de pareja, no hay duda que los criterios estéticos juegan un rol medular.

Como valor teórico, de ambas variables se generó un consistente fundamento con la revisión, selección e incorporación de teorías relacionadas, las mismas cuyas referencias se citan en el presente proyecto en conformidad a las pautas de las normas APA.

En la medida en que se profundizó en el conocimiento de cada variable y se estableció la relación, los investigadores estuvieron en condiciones de plantear valiosas sugerencias, para que posteriormente se realicen afirmaciones concretas con respecto a las implicancias en la sociedad.

Finalmente, como utilidad metodológica se diseñó y aplicó dos instrumentos de investigación lo suficientemente consistentes para poder replicarse en nuevos estudios o también modificarse para adecuarlos a nuevas realidades.

Con respecto a la Hipótesis H1= Sí existe relación significativa entre realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019. Con respecto a la hipótesis H2= No existe relación entre los realitys televisivos en las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.

El objetivo general: determinar la relación entre realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019

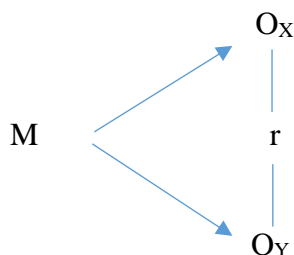
Los objetivos específicos:

- Identificar el nivel de los realitys en los estudiantes de 2do de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.
- Identificar el nivel de las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes de 2do de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.
- Establecer la relación entre los realitys televisivos y las dimensiones de las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación se enmarcó dentro del enfoque cuantitativo, se ciñó por entero como un estudio no experimental según Hernández y Mendoza (2018, p. 152). Su diseño correspondió a uno de tipo correlacional. A continuación, su gráfica;



Leyenda:

O_X: Realitys televisivos

O_Y: Preferencias estéticas de belleza

M: Total de Alumnos del 2º año de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote - 2019

R: relación entre variables

Enfoque: *Ruta cuantitativa*, utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

Tipo de estudio: *Correlacional*, este tipo de estudio mide las dos o más variables que se desea conocer, si están o no relacionadas con el mismo sujeto y así analizar la correlación.

Diseño: *No experimental*, porque se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos; y *transversal o transeccional*, es I que recopilan datos en un momento único. Según Hernández y Mendoza (2018).

2.2 Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Realitys televisivos	Formas de entretenimiento respaldados con trayectoria con dominio en el mercado y cuyo auge vienen creciendo desde los últimos años, se trata de programas cuya consideración es notoria en la elaboración gestionando las situaciones para que generar las expectativas del consumo (Castillo, 2017p. 23)	Las dimensiones de la variable Realitys televisivos (Dinámica competitiva, Espectáculo y entretenimiento) se sustentan teóricamente en Castillo (2017, p. 23) y que se obtuvo mediante medición (encuesta).	Dinámica competitiva	Disputa	1, 2	Alto impacto de 13 a 29 Regular impacto de 30 a 47 Bajo impacto 48 al 65
				Superación	3, 4	
			Espectacularidad	Exaltación de habilidades	5, 6	
				Exaltación del yo	7	
				Mediatización	8, 9	
			Entretenimiento	Participación	10, 11	
Involucramiento	12, 13					
Preferencias estéticas de belleza	Inclinación por la belleza según el gusto y criterio. La belleza no posee un contenido y forma únicos, alcanza una fundamentación como	Las dimensiones de la variable Preferencias estéticas de belleza (Simetría, dimorfismo sexual y medianía) se sustentan teóricamente en	Simetría	La elegancia	1, 2	Alta preferencia de 14 a 32
				Lo sublime	3, 4	
				Lo atractivo	5, 6	
			Dimorfismo sexual	Cambios	7, 8	

	construcción social desde lo que se concibe como estético. En toda sociedad en el tiempo, han germinado una diversidad de tipos o formas de belleza, cada una muy particular y todas diferentes, han correspondido por lo general a diferentes contextos (Rosales, 2012, p. 53).	(Rosales, 2012, p. 53) y que se obtuvo mediante medición (encuesta).		Adaptación	9, 10	Regular preferencia de 33 a 51
			Medianía	Aprobación	11, 12	
				Aceptación	13, 14	Baja preferencia de 52 al 70

Las dimensiones de la variable Realities televisivos se obtuvieron de Castillo (2017, p. 23) en el caso de la variable Preferencias estéticas de belleza correspondió la autoría a Rosales (2012, p. 53)

2.3 Población, muestra y muestreo

Con respecto a la población, según Hernández y Mendoza (2018) se constituyó por la totalidad de elementos muestrales (p. 174). En la investigación se consideró como muestra a la totalidad de estudiantes del nivel secundario de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019 cuya cifra fue 314.

Los criterios de inclusión que los estudiantes cumplieron son los siguientes:

- Ser estudiante de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote en el año 2019.
- Pertenecer al nivel secundario.
- Ser varón o mujer.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos,

Con respecto a la técnica, se consideró como técnica a la encuesta personal y anónima (Kumar, 2017, p. 31)

Con respecto al instrumento. Para la variable Reality televisivos (ANEXO 01), se elaboró y aplicó el Cuestionario respecto a los Reality televisivos, conformado por trece interrogantes con cinco alternativas que fueron:

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
MA	D	I	DS	MD

Se seleccionó la alternativa por opción única, los puntajes fueron del siguiente modo: Muy de acuerdo (01 puntos), De acuerdo (02 puntos), Indeciso (03puntos), Desacuerdo (04 puntos) y Muy en desacuerdo (05 punto).

El puntaje mínimo de la variable fue en conjunto 13 y el máximo 65, de ese modo pudieron obtenerse tres categorías: de 13 a 29 Alto impacto de los Reality televisivos, de 30 a 47 Regular impacto de los Reality televisivos y de 48 al 65 un Bajo impacto Reality televisivos.

Para la variable Preferencias estéticas de belleza (ANEXO 02), se elaboró y aplicó el Cuestionario respecto a las preferencias estéticas de belleza, conformado por catorce interrogantes con cinco alternativas que fueron:

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
MA	D	I	DS	MD

Se seleccionó la alternativa por opción única, los puntajes se establecieron del siguiente modo: Muy de acuerdo (01 puntos), De acuerdo (02 puntos), Indeciso (03puntos), Desacuerdo (04 puntos) y Muy en desacuerdo (05 punto).

El puntaje mínimo de la variable en conjunto fue 14 y el máximo 70, de ese modo pudieron obtenerse tres categorías: de 14 a 32 Alta preferencia estética de belleza, de 33 a 51 como Regular preferencia estética de belleza y de 52 a 70 como Baja preferencia estética de belleza.

Con respecto a la validación del instrumento de recolección de información se procedió a la elaboración de la matriz de cuestionario para ver la relación que existe entre las variables, objetivos específicos, dimensiones e indicadores. Para medir la variable *Realitys televisivos* se aplicó una prueba piloto con diez voluntarios se utilizó el Alfa De Cronbach a lo cual resultó un coeficiente de 0.844, en el caso de la variable *Preferencias estéticas de belleza* se obtuvo una confiabilidad de 0.819 por tanto ambos instrumentos obtuvieron confiabilidad alta.

2.5 Procedimiento

Se solicitó formalmente la colaboración a la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.

Posteriormente se planificó y ejecutó las visitas para el llenado de las encuestas cuya aplicación recayó en los estudiantes del nivel secundario.

2.6 Método de análisis de datos

Para el tratamiento de la recolección de información se procedió a almacenar los datos en un archivo SPSS versión 22 (Walliman, 2016, p. 16). Los datos recopilados se almacenaron en una base de datos electrónica y de esta se obtuvo el procesamiento para presentar los datos en tablas de frecuencia y figuras (barras simples), conforme a la estadística descriptiva. Para la contrastación de hipótesis se requirió de la prueba “r” de Pearson, utilizada para medir la correlación entre nuestras variables, propia de la estadística inferencial (Bacchini, Vázquez, Bianco y García (2018, p. 24).

2.7 Aspectos éticos

Con respecto al procedimiento aplicado a la investigación se ha tenido en consideración la discreción de la información requerida, por otro lado, también se ha respetado el derecho intelectual de los autores e investigadores como también el respeto a la persona humana sin discriminación alguna por raza, credo o clase social. Así mismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

De esta manera asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual los autores se someten a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

III. RESULTADOS

3.1 Relación entre la variable Reality televisivos y la variable Preferencias estéticas de belleza en los estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 1.

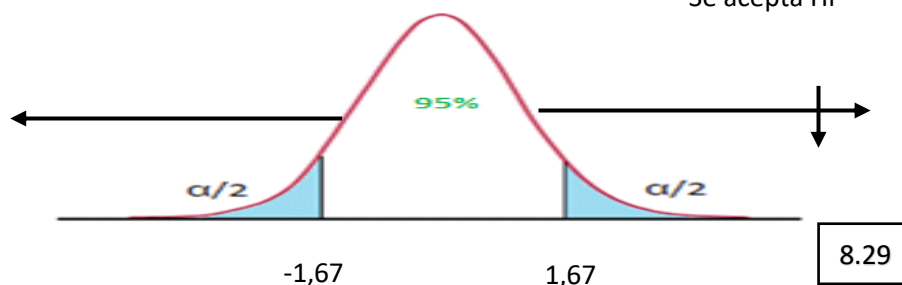
Coefficiente de correlación entre Realities televisivos y preferencias estéticas de belleza.

Correlaciones		Puntajes Reality televisivos	Puntajes Preferencias estéticas
Puntajes Reality televisivos	Correlación de Pearson	1	,617**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	314	314
Puntajes Preferencias estéticas de belleza	Correlación de Pearson	,617**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	314	314

Gráfico de dispersión:

$$\tau = \frac{\rho}{\sqrt{(1-\rho^2)/(n-2)}} \longrightarrow \tau = \frac{0,617}{\sqrt{(1-0,617^2)/(314-2)}} \longrightarrow \tau = 8.29$$

Se acepta Hi



Prueba de hipótesis para la correlación

El valor tabular $t_{cal} = 13,99 > t_{tab} = 1,67$ es decir el valor calculado está en la región Hi, por lo que se acepta la Hi, es decir, existe relación entre las variables de estudio.

Toma de decisiones: En la significancia se obtuvo que $p=0.000$, siendo menor a $0,05$ permitiéndonos comprobar la significatividad de la relación de las dimensiones.

El valor de correlación obtenido fue de $0,617$ lo que establece una Correlación positiva MODERADA entre la variable Reality televisivos y la variable Preferencias estéticas de belleza.

3.2. Nivel de los realitys en los estudiantes de 2do de secundaria de la I.E.P.

Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019

Tabla 2

Niveles de los Reality televisivos

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo impacto	111	35,4	35,4	35,4
Regular impacto	186	59,2	59,2	94,6
Alto impacto	17	5,4	5,4	100,0
Total	314	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los cuestionarios sobre los Reality televisivos, 2019

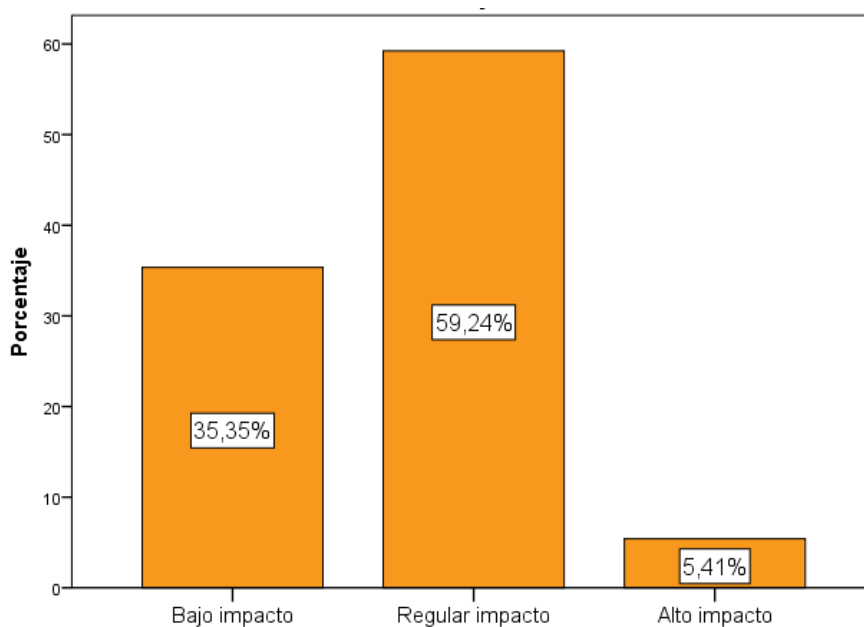


Figura 2. *Niveles de los Reality televisivos*

Fuente: Tabla 2

Interpretación:

Un 35% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como bajo el impacto de los Reality televisivos, un 59% consideró el impacto como regular y el 5% restante consideró el impacto como alto.

Tabla 3

Niveles de la dimensión Dinámica competitiva

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo impacto	130	41,4	41,4	41,4
Regular impacto	164	52,2	52,2	93,6
Alto impacto	20	6,4	6,4	100,0
Total	314	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los cuestionarios sobre los Reality televisivos, 2019

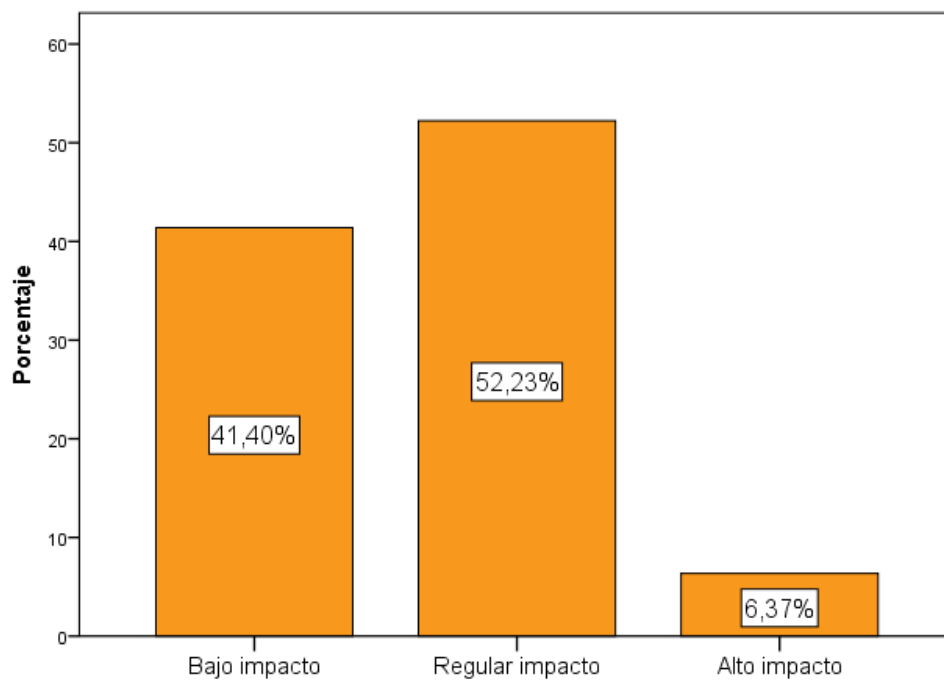


Figura 3. *Niveles de la dimensión Dinámica competitiva*

Fuente: Tabla 3

Interpretación:

Un 41% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como bajo el impacto de los Reality televisivos en cuanto a la dimensión Dinámica competitiva, un 52% consideró el impacto como regular y el 6% restante consideró el impacto como alto en dicha dimensión.

Tabla 4

Niveles de la dimensión Espectacularidad

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo impacto	139	44,3	44,3	44,3
Regular impacto	151	48,1	48,1	92,4
Alto impacto	24	7,6	7,6	100,0
Total	314	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los cuestionarios sobre los Reality televisivos, 2019

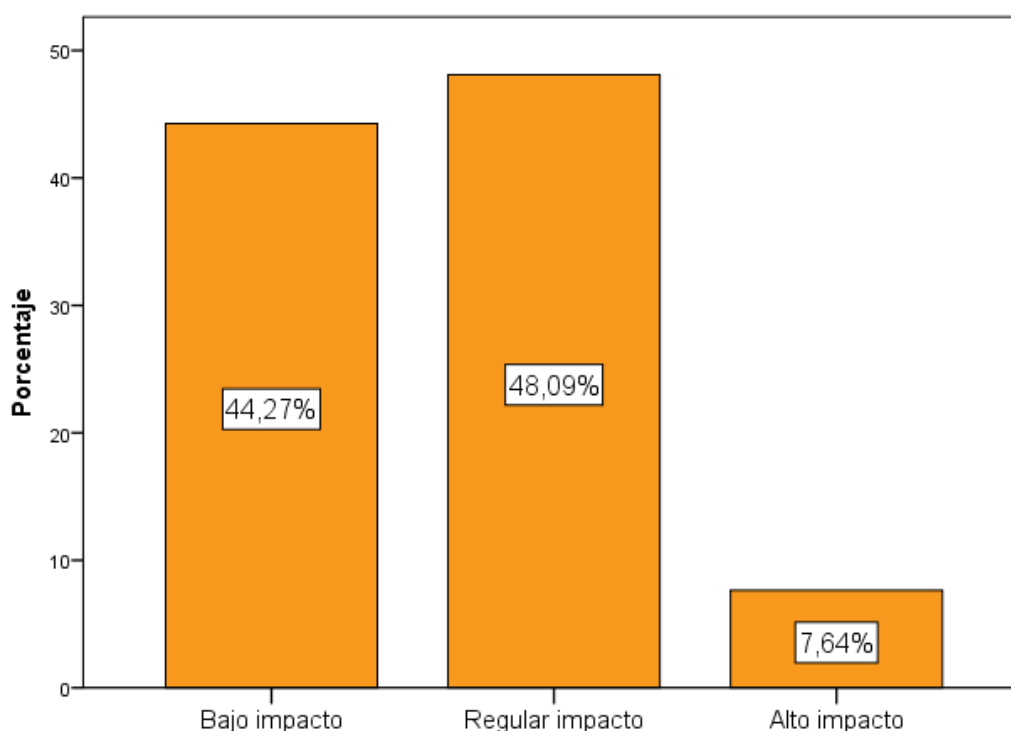


Figura 4. *Niveles de la dimensión Espectacularidad*

Fuente: Tabla 4

Interpretación:

Un 44% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como bajo el impacto de los Reality televisivos en cuanto a la dimensión Espectacularidad, un 48% consideró el impacto como regular y el 8% restante consideró el impacto como alto en dicha dimensión.

Tabla 5

Niveles de la dimensión Entretenimiento

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo impacto	165	52,5	52,5	52,5
Regular impacto	119	37,9	37,9	90,4
Alto impacto	30	9,6	9,6	100,0
Total	314	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los cuestionarios sobre los Reality televisivos, 2019

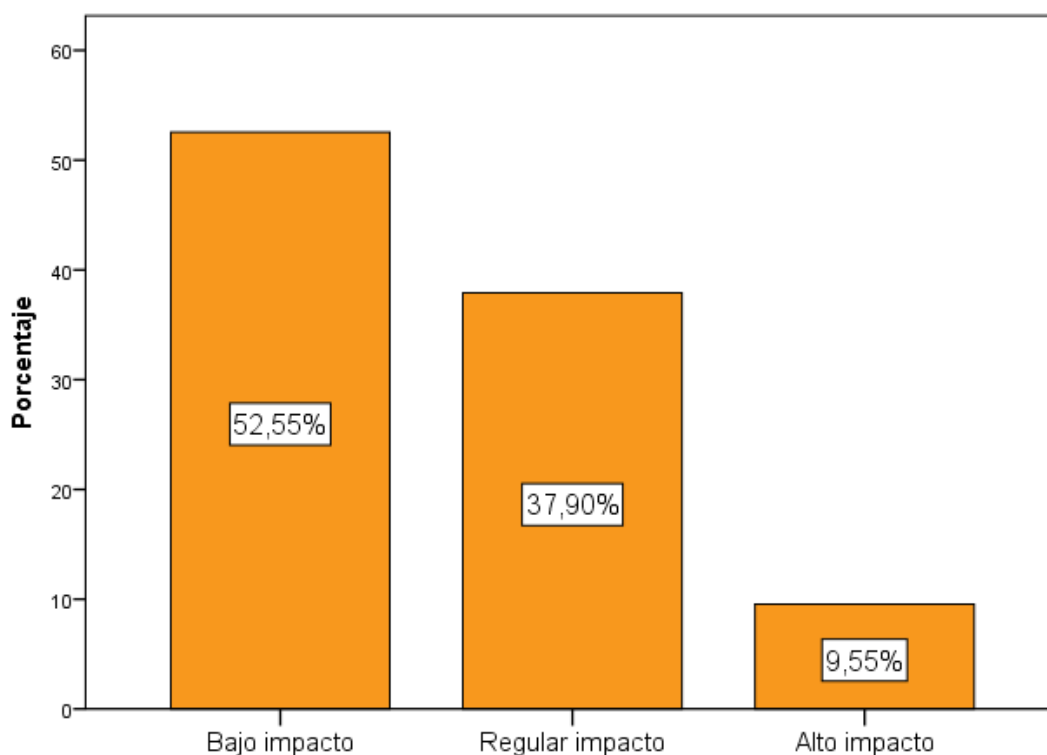


Figura 5. *Niveles de la dimensión Entretenimiento*

Fuente: Tabla 5

Interpretación:

Un 53% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como bajo el impacto de los Reality televisivos en cuanto a la dimensión Entretenimiento, un 38% consideró el impacto como regular y el 10% restante consideró el impacto como alto en dicha dimensión.

3.3 Identificar el nivel de las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes de 2do de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 6

Niveles de la Preferencias estéticas de belleza

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja preferencia	74	23,2	23,3	23,3
Regular preferencia	204	65,0	65,2	88,5
Alta preferencia	36	11,5	11,5	100,0
Total	314	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los cuestionarios sobre las preferencias estéticas, 2019.

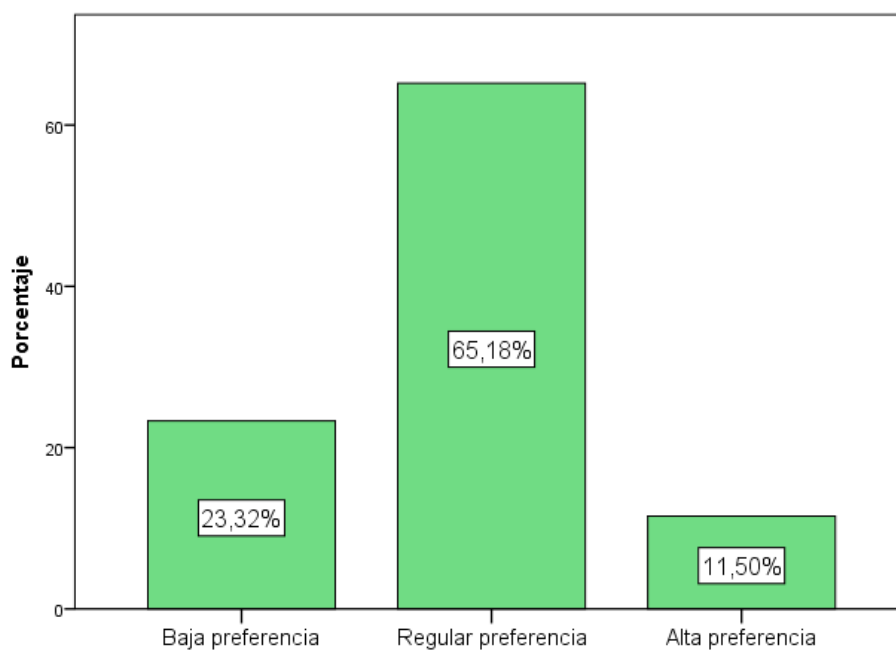


Figura 6. *Niveles de la Preferencias estéticas de belleza*

Fuente: Tabla 6

Interpretación:

Un 23% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como baja las preferencias estéticas de belleza, un 65% consideró como regular las preferencias estéticas y el 12% restante consideró las preferencias estéticas como altas.

Tabla 7

Niveles de la dimensión Simetría

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja preferencia	124	39,5	39,5	39,5
Regular preferencia	155	49,4	49,4	88,9
Alta preferencia	35	11,1	11,1	100,0
Total	314	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los cuestionarios sobre las preferencias estéticas, 2019.

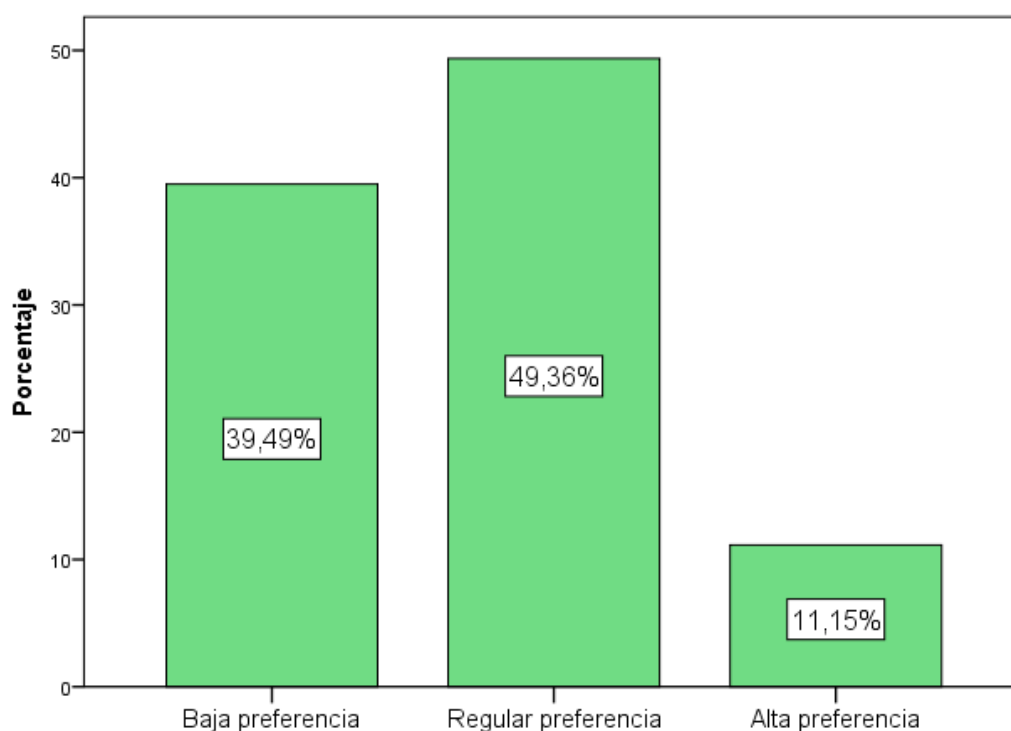


Figura 7. *Niveles de la dimensión Simetría*

Fuente: Tabla 7

Interpretación:

Un 39% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como baja las preferencias estéticas de belleza en la dimensión Simetría, un 49% consideró que existe regularidad y el 11% restante consideró como alta las preferencias estéticas en dicha dimensión.

Tabla 8

Niveles de la dimensión Dimorfismo sexual

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja preferencia	138	43,9	43,9	43,9
Regular preferencia	155	49,4	49,4	93,3
Alta preferencia	21	6,7	6,7	100,0
Total	314	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los cuestionarios sobre las preferencias estéticas, 2019.

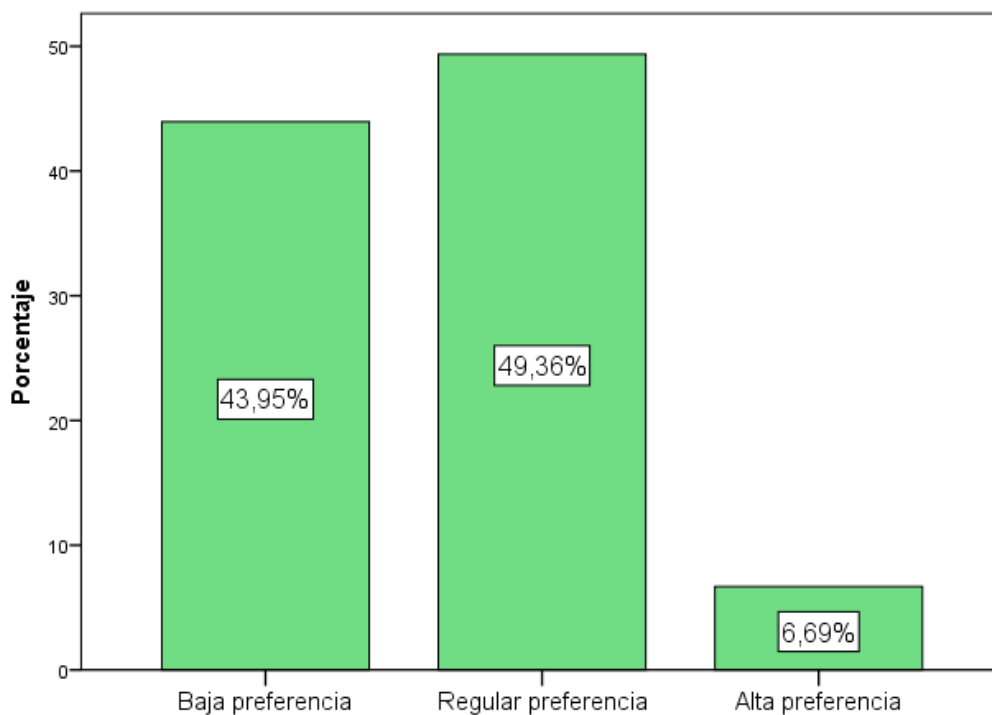


Figura 8. *Niveles de la dimensión Dimorfismo sexual*

Fuente: Tabla 8

Interpretación:

Un 44% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como baja las preferencias estéticas de belleza en la dimensión Dimorfismo sexual, un 49% consideró que existe regularidad y el 7% restante consideró como alta las preferencias estéticas en dicha dimensión.

Tabla 9

Niveles de la dimensión Medianía

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja preferencia	117	37,3	37,3	37,3
Regular preferencia	179	57,0	57,0	94,3
Alta preferencia	18	5,7	5,7	100,0
Total	314	100,0	100,0	

Fuente: Obtenido de la base de datos de los cuestionarios sobre las preferencias estéticas, 2019.

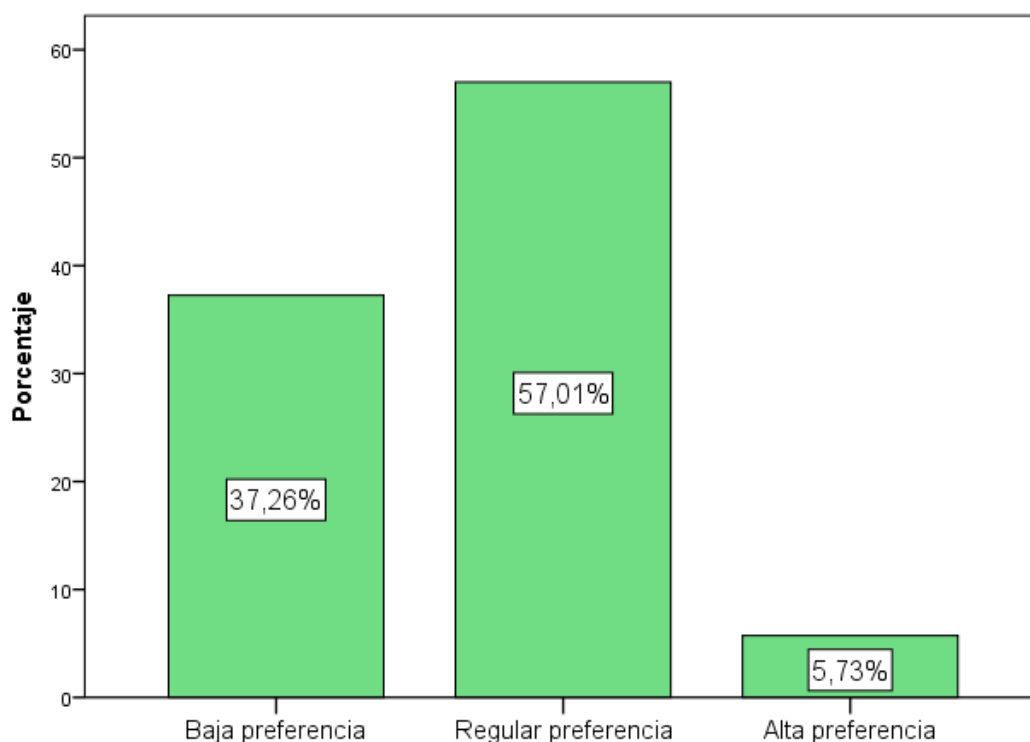


Figura 9. *Niveles de la dimensión Medianía*

Fuente: Tabla 9

Interpretación:

Un 37% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como baja las preferencias estéticas de belleza en la dimensión Medianía, un 57% consideró que existe regularidad y el 6% restante consideró como alta las preferencias estéticas en dicha dimensión.

3.4 Relación entre los realitys televisivos y las dimensiones de las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 10.

Relación entre la variable Reality televisivos y la dimensión Simetría

Correlaciones		Puntajes	Puntajes
		Reality televisivos	Simetría
Puntajes Reality televisivos	Correlación de Pearson	1	,449**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	314	314
Puntajes Simetría	Correlación de Pearson	,449**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	314	314

Toma de decisiones: En la significancia se obtuvo que $p=0.000$, siendo menor a 0,05 permitiéndonos comprobar la significatividad de la relación de las dimensiones. El valor de correlación obtenido fue de 0,449 lo que establece una Correlación positiva MEDIA entre la variable Reality televisivos y la dimensión Simetría.

Tabla 11.

Relación entre la variable Reality televisivos y la dimensión Dimorfismo sexual

Correlaciones		Puntajes	Puntajes
		Reality televisivos	Dimorfismo sexual
Puntajes Reality televisivos	Correlación de Pearson	1	,590**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	314	314
Puntajes Dimorfismo sexual	Correlación de Pearson	,590**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	314	314

Toma de decisiones: En la significancia se obtuvo que $p=0.000$, siendo menor a 0,05 permitiéndonos comprobar la significatividad de la relación de las dimensiones. El valor de correlación obtenido fue de 0,590 lo que establece una Correlación positiva MEDIA entre la variable Reality televisivos y la dimensión Dimorfismo sexual.

Tabla 12.

Respecto a la relación entre la variable Reality televisivos y la dimensión Medianía

Correlaciones		Puntajes	
		Reality televisivos	Puntajes Medianía
Puntajes Reality televisivos	Correlación de Pearson	1	,450**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	314	314
Puntajes Medianía	Correlación de Pearson	,450**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	314	314

Toma de decisiones: En la significancia se obtuvo que $p=0.000$, siendo menor a 0,05 permitiéndonos comprobar la significatividad de la relación de las dimensiones. El valor de correlación obtenido fue de 0,450 lo que establece una Correlación positiva MEDIA entre la variable Reality televisivos y la dimensión Medianía.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados del estudio revelaron la relación existente entre los realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza, estudio que comprendió a 314 estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro en el distrito de Nuevo Chimbote, se trató de una muestra con rasgos muy parecidos a muchas entidades educativas del sector estatal.

La hipótesis central señala que existe relación moderada entre los realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro en el distrito de Nuevo Chimbote, ello se evidenció en la tabla 1 pues el valor tabular $t_{cal}=13,99 > t_{tab}= 1,67$ es decir el valor calculado está en la región H_1 , por lo que se acepta la H_1 , es decir, existe relación entre las variables de estudio, sin embargo ello es diametralmente opuesto a lo hallado por Nadal, Munar & Marty (2015) en su artículo científico titulado “Complejidad visual y apreciación de la belleza: explicando la divergencia de resultados”, concluyó en que no se pudo detectar ninguna influencia significativa de la complejidad en las clasificaciones de belleza como consecuencia del consumo de reality shows. (p. 117).

Balcázar (2017) según lo encuestados se admitió observar los realitys como un pasatiempo. En ese sentido, hasta un 36% gusta del reality Combate y a otro 36% del programa BLT la Competencia y en particular hasta un 39% observa cada programa de Combate (p. 109), dichos datos son regulares y coinciden con lo hallado en la tabla 2 ya que un 35% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como bajo el impacto de los Reality televisivos.

Sharrer & Blackburn (2017) concluyó que hay una incidencia de formas no físicas de agresión modeladas por personajes en reality show a modo de disputa mediática. (p.110), ello es muy similar a lo hallado en la tabla 3 el 52% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como regular el impacto de los Reality televisivos en cuanto a la dimensión Dinámica competitiva.

Aguirre (2017) concluyo que en el reality show “El último pasajero” cada concursante es utilizado para lograr espectacularidad, por ello atraviesan retos o competencias en un marco de ilusiones, alegrías, desesperanza, iras y ansiedades y precisamente ello se evidencia en la tabla 4 pues el 48% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como regular el impacto de los Reality televisivos en cuanto a la dimensión Espectacularidad y el 8% restante consideró el impacto como alto en dicha dimensión.

Liberio (2015) reveló que muchos jóvenes viven actualmente en una era de explosión informativa y sus accesos a los mismos son múltiples, ello coincide con lo hallado en la tabla 5 pues un 38% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como regular el impacto de los Reality televisivos en cuanto a la dimensión Entretenimiento y el 10% restante consideró el impacto como alto.

Biol (2015) afirmó del gran impacto de la experiencia en las preferencias faciales individuales que proporcionan los programas de televisión como una nueva ventana a las nociones individuales de lo que es atractivo. (p. 81) dicha tendencia se percibe en los datos de la tabla 6 pues un 65% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como regulares las preferencias estéticas de belleza y el 12% restante consideró las preferencias estéticas como altas.

Liberio (2015) concluyó que un 42% cree en las imágenes que la televisión impone lo cual guarda correlato con los datos de la tabla 7 pues un 49% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como regular las preferencias estéticas de belleza en la dimensión Simetría y el 11% restante consideró como alta las preferencias estéticas.

Skeggs, Thumim & Wood (2014) concluyó que la jerarquía de gustos, mientras que para aquellos que no estaban interesados en articular su relación con la televisión a través del gusto. (p. 124) dicho resultado difiere de lo hallado en la tabla 8 pues un 49% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote

consideró como regular las preferencias estéticas de belleza en la dimensión Dimorfismo sexual (cambios o variaciones en los gustos).

Skeggs, Thumim & Wood concluyó que la tele-realidad es una de esas fuentes de socialización o asociaciones entre personas, ello se corresponde con los datos de la tabla 9 un 57% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote consideró como regularidad las preferencias estéticas de belleza en la dimensión Medianía (mediación o forma de contacto con otras personas bajo determinados criterios).

Liberio (2015) en sus conclusiones se reveló son influenciados muchos jóvenes desde los medios de comunicación, por tanto, hay mucha relación entre este tipo de audiovisuales y criterios de forma tal como se proyecta en la imagen, ello coincide con lo hallado en la tabla 10 pues el valor de correlación obtenido fue de 0,449 lo que establece una Correlación positiva MEDIA entre la variable Reality televisivos y la dimensión Simetría.

Skeggs, Thumim & Wood (2014) concluyó que la jerarquía de gustos se articula en relación con la televisión (p. 124) ello coincide con lo hallado en la tabla 11 pues el valor de correlación obtenido fue de 0,590 lo que establece una Correlación positiva MEDIA entre la variable Reality televisivos y la dimensión Dimorfismo sexual. En la significancia se obtuvo que $p=0.000$, siendo menor a 0,05 permitiéndonos comprobar la significatividad de la relación de las dimensiones.

Según Skeggs, Thumim & Wood (2014) concluyó que la tele-realidad es una de esas fuentes de socialización o asociaciones entre personas, por tanto, guardan un vínculo muy estrecho los realitys y sus formas de vincularse a personas, ello se asemeja a la tabla 12 pues el valor de correlación obtenido fue de 0,450 lo que establece una Correlación positiva MEDIA entre la variable Reality televisivos y la dimensión Medianía. En la significancia se obtuvo que $p=0.000$, siendo menor a 0,05 permitiéndonos comprobar la significatividad de la relación de las dimensiones

V. CONCLUSIONES

Existe una relación positiva moderada entre realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019, según la prueba Rho de Spearman se alcanzó un valor de 0,617 lo cual fue consistente ya que la significancia fue de un $p=0.000$ (menor al 0,05 estándar) (Tabla 1).

Existe una predominante tendencia a la regularidad respecto al impacto de los reality televisivos según el 59% de los estudiantes de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, un 35% consideró como bajo y el 5% restante consideró el impacto como alto. Esto confirma la posible influencia de los reality televisivos en los estudiantes del colegio donde se realizó la investigación (Tabla 2).

Existe una predominante tendencia a la regularidad respecto al nivel de las preferencias estéticas de belleza en el 65% de los estudiantes de 2do de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, un 23% consideró como baja las preferencias estéticas de belleza y el 12% restante consideró las preferencias estéticas como altas. Esto muestra un claro impacto de los estereotipos en las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes. (Tabla 6).

Existe una relación positiva, aunque media entre los realitys televisivos y la Simetría (0,449), la Dimorfismo sexual (0,590) y la Medianía (0,450) siendo estas tres últimas dimensiones de las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019 (Tabla 10, 11 y 12).

VI. RECOMENDACIONES

Al director de la. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, implementar políticas para emprender el análisis de mensajes televisivos articulando seminarios en la que se involucren estudiantes y padres de familia.

A los padres de familia de estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, desarrollar más interacción con sus hijos para velar por el consumo de contenidos audiovisuales y sus posibles influencias.

A los estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, moderar sus hábitos como televidentes a partir de la reflexión de los contenidos mediante la tutoría de sus docentes.

A los comunicadores especializados en la producción audiovisual, balancear sus criterios y predominio de tendencias estéticas de belleza que generan alienación cultural.

A los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, profundizar los estudios científicos abordando diseños experimentales en el abordaje de las variables realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza, sobre todo en instituciones educativas.

REFERENCIAS

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. España. Editorial Murcia, p. 252
- Aguirre, K. (2017). *Ética y reality show: análisis de los principios éticos vulnerados en dos secuencias del programa concurso "El último pasajero"*. (Tesis de licenciatura), Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2441/1221274753019.pdf>
- Andacht, F. (2003). *El reality show: una perspectiva analítica de la televisión*. Argentina. Grupo Editorial Norma, p. 139.
- Arango, L. Bello, J. Ramírez, J. y Ramírez, S. (2013). *Género, belleza y apariencia: la clientela de peluquerías en Bogotá*. Redalyc, Vol. 1. N° 38, abril, pp. 185-200, 2013. Universidad Central. Bogotá. Colombia. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1051/105127475012.pdf>
- Bacchini, R. Vázquez, L. Bianco, M. y García, J. (2018). *Introducción a la Probabilidad y a la Estadística*. Capítulo 5, pp 157-182. Universidad de Buenos Aires Argentina. Recuperado de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/libros/Bacchini_Introduccion-a-la-probabilidad-y-a-la-estadistica-2018.pdf
- Balcázar, Y. (2017). *Influencia de los programas reality show en el desempeño académico de los jóvenes estudiantes de 12 a 17 años de edad, del colegio Dr. Juan Francisco Ontaneda de la parroquia Buenavista Cantón Chaguarpamba*. (Tesis doctoral), Universidad Nacional de Loja, Ecuador. Recuperado de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19221/1/YESTI%20MARIANA%20BALC%C3%81ZAR%20CUEVA.pdf>
- Biol, C. (2015). *Individual Aesthetic Preferences for Faces Are Shaped Mostly by Environments, Not Genes*, Vol. 68, N° 51, 2015, pp. 81, ARC Centre of Excellence in Cognition and Its Disorders, School of Psychology, University of Western

Australia, Crawley, WA 6009, Australia, Recovered from:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26441352>

Castillo, J. (2013), *Cultura audiovisual*. España. S.A. Ediciones Paraninfo, p. 270.

Correo (2015). *¿TV basura?: Estos son los cinco programas contra los que se ha presentado más quejas*. Lima. Recuperado de:
<https://diariocorreo.pe/miscelanea/tv-basura-estos-son-los-cinco-programas-contra-los-que-se-ha-presentado-mas-quejas-videos-592189/>

Cortes, Y. y Ticse, C. (2014). *Los programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I.E. N°1233 Manuel Fernando Cabrel Nicho, 2014*. (Tesis de Licenciatura), Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Lima. Recuperado de
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/461711/CLMJ_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Danko, K. (2015). *The Aesthetic Preferences of Infants: Pictures of Faces That Captivate Their Interest*, *journals sagepub* Vol. 11, N° 4, 2015, pp. 189, *Contemporary Issues in Early Childhood*. Recovered from:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2304/ciec.2010.11.4.365>

Deplanque, J., Loof, E. Jansses, C. & Vergust, T. (2019). *The sound of beauty: How complexity determines aesthetic preference*. *Science direct* Vol. 192, N° 146, 2019, pp. 124, *Science direct*. Recovered from:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S000169181830177X>

Fuentes, c. Juárez, L y Mejía, M. (2016). *Lineamientos para el desarrollo de la televisión pública en el Perú*. Lima: Editorial de la ESAN, p.37.

Galván, K. (2019). *Estereotipos en adolescentes de una institución educativa pública 2018*. (Tesis de Licenciatura), Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2190/EM.28.2.d?journalCode=arta>

- García, C. (2017). *Los estereotipos de género se arraigan en los niños y niñas a los 10 años.* El País. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2017/09/26/mamas_papas/1506419592_704218.html
- Gordillo, I. (2009). *Manual de narrativa televisiva.* España: Editorial Síntesis S.A. p 22
- Guerra, T. (2013). *Los peligros de los realitys: Muertes y polémicas.* España. *Diario femenino.* Recuperado de: <https://www.diariofemenino.com/articulos/ocio/television/los-peligros-de-los-realities-muertes-y-polemicas/>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* México: Graw Hill Education,
- Kumar, R. (2017). *Research methodology, a step-by-step guide for beginners.* India. TJ International. New Dhaly. Recuperado de <https://maxcdn.bootstrapcdn.com/fontawesome/4.5.0/css/fontawesome.min.css>
- Liberio, M. (2015). *Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil.* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9049/1/Tesis%20completa.pdf>
- Mandoki, K. (2006). *Estética cotidiana y juegos de la cultura.* México: Siglo XXI editores. P.121
- Merino, I. (2015). *Adolescentes y reality shows, ¿es perjudicial que consuman esos programas?* Bekia Padres. Recuperado de: <https://www.bekiapadres.com/articulos/adolescentes-reality-shows-perjudicial-consuman-programas/>
- Molina, M. (2017). *Lo que no sale en televisión no existe Una revisión filosófica sobre la apariencia y la realidad en el medio.* España. Editorial: MAD.

- Moreno, M. (2003). *Filosofía. Volumen II: Antropología, Psicología y Sociología*. España: Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=MgDwHGPGe2MC&pg=PA94&dq=belleza+etimol%C3%B3gicamente+significa+%E2%80%9Cbrillar%E2%80%9D,+%E2%80%9Caparecer%E2%80%9D,+%E2%80%9Cser+visto%E2%80%9D&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiL_6vExIDXAhVGf5AKHT6gA5QQ6AEIJDA#v=onepage&q=belleza%20etimol%C3%B3gicamente%20significa%20%E2%80%9Cbrillar%E2%80%9D%2C%20%E2%80%9Caparecer%E2%80%9D%2C%20%E2%80%9Cser%20visto%E2%80%9D&f=false
- Natteri, O. (2015). *Psicólogo advierte peligros de realitys*. Lima. Diario Correo. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/miscelanea/psicologo-advierte-peligros-de-realitys-568591/>
- Pérez, H. (2011). *El cuerpo narrado en el reality show Un estudio sobre Cambio extremo*. Colombia. (Tesis de licenciatura), Universidad de Medellín, Colombia: Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222011000100015
- Rosales, E. (2012). *Estética y medios de comunicación: sueños que el dinero puede comprar*. España: Editorial Tecnos.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2016). *Metodología y diseños en la investigación científica*. 4ta edición, Lima: Editorial Visión Universitaria.
- San Sebastián, I. (2016). *La importancia de una televisión educativa*. (Tesis de Maestría), Universidad internacional de la Rioja. España. Recuperado de https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/2859/Igone_SanSebastian_Ikutzeta.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Meléndez, K y Vásquez, B. (2016). *Valoración ética de los reality shows “Combate” y “Esto es guerra” por parte de los alumnos de 5to año de secundaria de la I.E 80010 Ricardo Palma-Trujillo 2016*. (Tesis de Licenciatura), Universidad Privada

Antenor Orrego. Recuperado de :
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2501/1/re_comu_katherine.melendez_brenda.vasquez_valoracion.etica.de.los.reality.shows.combate.y.esto.es.guerra_datos.pdf

Nadal, M., Munar, E. & Marty, G. (2015). *Visual Complexity and Beauty Appreciation: Explaining the Divergence of Results*, Vol. 28, N° 173, 2015, pp. 117, *Empirical Studies of the Arts*. Recovered from:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2190/EM.28.2.d?journalCode=arta>

Silva, D. (2013). *Interés por el uso de la imagen masculina en las fotografías publicadas en las páginas de Facebook de Black Eyes Fotografía, Utopía Studio y BAG Photography de Enero – Setiembre 2013*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo. Recuperado de : <https://www.redalyc.org/pdf/292/29214103.pdf>

Rincón, O. (2006) *Narrativas mediáticas. O como se cuenta la sociedad del entretenimiento*. España. Editorial Gedisa, p. 109.

Samisadeh, S. (2019). *The Ideals of Facial Beauty Among Chinese Aesthetic Practitioners: Results from a Large National Survey*. Vol. 32, N° 4, 2019, pp. 122, US National Library of Medicine National Institutes of Health, Recovered from:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/30288564>

Scott, L. (2014). *Shining Stars, Blind Sides, and “Real” Realities: Exit Rituals, Eulogy Work, and Allegories in Reality Television*. Vol. 44, N° 417, 2014, *Journal of Contemporary Ethnography*. Recovered from:
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0891241614545879>

Sharrer, E. & Blackburn, G. (2017). *Is Reality TV a Bad Girls Club? Television Use, Docusoap Reality Television Viewing, and the Cultivation of the Approval of Aggression*. Vol. 95, N° 1, 2017, pp. 110, *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Recovered from:
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1077699017706482>

Skeggs, B. Thumim, N. & Wood, H. (2014). *'Oh goodness, I am watching reality TV'*, Vol. 11(1), N° 136, 2014, pp. 124, How methods make class in audience research. Recovered from: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1367549407084961>

Terrén, J. (2014). *Los modelos de belleza y sus consecuencias*. Centenario. Arte en la Estética. Recuperado de: https://www.elperiodic.com/opinion/artestetica/modelos-belleza-consecuencias_4683

Walliman, M. (2016). *Research methods the basics*. Canadá. Fundation Routledge Recuperado de: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2317618/mod_resource/content/1/BLOCO%202_Research%20Methods%20The%20Basics.pdf

ANEXOS

Anexo 01

UCV

Ciencias de la Comunicación

Cuestionario respecto a los Reality televisivos

Estimado estudiante:

Solicitamos tu colaboración para responder el presente cuestionario marcando una sola vez donde creas conveniente, por favor considera esta leyenda para tus respuestas:

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
MA	D	I	DS	MD

Ítems	Alternativas				
	MA	D	I	DS	MD
1, Me gusta la competitividad al máximo en los Reality televisivos cuando llegan a ofenderse					
2, Me gusta que el entretenimiento de los Reality televisivos contengan la disputa como eje.					
3, Se percibe como signo de superación ganar una competencia en un Reality televisivo.					
4, Concuerdo en que el entretenimiento se enfoca en la superación de retos en un Reality televisivo.					
5, Considero que superar pruebas en un Reality televisivo es razón para exaltar las habilidades de los personajes.					
6, Considero que ganar pruebas en un Reality televisivo humillando con ello al adversario es superarse					
7, Considero un exceso que en un Reality televisivo se exalte al ganador de una competición por su ego.					
8, Considero que los personajes se vuelven más mediáticos que el entretenimiento mismo en un Reality televisivo.					
9, Considero que los Reality televisivos se vuelven más mediáticos por medio de los amoríos entre personajes.					
10, Es mi sueño participar como chico(a) reality.					
11, Considero incentivar a mis amigos y conocidos a ser participantes un Reality televisivo.					
12, Me interesa involucrarme llamando telefónicamente a un Reality televisivo para apoyar a algún participante.					
13, Me interesa involucrarme en redes sociales con referencia a Reality televisivos.					

Cuestionario respecto a las preferencias estéticas de belleza

Estimado estudiante:

Solicitamos tu colaboración sincera para responder el presente cuestionario marcando una sola vez donde creas conveniente, por favor considera esta leyenda para tus respuestas:

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
MA	D	I	DS	MD

Ítems	Alternativas				
	MA	D	I	DS	MD
1, Prefiero contar entre mis amistades a quienes vistan elegantemente.					
2, Me encanta que me vean siempre elegante					
3, Considero que me esfuerzo en verme agradable físicamente.					
4, Procuo tratar con gente que se vea estéticamente agradable a la vista					
5, Me esmero en ser atractivo					
6, Me gusta que quienes me rodean tengan su atractivo.					
7, Siempre procuro cambios para verme bonito(a).					
8, Procuo mantener mi look.					
9, Me adapto a los peinados de moda para mejorar mi apariencia					
10, Me adapto a las modas en cuanto a vestimenta.					
11, Apruebo que las personas mejoren su apariencia física					
12, Concuero en que las intervenciones quirúrgicas son necesarias para mejorar la apariencia física.					
13, Acepto como amigos a quienes tienen gustos estéticos como los míos.					
14, Pienso que aceptaré como pareja a quien tenga mi tipo o gusto estético.					

Ficha técnica 1

DENOMINACIÓN DEL INSTRUMENTO	Cuestionario respecto a Reality Televisivo
AUTORES	Bermúdez Ortega Karina Bright Noriega Lunarejo Cesar Antonio
MUESTRA DE ESTUDIO	314 estudiantes del nivel secundario del I.E.P. Jesús Maestro.
ESCALA DE MEDICIÓN	Ordinal
CATEGORÍAS DE RESPUESTA	Categorías Muy de acuerdo (01 puntos) De acuerdo (02 puntos), Indeciso (03 puntos) Desacuerdo (04 puntos) Muy en desacuerdo (05 punto).
NIVELES DE MEDICIÓN	Alto impacto de 13 a 29 Regular impacto de 30 a 47 Bajo impacto 48 al 65
CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	0.861
Nº DE ÍTEMS	13
DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES	Dinámica competitiva 1,2,3,4 Espectacularidad 5,6,7,8,9 Entretenimiento 10,11,12,13
CRITERIO DE VALIDACIÓN	A juicio de 03 expertos 1 docente Metodólogo: 2 profesionales del área con el grado de maestría

Ficha técnica 2

DENOMINACIÓN DEL INSTRUMENTO	Cuestionario respecto preferencias estéticas de belleza
AUTORES	Bermúdez Ortega Karina Brigit Noriega Lunarejo Cesar Antonio
MUESTRA DE ESTUDIO	314 estudiantes del nivel secundario del I.E.P. Jesús Maestro.
ESCALA DE MEDICIÓN	Ordinal
CATEGORÍAS DE RESPUESTA	Categorías Muy de acuerdo (01 puntos) De acuerdo (02 puntos), Indeciso (03 puntos) Desacuerdo (04 puntos) Muy en desacuerdo (05 punto).
NIVELES DE MEDICIÓN	Alta preferencia de 14 a 32 Regular preferencia de 33 a 51 Baja preferencia de 52 al 70
CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	0.861
Nº DE ÍTEMS	14
DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES	Simetría 1,2,3,4 Dimorfismo sexual 5,6,7,8,9 Medianía 10,11,12,13
CRITERIO DE VALIDACIÓN	A juicio de 03 expertos 1 docente Metodólogo: 2 profesionales del área con el grado de maestría

Anexo 03

UCV

EAP Ciencias de la Comunicación

Matriz para diseño del cuestionario respecto a Reality Televisivos

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Reality televisivo	Dinámica competitiva	Disputa	1. Me gusta la competitividad al máximo en los Reality televisivos cuando llegan a ofenderse
			2. Me gusta que el entretenimiento de los Reality televisivos contenga la disputa como eje.
		Superación	3. Se percibe como signo de superación ganar una competencia en un Reality televisivo.
			4. Concuero en que el entretenimiento se enfoca en la superación de retos en un Reality televisivo..
	Espectacularidad	Exaltación de habilidades	5. Considero que superar pruebas en un Reality televisivo es razón para exaltar las habilidades de los personajes
			6. Considero que ganar pruebas en un Reality televisivo humillando con ello al adversario.es superarse
		Exaltación del yo	7. Considero un exceso que ,en un reality televisivo, se exalte al ganador de una competición por su ego
		Mediatización	8. Considero que los personajes se vuelven más mediáticos que el entretenimiento mismo en un Reality televisivo.
			9. Considero que los Reality televisivos se vuelven más mediáticos por medio de los amoríos entre personajes.
		Participación	10. Es mi sueño participar como espectador a un Reality televisivo en vivo.
		11. Es mi sueño participar como chico(a) reality	
	Entretenimiento	Involucramiento	12. Me interesa involucrarme llamando telefónicamente a un Reality televisivo para apoyar a algún participante.
			13. Me interesa involucrarme en redes sociales con referencia a Reality televisivos

Matriz para diseño del cuestionario respecto a Preferencias Estéticas De Belleza

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Preferencias estéticas de belleza	Simetría	La elegancia	1. Prefiero contar entre mis amistades a quienes vistan elegantemente.
			2. Me encanta me vean siempre elegante
		Lo sublime	3. Considero que me esfuerzo en verme agradable físicamente.
			4. Procuo tratar con gente que se vea estéticamente agradable a la vista
		Lo atractivo	5. Me esmero en ser atractivo
			6. Me gusta que quienes me rodean tengan su atractivo.
	Dimorfismo Sexual	Cambios	7. Siempre procuro cambios para verme bonito
			8. Procuo mantener mi look.
		Adaptación	9. Me adapto a los peinados de moda para mejorar mi apariencia.
			10. Me adapto a las modas en cuanto a vestimenta.
	Medianía	Aprobación	11. Apruebo que las personas mejoren su apariencia física
			12. Concuero en que las intervenciones quirúrgicas son necesarias para mejorar la apariencia física.
		Aceptación	13. Acepto como amigos a quienes tienen gustos estéticos como los míos.
			14. Pienso que aceptaré como pareja a quien tenga mi tipo o gusto estético

Anexo 04

UCV

EAP Ciencias de la Comunicación

Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivos	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	
¿Existe relación entre realitys televisivos y las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019?	<p>Objetivo general -Determinar la relación de los realitys televisivos y las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019</p> <p>Objetivos específicos -Determinar el nivel de los realitys en los estudiantes de 2do de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019 -Determinar el nivel de las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes de 2do de secundaria. I.E.P.</p>	Reality Televisivo	Castillo(2017),define a los realitys televisivos como formas de entretenimiento respaldados con trayectoria con dominio en el mercado y cuyo auge vienen creciendo desde los últimos años, se trata de programas cuya consideración es notoria en la elaboración gestionando las situaciones para que generar las expectativas del consumo (p. 23)	Conjunto de percepciones de las dimensiones de la variable Realitys televisivos (Dinámica competitiva, Espectáculo y entretenimiento) que se obtienen mediante medición (encuesta).	Dinámica competitiva	Disputa	1	Alto impacto de 13 a 29 Regular impacto de 30 a 47 Bajo impacto 48 al 65	
							2		
						Superación	3		
							4		
							Exaltación de habilidades		5
									6
					Espectacularidad	Exaltación del yo	7		
						Mediatización	8		
						9			
					Entretenimiento	Involucramiento	10		
							11		
							12		
					Simetría	La elegancia	13		
1									
Lo sublime	2								
	3								
Lo atractivo	4								
	5								
6									
Alta preferencia de 14 a 32 Regular preferencia de 33 a 51									

	<p>Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019. -Determinar la relación de las dimensiones de los realitys televisivos en las dimensiones de las preferencias estéticas de belleza en los estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019.</p>		<p>construcción social desde lo que se concibe como estético. En toda sociedad en el tiempo, han germinado una diversidad de tipos o formas de belleza, cada una muy particular y todas diferentes, han correspondido por lo general a diferentes contextos (p. 53).</p>	<p>(Simetría, dimorfismo sexual y medianía) que se obtienen mediante medición (encuesta).</p>	Dimorfismo Sexual	Cambios	7	Baja preferencia de 52 al 70
							8	
						Adaptación	9	
							10	
					Medianía	Aprobación	11	
							12	
						Aceptación	13	
							14	

Anexo 05

UCV

EAP Ciencias de la Comunicación

Prueba de confiabilidad del instrumento

Confiabilidad mediante la prueba Alfa de Cronbach respecto a la variable Realitys televisivos

Nombre del instrumento: Cuestionario sobre Realitys televisivos

Muestra piloto: 314 personas

Fecha: 02 de julio del 2019

Procedimiento de aplicación: Voluntarios

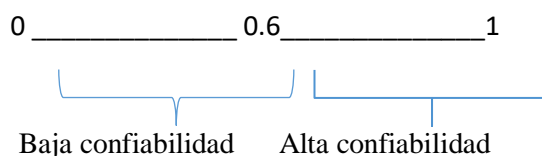
Procesamiento estadístico: Alfa de Cronbach (SPSS versión 22).

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

K :	El número de ítems
$\sum S_i^2$	Sumatoria de Varianzas de los Ítems
S_T^2	Varianza de la suma de los Ítems
α :	Coficiente de Alfa de Cronbach

CONFIABILIDAD DEL TEST

Considerando que la confiabilidad aceptable oscila entre 0.6 y 1:



El resultado obtenido fue:

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.844	13

Si el coeficiente se acerca a 1, se tiene entonces una confiabilidad alta del instrumento, en este caso el valor fue de 0.844, por lo que podemos afirmar que la encuesta cuenta con confiabilidad positiva alta.

Confiabilidad mediante la prueba Alfa de Cronbach respecto a la variable Preferencias estéticas de belleza

Nombre del instrumento: Cuestionario sobre Preferencias estéticas de belleza

Muestra: 314 personas

Fecha: 02 de julio del 2019

Procedimiento de aplicación: Voluntarios

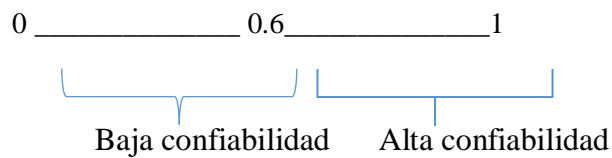
Procesamiento estadístico: Alfa de Cronbach (SPSS versión 22).

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

K :	El número de ítems
$\sum S_i^2$	Sumatoria de Varianzas de los Ítems
S_T^2	Varianza de la suma de los Ítems
α	
:	Coefficiente de Alfa de Cronbach

CONFIABILIDAD DEL TEST

Considerando que la confiabilidad aceptable oscila entre 0.6 y 1:



El resultado obtenido fue:

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.819	14

Si el coeficiente se acerca a 1, se tiene entonces una confiabilidad alta del instrumento, en este caso el valor fue de 0.819, por lo que podemos afirmar que la encuesta cuenta con confiabilidad positiva alta.

Anexo 06
UCV
EAP Ciencias de la Comunicación

Respecto a la base de datos realtyts televisivos

N°	Dinámica competitiva				SUMA	Espectacularidad				SUMA	Entretenimiento				SUMA	TOTAL
	1	2	3	4	12	1	2	3	4	15	1	2	3	4	8	
1	2	4	4	2	12	1	3	3	4	15	1	4	2	1	8	35
2	5	4	2	4	15	3	4	4	2	14	5	5	5	2	17	46
3	4	4	2	2	12	1	1	4	5	3	14	4	3	2	4	39
4	4	1	5	1	11	3	4	2	3	4	16	1	1	4	2	35
5	5	1	1	4	11	5	5	5	5	5	25	3	4	3	3	49
6	5	1	5	2	13	5	2	2	5	2	16	1	1	4	2	37
7	4	4	1	3	12	2	1	5	2	5	15	1	2	2	1	33
8	4	4	2	3	13	1	4	5	4	5	19	5	4	2	5	48
9	4	5	2	4	15	2	1	1	2	2	8	4	1	3	2	33
10	4	2	1	1	8	4	4	2	5	2	18	4	2	5	5	42
11	5	2	2	5	14	2	1	4	5	1	13	1	2	4	5	39
12	2	4	1	3	10	2	3	5	5	2	17	5	4	5	5	46
13	3	4	2	2	11	1	1	2	1	5	10	5	5	4	19	40
14	2	2	3	4	11	1	2	2	4	2	11	1	2	3	3	31
15	4	1	5	4	14	1	1	1	3	4	10	4	5	1	4	38
16	4	5	4	3	16	4	4	5	5	5	23	4	5	5	4	57
17	2	3	2	2	9	1	2	3	2	1	9	2	2	4	2	28
18	5	4	3	1	13	4	4	4	1	3	16	4	4	2	1	40
19	4	1	1	3	9	4	4	5	5	5	23	4	2	5	4	47
20	5	2	5	4	16	3	1	1	4	4	13	4	5	5	2	45
21	4	4	4	4	16	4	2	4	1	4	15	1	3	4	4	43
22	4	2	5	4	15	3	4	2	1	4	14	1	1	2	5	34
23	2	5	1	1	9	5	1	1	5	5	17	5	2	5	5	43
24	5	2	3	5	15	2	5	4	2	5	18	5	2	2	5	47
25	4	5	1	3	13	4	4	5	5	1	19	2	4	5	2	45
26	4	4	4	3	15	3	3	3	5	4	18	5	5	3	5	51
28	2	4	2	5	13	2	5	1	5	1	14	5	4	2	1	39
29	4	4	2	2	12	1	1	4	1	5	12	5	4	5	4	42
30	2	2	4	2	10	5	2	5	1	2	15	1	4	5	3	38
31	4	1	5	4	14	4	5	5	4	5	23	4	2	4	2	49
32	4	1	4	2	11	1	2	5	1	5	14	4	2	1	2	34
33	4	5	4	3	16	2	4	2	4	5	17	3	2	5	1	44
34	5	2	3	1	11	4	2	4	3	3	16	4	5	5	4	45
35	5	4	5	2	16	3	4	2	4	1	14	4	5	2	1	46
36	4	1	4	2	11	4	2	4	1	4	15	1	3	4	2	36
37	4	4	5	4	17	1	4	2	4	4	15	1	1	1	2	37
38	5	1	1	4	11	4	1	5	2	5	17	5	5	5	5	48
39	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	64
40	1	5	2	2	10	4	1	5	5	5	20	5	4	5	5	49
41	4	4	1	3	12	5	3	3	2	4	17	3	5	5	2	44
42	5	5	1	5	16	3	1	4	5	1	14	1	2	4	2	39
43	1	2	3	5	11	4	1	5	5	4	19	5	5	3	5	48
44	2	4	4	5	15	4	5	5	5	1	20	1	1	1	2	40
45	3	4	2	2	11	1	1	2	1	1	6	1	4	5	2	29
46	2	4	3	2	11	4	2	2	1	2	11	4	3	2	1	32
47	4	1	5	4	14	1	4	1	1	4	11	1	5	5	2	38
48	1	1	1	4	7	1	1	1	4	2	9	1	5	5	5	32
49	4	1	5	2	12	3	3	2	4	2	14	4	1	4	2	37
50	5	2	5	4	16	5	5	5	5	5	25	4	4	1	2	52
51	5	2	5	5	17	5	5	5	5	5	25	1	1	1	2	47
52	4	1	2	1	8	4	1	5	1	5	16	5	4	5	5	43
53	4	4	4	3	15	3	3	3	4	4	17	1	4	5	2	44
54	4	2	1	4	11	2	5	4	4	4	19	4	5	5	5	49
55	2	2	1	5	10	1	2	3	3	4	13	5	5	4	5	42
56	5	5	4	5	19	4	5	4	5	5	23	1	4	4	5	56
57	2	4	2	5	13	2	3	1	5	2	13	5	1	1	1	34
58	4	2	2	2	10	5	5	2	5	5	22	5	4	5	4	50
59	4	5	4	1	14	4	4	5	5	5	23	4	3	1	4	49
60	4	1	5	2	12	1	5	5	5	2	18	4	5	5	5	49
61	2	5	2	4	13	1	2	3	2	1	9	4	5	5	5	41
62	5	4	3	1	13	4	5	2	4	2	17	1	2	5	2	40
63	2	2	3	2	9	4	1	2	2	1	10	2	1	5	5	32
64	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	20	1	1	1	1	42
65	4	2	4	4	14	4	2	1	1	4	12	4	2	1	2	35
66	5	2	3	4	14	5	2	2	4	2	15	5	4	4	1	43
67	4	5	1	3	13	4	4	5	5	1	19	2	1	4	1	40
68	4	4	4	3	15	4	3	3	4	4	18	5	1	1	1	41
69	4	5	2	1	12	1	1	4	4	4	11	1	5	5	5	39
70	2	2	1	5	10	1	2	3	3	4	13	5	5	4	5	49
71	2	2	3	2	9	5	2	2	1	2	12	1	2	3	3	30
72	4	1	5	4	14	1	1	1	4	1	8	4	4	5	4	39
73	4	3	4	2	13	1	2	1	5	2	11	1	2	1	2	30
74	1	1	3	2	7	3	1	1	1	1	7	1	3	1	1	20
75	2	4	1	4	11	1	3	5	5	1	15	1	4	1	2	34
76	5	2	1	5	13	1	3	3	2	3	12	1	3	5	1	35
77	3	1	2	5	11	2	1	1	4	1	9	3	1	3	4	31
78	3	4	3	5	15	2	1	1	4	1	9	3	1	3	4	35
79	1	3	1	3	8	1	2	5	5	2	15	4	3	2	2	34
80	4	2	2	1	9	5	1	5	4	1	16	2	1	1	1	30
81	5	4	2	3	14	1	4	3	1	3	17	2	3	1	2	38
88	3	4	4	3	14	4	1	1	5	1	12	3	1	5	1	40
99	1	4	5	4	14	1	1	3	1	5	11	1	2	5	3	36
100	2	3	1	1	7	3	1	4	3	1	12	1	2	1	1	24
101	5	2	2	5	14	1	2	1	1	3	8	5	1	2	5	35
102	1	4	5	1	11	1	5	2	1	1	10	1	1	5	1	29
103	4	1	1	2	8	1	4	2	3	1	11	1	1	1	5	27
104	1	2	1	5	9	2	1	1	1	4	9	5	1	1	1	26
105	5	1	4	4	14	1	4	1	2	5	13	2	3	2	2	36
106	3	4	2	3	12	5	4	3	4	2	18	3	2	1	4	40
107	2	2	5	5	15	1	1	1	1	3	7	3	2	4	1	32
108	4	5	2	4	15	4	3	4	5	3	19	1	1	2	1	39

109	1	2	3	5	11	1	5	1	1	1	9	4	2	1	1	8	28
110	5	4	4	5	18	4	1	5	4	1	15	1	3	1	4	9	42
111	1	3	1	2	7	1	4	2	1	5	13	2	3	3	4	12	32
112	3	4	5	3	15	4	5	3	3	1	18	1	4	5	3	13	46
113	5	3	4	2	14	3	1	2	5	2	13	2	2	1	1	6	33
114	2	1	3	5	11	1	3	2	1	1	8	5	4	2	2	13	32
115	3	3	2	1	9	2	2	1	4	3	12	1	4	1	1	7	28
116	1	4	1	5	11	1	1	5	2	1	10	1	1	2	2	6	27
117	4	1	3	2	10	5	1	3	1	5	15	1	1	1	5	8	33
118	5	1	1	1	8	1	2	1	1	4	9	4	3	5	2	14	31
119	3	4	1	5	13	5	4	3	3	2	17	5	1	5	4	15	45
120	2	5	4	1	12	2	4	1	5	1	13	3	3	4	1	11	36
121	3	1	1	3	8	4	3	3	1	1	12	3	1	3	3	10	30
122	1	3	2	2	8	5	1	2	2	1	11	1	4	1	4	10	29
123	4	2	2	4	12	1	2	1	5	2	11	3	3	4	1	11	34
124	2	4	5	4	15	2	2	1	4	1	10	1	2	4	4	11	36
125	1	2	2	3	8	2	4	4	2	2	14	3	4	3	5	15	37
126	5	1	3	4	13	5	1	2	5	1	14	2	4	1	5	12	39
127	1	3	4	4	12	1	5	1	3	5	15	5	1	2	5	13	40
128	1	4	5	1	11	5	4	1	1	1	12	1	2	3	1	7	30
129	5	1	2	1	9	1	2	2	5	3	13	1	1	1	2	5	27
130	1	4	1	3	9	3	4	3	1	1	12	1	1	4	5	11	32
131	3	2	1	1	7	2	4	1	3	1	11	1	2	1	1	5	23
132	1	2	2	2	7	4	1	2	1	2	10	1	5	4	2	12	29
133	4	3	4	2	13	4	2	1	5	1	13	1	2	1	2	6	32
134	1	1	3	2	7	1	1	4	1	1	8	5	3	5	1	14	29
135	2	1	1	1	5	1	3	5	5	1	15	1	4	1	2	8	28
136	5	2	4	5	16	5	3	3	2	4	17	4	3	5	5	17	50
137	2	3	3	1	9	5	4	1	2	5	17	5	3	3	3	14	40
138	5	3	4	4	16	3	3	4	2	1	13	5	3	1	1	10	39
139	3	1	2	2	8	4	3	5	1	2	15	2	3	4	3	12	35
140	1	4	2	1	8	3	4	1	1	4	13	3	4	3	1	11	32
141	2	3	4	3	12	1	1	4	3	2	11	1	1	4	5	11	34
142	3	4	2	1	10	4	3	5	1	2	15	2	3	1	1	7	32
143	1	1	2	1	5	5	1	1	1	1	9	1	1	4	2	9	22
144	2	1	1	4	8	1	2	2	2	2	9	4	4	4	4	16	33
145	3	4	2	1	10	3	3	5	1	1	13	5	4	1	1	11	34
146	1	2	2	1	6	1	1	1	3	4	10	1	1	5	1	8	24
147	5	4	4	1	14	1	1	1	2	1	6	2	3	2	5	12	32
148	3	4	2	1	10	3	3	5	1	3	15	1	4	1	1	7	32
149	1	2	2	1	6	3	2	1	1	5	12	1	5	4	4	14	32
150	2	4	4	3	13	1	5	4	5	5	20	1	1	4	1	7	40
151	1	4	2	1	8	1	2	2	1	1	7	2	2	1	1	6	21
152	1	1	3	1	6	1	1	1	3	1	7	1	1	4	2	8	21
153	1	4	1	5	11	1	1	3	4	3	12	4	1	1	1	7	30
154	5	2	3	3	13	4	4	1	2	1	12	1	3	1	3	8	33
155	1	1	1	2	5	4	5	1	1	2	13	1	1	5	3	10	28
156	2	2	1	4	9	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4	18
157	1	1	4	1	7	1	3	1	1	1	7	1	2	2	1	6	20
158	1	1	5	1	8	5	4	1	1	1	12	1	2	3	1	7	27
159	5	1	2	1	9	1	2	2	1	5	11	1	1	1	2	5	25
160	1	1	1	4	7	3	5	4	1	1	14	4	4	5	5	18	39
161	3	2	1	1	7	2	5	1	3	1	12	1	2	4	1	8	27
162	1	4	2	2	9	3	1	2	1	2	9	4	5	1	2	12	30
163	4	3	4	2	13	2	2	1	5	1	11	5	2	1	2	10	34
164	1	1	3	2	7	5	2	3	1	3	14	5	3	4	1	13	34
165	2	4	1	4	11	1	3	1	5	1	11	1	4	1	2	8	30
166	5	2	1	5	13	1	3	3	2	1	10	3	3	5	1	12	35
167	2	3	3	1	9	1	4	1	2	1	9	1	2	3	5	11	29
168	5	3	4	4	16	1	3	4	2	1	11	5	1	4	1	11	38
169	3	4	1	2	10	4	3	5	1	2	15	2	1	4	3	10	35
170	1	1	1	4	7	3	1	1	1	1	7	3	4	1	1	9	23
171	5	3	4	3	15	1	4	3	2	1	11	1	1	3	4	9	35
172	3	4	1	1	9	4	3	5	5	2	19	2	3	4	5	14	42
173	1	1	4	3	9	3	1	1	1	1	7	2	1	4	2	9	25
174	5	1	1	4	11	5	4	4	2	4	19	5	5	3	4	17	47
175	3	1	2	1	7	4	3	5	1	1	14	5	1	4	5	15	36
176	1	2	2	4	9	1	1	1	3	1	7	1	1	5	1	8	24
177	5	3	4	1	13	1	1	1	2	3	8	2	1	2	2	7	28
178	3	4	2	1	10	1	3	5	1	1	11	1	2	1	5	9	30
179	1	2	1	1	5	3	2	1	1	2	9	1	2	1	4	8	22
180	1	1	1	5	8	5	4	4	1	5	19	3	1	4	1	9	36
181	4	1	4	5	14	1	2	2	1	1	7	2	2	1	5	10	31
182	4	1	3	4	12	3	2	4	3	1	13	1	1	2	2	6	31
183	5	4	1	5	15	2	3	3	2	3	13	2	1	4	1	8	36
184	5	2	3	3	13	4	2	3	2	5	16	1	3	3	3	10	39
185	1	1	1	2	5	1	5	2	1	2	11	1	1	3	3	8	24
186	2	2	4	4	12	1	1	1	4	2	9	4	1	4	3	12	33
187	4	1	4	1	10	1	3	2	5	1	12	4	2	2	1	9	31
188	1	4	5	1	11	5	2	1	1	4	13	1	2	3	1	7	31
189	5	4	2	1	12	1	4	2	1	5	13	1	1	1	2	5	30

217	1	1	4	1	7	1	3	3	5	1	13	5	2	2	1	10	30
218	1	3	5	1	10	5	4	1	1	1	12	5	2	3	1	11	33
219	5	5	2	1	13	5	2	2	1	5	15	5	3	1	2	11	39
220	1	1	1	3	6	3	2	3	1	1	10	1	4	1	5	11	27
221	3	2	1	5	7	2	2	1	3	1	9	1	2	1	1	5	21
222	1	2	2	2	7	1	1	2	1	2	7	1	5	1	2	9	23
223	4	3	4	2	13	1	2	1	5	1	10	1	2	1	2	6	29
224	1	1	3	2	7	1	1	1	1	5	1	3	1	1	1	6	18
225	2	1	1	1	5	1	3	1	5	1	11	1	4	1	2	8	24
226	5	2	1	5	13	1	3	3	2	1	10	1	3	5	1	10	33
227	2	3	3	1	9	1	2	1	2	1	7	1	2	3	3	9	25
228	5	3	4	4	16	1	3	3	2	1	10	5	1	1	1	8	34
229	3	4	2	2	11	4	3	5	1	2	15	2	1	1	3	7	33
230	1	1	2	4	8	3	1	1	1	1	7	3	1	1	1	6	21
231	5	3	4	3	15	1	1	4	3	2	11	1	1	1	1	4	30
232	3	4	2	1	10	4	3	5	1	2	15	2	3	1	1	7	32
233	1	1	2	1	5	3	1	1	1	1	7	2	1	4	2	9	21
234	5	1	1	1	8	1	2	1	2	1	7	5	1	1	4	11	26
235	3	4	2	1	10	1	3	5	1	1	11	5	1	4	1	11	32
236	1	2	2	1	6	1	1	1	3	1	7	1	1	5	1	8	21
237	5	3	4	1	13	1	1	1	2	3	8	2	1	1	5	9	30
238	3	4	2	1	10	4	3	5	4	1	17	1	2	1	1	5	32
239	1	2	2	5	10	3	2	4	1	2	12	4	2	1	4	11	33
240	4	1	2	1	8	5	4	4	1	4	18	1	1	4	1	7	33
241	1	2	5	2	10	4	4	2	1	1	12	2	2	4	1	9	31
242	1	5	3	1	10	3	2	1	3	1	10	1	4	4	2	11	31
243	1	1	1	5	8	2	3	3	1	3	12	1	1	1	1	4	24
244	5	1	3	1	10	1	1	3	2	5	12	1	4	5	3	13	35
245	1	1	1	2	5	2	5	2	1	2	12	1	1	5	1	8	25
246	2	2	1	2	7	1	1	1	1	2	6	5	5	1	1	12	25
247	1	1	4	1	7	1	3	2	5	5	16	1	2	2	1	6	29
248	1	1	5	4	11	5	4	1	1	1	12	1	2	3	1	7	30
249	5	1	2	4	12	4	2	2	1	5	14	5	1	1	2	9	35
250	1	1	1	2	5	3	2	4	1	1	11	1	1	1	5	8	24
251	3	2	1	1	7	2	2	1	3	1	9	5	2	1	1	9	25
252	1	2	2	2	7	1	1	2	4	2	10	1	5	5	1	12	29
253	4	3	4	2	13	1	2	1	5	1	10	5	2	1	2	10	33
254	1	1	3	2	7	3	1	5	5	1	15	5	3	4	1	13	35
255	2	5	1	4	12	4	3	1	5	1	14	1	3	4	2	10	39
256	5	1	1	5	12	1	3	3	2	1	10	1	3	5	1	10	39
257	2	1	3	1	7	1	4	1	2	1	9	1	2	3	3	9	25
258	1	3	1	1	6	1	3	1	2	1	8	5	1	1	1	8	22
259	3	1	1	2	7	2	3	1	1	2	9	1	1	1	3	6	22
260	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	7	3	3	1	1	8	19
261	5	3	2	3	13	1	1	2	3	2	9	1	1	1	1	4	26
262	3	4	1	1	9	2	1	5	1	2	11	2	3	1	1	7	27
263	1	1	2	1	5	3	1	1	1	1	7	2	1	1	2	6	18
264	1	1	1	3	6	1	1	3	2	3	10	1	1	3	2	7	23
265	1	1	2	1	5	1	3	5	1	1	11	5	1	3	1	10	26
266	1	2	1	3	7	1	1	1	3	1	7	1	1	5	1	8	22
267	5	3	4	4	13	1	1	2	3	8	2	1	2	2	7	28	
268	3	4	1	1	9	1	1	5	4	1	12	1	2	1	5	9	30
269	1	2	2	1	6	3	4	1	3	2	13	1	2	1	4	8	27
270	4	1	1	4	10	1	1	4	1	5	12	3	1	1	1	6	28
271	1	2	2	1	6	1	2	2	5	1	11	2	2	1	1	6	23
272	1	1	3	1	6	3	2	4	3	1	13	1	1	2	2	6	25
273	4	4	4	5	17	2	3	3	4	3	15	2	1	4	1	8	40
274	5	1	1	3	10	1	1	3	2	5	12	1	3	3	3	10	32
275	1	1	4	2	8	4	5	2	4	2	17	5	1	5	3	14	39
276	2	2	1	4	9	1	1	1	1	2	6	5	1	1	1	8	23
277	4	5	1	5	15	1	3	4	1	4	13	1	2	4	1	8	36
278	1	4	5	1	11	5	2	4	1	1	13	1	2	3	3	9	33
279	5	1	2	1	9	1	4	2	1	5	13	1	1	4	2	8	30
280	1	4	1	4	10	3	4	4	1	1	13	3	1	1	5	10	33
281	3	2	4	1	10	2	2	1	3	5	13	1	2	5	1	9	32
282	1	1	1	2	5	1	1	2	4	2	10	1	5	1	2	9	24
283	1	3	1	1	6	1	2	1	5	1	10	3	2	4	2	11	27
284	1	1	3	1	6	1	1	1	1	4	8	1	3	1	1	6	20
285	2	1	1	1	5	1	3	1	1	4	10	4	1	1	2	8	23
286	5	2	1	5	13	1	5	3	2	2	13	1	3	5	1	10	36
287	2	3	3	5	13	4	3	4	1	3	15	3	1	3	3	10	38
288	5	3	1	5	14	1	4	1	2	1	9	5	1	1	5	12	35
289	3	1	2	5	11	1	3	5	1	2	12	2	5	4	1	12	35
290	1	1	2	1	5	3	1	1	1	2	8	3	4	1	1	9	22
291	5	3	1	3	12	1	1	1	3	2	8	1	1	1	1	4	24
292	3	4	2	1	10	1	3	5	1	2	12	1	3	4	1	9	31
293	1	1	2	1	5	3	1	1	1	1	7	2	3	3	2	10	22
294	5	1	1	1	8	1	1	1	2	1	6	5	1	3	1	10	24
295	3	1	2	1	7	1	3	5	1	1	11	5	1	1	1	8	26
296	1	2	2	1	6	1	1	1	3	1	7	1	1	5	1	8	21
297	5	3	4	1	13	1	1	1	2	3	8	2	1	2	2	7	28
298	3	1	2	1	7	4	3	5	1	1	14	1	2	1	1	5	26
299	5	2	2	1	10	3	2	1	1	2	9	1	2	1	1	5	24
300	1	3	1	1	6	1	1	1	1	5	9	3	1	1	1	6	21
301	4	2	2	1	9	1	2	2	1	1	7	2	2	1	1	6	22
302	1	1	3	4	9	3	2	4	3	1	13	4	1	4	2	11	33
303	1	4	1	5	11	2	3	4	3	15	4	1	4	1	1	10	36
304	5	2	3	3	13	1	3	2	5	12	1	3	3	3	3	10	35
305	5	1	1	2	9	1	5	2	1	2	11	4	1	1	3	9	29
306	2	2	1	1	6	1	1	1	2	6	1	1	4	1	1	7	19
307	1	1	1	5	8	1	3	4	5	1	14	5	2	2	4	13	35
308	1	1	5	1	8	5	4	1	1	1	12	1	2	3	1	7	27
309	5	1	2	4	12	1	2	2	1	5	11	5	1	1	2	9	32
310	1	1	1	4	7	3	2	1	1	1	8	4	1	1	5	11	26
311	3	2	1	1	7	2	2	1	3	1	9	1	2	5	1	9	25
312	1	2	2	2	7	1	1	2	1	2	7	1	5	1	2	9	23
313	4	3	4	2	13	1	2	1	5	1	10	1	4	4	4	13	36
314	1	4	3	5	13	1	4	1	5	1	12	4	3	4	1	12	37

Dimensión 1	I Inf		I Sup		Bajo impacto	Dimensión 2	I Inf		I Sup		Bajo impacto	Dimensión 3	I Inf		I Sup		Bajo impacto
	min	max	min	max			min	max	min	max			min	max	min	max	
min	4	4	9	9	Bajo impacto	min	5	5	11	11	Bajo impacto	min	4	4	9	9	Bajo impacto
max	20	10	15	15	Regular impacto	max	25	12	18	18	Regular impacto	max	20	10	15	15	Regular impacto
rango	16	16	20	20	Alto impacto	rango	20	19	25	25	Alto impacto	rango	16	16	20	20	Alto impacto
grupos	3					grupos	3					grupos	3				

Base se datos Preferencias esteticas de belleza

N	Simeria				SLMA	Dimorfismo sexual				SLMA	Mediana				SLMA	TOTAL			
1	5	4	1	1	4	2	17	5	4	1	4	14	5	5	4	3	17	45	
2	2	3	2	1	1	5	14	1	1	5	2	9	2	4	2	1	9	32	
3	5	4	4	2	4	1	20	1	4	1	5	13	5	4	5	4	18	51	
4	2	3	2	5	5	6	15	5	4	1	3	13	5	5	2	1	14	42	
5	5	2	5	5	5	5	27	5	5	3	6	18	5	1	1	5	12	57	
6	2	3	2	2	2	5	16	4	2	1	5	12	2	1	5	2	10	38	
7	3	3	3	4	5	4	22	5	5	1	2	13	3	4	1	4	12	47	
8	5	1	5	5	5	4	23	5	5	4	19	5	4	2	5	5	16	64	
9	5	2	5	5	5	4	28	1	2	4	2	9	5	5	5	5	20	85	
10	3	5	3	4	5	2	22	5	5	4	3	17	3	2	1	4	10	49	
11	1	1	1	1	5	5	14	1	1	1	5	8	1	2	2	1	6	28	
12	5	5	5	5	5	2	17	4	2	5	5	10	5	4	1	5	15	58	
13	5	3	4	3	4	3	22	3	5	5	1	14	5	4	2	3	14	50	
14	2	1	4	1	4	2	14	2	2	1	4	9	2	2	3	3	10	33	
15	4	4	3	1	3	4	19	2	4	4	4	13	4	1	5	1	11	43	
16	3	5	3	4	5	1	21	2	5	4	5	16	3	5	4	4	16	53	
17	3	2	2	1	1	2	11	1	1	2	3	7	3	2	1	1	9	23	
18	4	3	4	4	4	5	24	4	3	4	1	12	4	4	3	5	16	52	
19	3	5	3	4	5	4	24	1	5	4	5	15	3	1	1	4	9	48	
20	4	3	2	1	1	5	16	5	4	4	4	17	4	2	5	1	12	45	
21	5	5	4	3	4	3	25	5	4	1	1	11	5	4	4	4	17	58	
22	2	2	2	2	2	4	14	5	4	1	1	11	2	2	5	2	11	36	
23	5	5	5	5	5	5	27	5	5	5	5	20	5	5	1	2	13	60	
24	5	2	5	5	5	2	24	4	5	5	2	16	5	2	3	5	15	55	
25	1	4	5	5	5	4	22	5	1	2	4	12	1	2	1	5	12	46	
26	5	5	5	5	5	4	29	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	66	
27	5	1	1	5	5	5	18	1	5	1	5	12	5	5	4	1	15	45	
28	1	5	5	5	5	2	23	2	1	5	5	13	1	4	5	5	15	51	
29	5	5	4	5	5	4	23	3	5	5	1	14	5	2	4	4	15	51	
30	2	1	1	1	4	2	11	4	2	1	1	8	2	2	4	1	9	28	
32	3	2	3	2	2	1	13	2	5	4	1	12	3	1	4	2	10	35	
33	3	1	3	1	5	4	17	1	5	3	4	13	3	5	4	1	13	43	
34	2	3	4	4	4	2	19	4	3	4	3	14	4	4	4	5	11	54	
35	4	3	2	1	1	5	16	5	1	4	5	15	4	4	5	1	14	45	
36	4	4	1	4	4	4	21	5	4	1	1	11	4	1	4	5	14	46	
37	2	5	2	2	2	4	17	5	4	1	4	14	2	4	5	2	13	44	
38	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	2	17	5	2	3	5	17	63	
39	5	5	1	5	2	5	23	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	62	
40	2	5	3	2	5	4	21	2	5	5	5	17	2	5	2	2	11	49	
41	5	5	3	5	5	4	27	5	4	3	2	14	5	4	1	5	15	56	
42	2	1	5	1	5	5	19	1	1	1	5	8	2	5	4	1	9	35	
43	5	2	5	5	1	23	5	4	5	4	19	5	2	3	5	5	15	56	
44	2	3	2	2	2	2	13	4	1	1	5	11	2	5	4	2	13	37	
45	2	5	5	2	2	5	21	3	5	1	1	10	2	4	5	3	14	45	
46	1	5	2	1	1	2	12	2	2	4	3	11	4	3	2	1	12	42	
47	2	5	2	2	2	4	17	4	4	5	1	14	2	1	5	2	10	41	
48	5	5	5	2	5	1	23	2	2	1	4	3	5	1	1	4	11	43	
49	2	5	2	2	2	3	19	5	5	4	3	17	2	1	5	2	10	46	
50	5	1	2	1	5	4	27	4	5	5	4	19	5	2	2	5	13	51	
51	5	1	2	2	2	5	19	5	5	4	5	15	5	2	5	2	11	44	
52	2	5	5	5	5	4	26	5	5	5	1	16	2	1	2	5	10	52	
53	5	2	2	5	5	3	22	1	4	1	4	10	5	4	4	5	18	50	
54	3	5	5	5	5	3	27	4	4	4	3	16	5	4	4	5	17	53	
55	5	4	3	5	5	2	24	1	4	5	3	13	5	2	1	5	13	50	
56	5	1	1	1	5	5	18	4	5	1	5	15	5	5	4	1	15	48	
57	2	5	5	5	5	2	24	4	2	5	4	15	2	4	2	5	13	52	
58	2	3	4	3	5	4	21	5	5	5	4	19	2	2	2	3	10	51	
59	3	4	3	3	5	4	22	5	5	4	5	19	3	5	4	3	15	56	
60	2	2	5	2	2	4	17	4	2	4	5	15	2	1	5	1	9	41	
61	5	2	5	2	2	2	19	5	1	4	2	12	5	5	2	2	14	44	
62	1	1	1	2	2	5	12	2	2	1	4	9	1	4	3	2	10	31	
63	5	2	5	2	2	2	19	3	1	2	2	8	5	3	2	2	10	38	
64	3	2	2	2	2	5	16	2	4	1	4	11	3	4	5	2	14	41	
65	1	1	1	1	2	2	8	5	4	4	1	14	1	2	4	1	8	30	
66	2	2	2	2	2	5	15	1	2	5	3	11	2	2	3	2	9	35	
67	4	2	2	5	2	4	19	1	1	2	5	9	4	5	4	3	12	40	
68	2	2	2	2	2	2	12	2	4	5	4	15	2	4	4	2	12	39	
69	3	5	5	2	5	4	24	4	4	1	2	11	3	5	2	2	12	47	
70	5	4	5	5	5	2	26	1	4	5	3	13	5	5	1	5	16	55	
71	2	1	1	1	2	2	10	3	5	2	1	7	2	2	2	3	9	28	
72	4	5	4	2	4	3	22	4	1	4	4	13	4	1	5	2	12	47	
73	3	1	5	2	1	5	17	1	1	1	5	8	3	3	4	2	12	37	
74	5	2	1	2	5	3	18	2	1	1	1	11	5	5	1	3	2	11	34
75	1	4	1	1	1	1	12	4	1	4	5	14	1	4	1	4	1	13	33
76	2	1	5	1	5	1	15	1	1	1	2	5	2	2	1	1	6	26	
77	3	1	2	1	1	4	12	3	1	3	4	11	3	1	5	1	10	33	
78	1	1	2	4	1	1	10	4	1	3	4	12	1	4	3	4	12	34	
79	5	2	1	1	4	3	16	1	2	4	5	12	5	4	5	1	13	42	
80	3	1	2	4	1	3	14	4	4	2	4	14	3	5	2	4	14	42	
81	1	1	3	5	5	1	16	1	3	2	1	7	1	4	5	5	16	38	
82	1	5	2	1	2	1	12	1	2	3	5	11	1	3	3	1	8	31	
83	5	1	1	4	5	1	17	1	1	1	1	4	5	4	5	4	13	27	
84	4	2	2	1	1	5	15	1	4	1	2	8	4	1	2	1	8	31	
85	1	1	1	1	1	2	7	1	1	2	4	8	1	4	4	1	10	25	
86	1	3	4	1	1	1	9	3	2	1	3	9	1	1	5	1	8	26	
87	4	3	1	2	5	1	16	1	1	4	1	7	4	4	3	1	13	37	
88	1	1	2	1	1	1	7	5	1	2	1	9	1	1	2	1	5	21	
89	5	5	2	4	1	2	19	1	2	1	4	8	5	5	4	4	18	45	
90	1	1	1	2	1	2	8	2	2	2	3	9	1	3	1	2	7	24	
91	3	1	5	1	2	4	16	3	1	1	1	6	3	4	2	1	10	32	
92	4	2	3	1	5	1	16	1	1	5	2	9	4	1	5	1	9	34	
93	3	1	5	2	3	1	15	5	2	1	4	12	3	3	5	2	13	40	
94	1	2	3	1	1	3	11	2	5	1	4	12	1	4	4	1	10	33	
95	1	4	2	1	1	1	10	1	1	3	5	10	1	1	3	1	8	28	
96	2	1	2	1	1	1	8	2	3	1	1	7	2	1	3	1	7	22	
97	1	1	1	3	1	1	8	2	4	4	5	15	1	1	3	3	8	31	
98	3	5	2	1	1	1	13	1	1	3	5	10	3	4	4	1	12	35	
99	1	1	1	1	4	1	9	1	5	1	1	6	1	4	5	1	11	28	
100	5	1	1	2	2	1	12	2	1	1	3	7	5	3	1				

131	4	1	1	1	2	1	10	1	1	1	3	6	4	2	1	1	8	24	
132	1	1	1	4	2	3	10	1	2	1	1	5	1	2	2	4	9	24	
133	3	1	5	2	1	5	17	1	1	1	5	8	3	3	4	2	12	37	
134	5	2	1	2	5	3	18	2	1	1	1	5	5	1	3	2	11	34	
135	1	1	1	1	4	5	13	4	1	4	5	14	1	1	1	1	4	31	
136	4	4	5	5	1	1	17	1	5	4	2	12	4	2	4	1	11	40	
137	4	2	5	5	2	3	21	1	1	5	2	9	4	3	3	5	15	45	
138	5	1	1	1	1	2	11	3	1	5	5	14	5	3	4	4	13	38	
139	1	5	3	2	5	1	17	1	2	2	4	9	1	1	5	2	9	35	
140	1	4	5	1	1	1	3	15	3	5	3	1	12	1	4	2	1	9	35
141	4	1	1	1	1	1	9	4	2	1	3	10	4	3	4	3	4	31	
142	5	4	1	1	5	3	19	1	4	2	1	8	5	4	2	2	1	12	39
143	3	1	1	3	1	1	10	2	5	1	5	13	3	1	2	3	9	32	
144	5	5	4	4	4	1	23	3	2	1	2	6	5	1	1	4	11	42	
145	4	1	5	3	5	5	23	3	1	5	1	10	4	4	2	3	13	46	
146	2	1	2	1	4	1	12	4	1	1	3	9	2	2	3	4	11	32	
147	1	1	5	2	2	4	15	3	4	2	2	11	1	4	4	2	11	37	
148	2	1	3	4	1	2	13	1	4	4	1	10	2	4	2	4	12	35	
149	1	1	2	2	2	4	12	1	1	4	1	7	1	2	5	2	10	23	
150	4	4	1	2	5	1	17	1	5	1	5	12	4	4	4	2	14	43	
151	1	1	1	3	4	1	11	2	1	2	1	6	1	4	2	3	10	27	
152	3	1	4	1	1	1	11	1	1	1	3	6	3	1	3	1	8	25	
153	2	3	2	1	1	1	10	1	3	4	4	12	2	4	1	1	8	30	
154	1	1	5	4	5	1	17	4	1	1	2	8	1	2	3	4	10	35	
155	5	4	1	5	1	3	19	1	2	4	1	8	5	1	1	5	12	39	
156	1	5	3	1	5	4	10	1	4	1	3	9	1	2	1	1	5	33	
157	4	4	1	1	3	2	15	3	1	4	4	12	4	1	4	1	10	37	
158	5	2	5	1	1	4	18	2	5	1	1	9	5	1	5	1	12	33	
159	1	1	5	4	5	1	17	1	5	5	3	14	1	1	2	4	8	39	
160	2	4	1	1	1	4	13	5	5	5	15	4	2	1	1	1	8	33	
161	4	1	1	1	2	3	12	5	1	1	3	10	4	2	1	1	8	30	
162	1	1	1	4	2	1	10	1	2	1	1	5	1	4	2	4	11	26	
163	3	4	5	2	1	5	20	1	5	1	5	12	3	3	4	2	12	44	
164	5	2	1	4	1	1	18	2	4	1	1	8	18	1	3	2	11	41	
165	1	1	1	4	1	4	12	4	5	1	5	15	1	4	1	4	10	37	
166	4	1	5	4	1	5	20	1	5	5	2	13	4	2	5	4	15	48	
167	1	2	5	5	2	3	18	4	1	4	2	11	1	3	3	5	12	41	
168	5	1	4	4	1	2	17	3	3	3	5	13	5	3	4	4	16	46	
169	1	1	3	2	5	3	15	1	2	2	1	6	1	4	1	2	8	29	
170	4	4	1	1	1	3	14	3	1	3	1	8	4	1	1	1	7	29	
171	2	2	1	4	1	1	11	4	2	1	3	10	2	3	4	4	13	34	
172	5	2	1	1	1	1	17	1	2	2	5	10	5	4	1	1	11	38	
173	3	1	5	3	1	2	15	5	1	2	1	9	3	1	4	3	11	35	
174	5	2	4	1	2	4	18	3	4	5	2	14	5	1	1	1	8	40	
175	4	1	1	3	5	5	19	3	1	5	1	10	4	1	5	3	13	42	
176	2	2	1	4	1	2	12	4	1	4	3	12	2	2	2	4	10	34	
177	3	1	5	2	2	1	14	3	3	2	2	10	3	3	4	2	12	36	
178	2	1	3	4	1	2	13	4	1	4	4	13	2	4	2	4	12	38	
179	3	3	2	2	2	2	14	1	2	1	1	5	3	2	2	1	8	27	
180	2	2	1	2	5	1	13	1	5	3	1	10	5	1	2	10	31		
181	5	1	1	3	2	1	13	2	1	2	4	9	5	1	4	3	13	35	
182	3	1	2	1	1	1	9	1	1	1	3	6	3	1	3	1	8	23	
183	2	3	2	1	1	1	10	1	3	2	2	12	2	4	1	1	8	26	
184	5	2	5	4	5	1	22	4	5	1	2	12	5	2	3	4	14	46	
185	1	2	1	5	1	3	13	1	2	1	1	5	1	1	1	5	8	26	
186	1	1	3	1	1	1	8	1	2	1	4	8	1	5	4	1	11	27	
187	4	1	1	1	1	2	10	1	1	1	5	8	4	1	4	1	10	28	
188	1	2	5	1	1	2	12	2	1	1	5	1	4	4	5	1	11	28	
189	1	1	5	1	5	1	14	5	1	1	8	1	4	2	1	8	30		
190	2	4	1	1	2	1	11	1	1	1	4	7	2	1	5	1	9	27	
191	4	1	1	1	2	3	12	2	1	1	3	7	4	2	1	1	8	27	
192	1	1	5	4	2	1	14	1	2	1	1	5	1	2	2	4	9	28	
193	3	1	5	2	5	5	21	5	2	1	5	12	3	3	4	2	12	45	
194	5	2	1	2	5	3	18	5	4	1	1	11	5	4	3	2	14	43	
195	1	1	1	1	5	1	10	1	1	1	5	8	1	4	4	1	10	28	
196	4	1	5	1	1	1	13	1	4	1	2	8	4	2	3	1	8	23	
197	1	1	2	1	1	2	3	10	1	1	2	5	1	3	1	8	23		
198	5	1	4	1	2	3	14	4	1	5	2	12	5	3	4	1	13	33	
199	1	1	3	2	5	1	13	1	2	2	1	6	1	4	2	2	9	28	
200	1	1	1	4	4	3	14	3	1	3	1	8	1	1	2	4	8	30	
201	1	2	1	1	1	1	7	4	2	1	3	10	1	3	1	1	6	23	
202	1	2	1	1	5	3	13	1	2	2	4	9	1	2	2	1	6	28	
203	3	4	4	3	1	3	18	2	1	2	1	6	3	4	5	3	15	33	
204	5	2	1	1	4	4	17	3	1	1	2	7	5	1	1	1	8	32	
205	1	1	3	1	5	5	18	3	1	5	1	10	3	4	3	11	37		
206	4	2	1	4	1	2	14	4	4	1	3	12	4	2	2	4	12	36	
207	4	1	5	2	2	1	15	3	3	1	2	9	4	3	4	2	13	37	
208	1	1	3	4	1	2	12	4	1	1	4	10	1	4	2	4	11	33	
209	3	2	2	2	2	4	16	1	2	1	1	5	3	2	2	2	9	30	
210	1	4	1	1	2	1	14	1	5	1	3	10	1	3	2	2	11	32	
211	3	5	1	3	4	1	17	2	1	1	1	5	3	2	2	3	10	32	
212	1	1	4	1	5	1	13	1	1	1	3	6	1	1	3	1	6	25	
213	2	3	2	1	4	1	13	4	3	4	4	15	2	4	1	1	8	36	
214	1	2	5	4	4	5	18	4	1	1	2	12	1	2	3	4	18	40	
215	1	4	1	5	1	3	15	1	2	1	3	7	1	4	1	5	11	33	
216	5	1	3	1	4	1	15	5	2	1	1	9	5	2	1	1	9	33	
217	4	1	1	1	1	2	10	1	1	1	5	8	1	1	1	4	10	28	
218	1	2	5	5	1	1	14	2	1	1	3	5	1	3	5	1	10	29	
219	5	1	5	4	5	1	21	1	5	1	3	10	5	5	2	4	16	47	
220	2	3	1	1	4	1	12	1	1	1	4	7	2	1	1	1	5	24	
221	1	1	1	1	2	3	9	2	1	1	3	7	1	2	1	1	5	21	
222	1	1	1	4	2	1	10	1	2	1	1	5	1	2	2	4	9	24	
223	3	1	5	2	1	5	17	1	1	1	5	8	3	3	4	2	12	37	
224	5	1	1	2	5	3	17	2	1	1	1	5	5	1	3	2	11	33	
225	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	5	8	1	1	1	4	10	28	
226	1	1	5	5	1	1	10	1	1	1	3	5	1	2	1	1	5	20	
227	1	2	1	1	2	3	10	1	1	1	4	7	1	3	3	1	8	25	
228	5	1	1	1	1	2	11	3	1	5	2	11	5	3	4	1	13	35	
229	1	1	3	2	5	1	13	1	2	3	1	8	1	4	2	2	9	30	
230	1	1	1	1	1	3	6	3	2	3	1	8	1						

263	1	1	4	3	1	5	15	2	1	4	5	12	1	1	2	3	7	34
264	5	2	1	1	4	4	17	3	3	3	2	11	5	1	1	1	8	36
265	2	1	4	4	3	5	5	20	3	1	5	1	10	2	1	2	3	38
266	2	2	5	4	1	2	16	4	1	1	3	3	2	2	1	4	9	34
267	3	1	5	2	2	1	14	3	3	2	2	10	3	3	4	2	12	36
268	2	5	3	4	5	2	21	4	1	3	4	12	2	4	1	4	11	44
269	5	3	2	2	2	4	15	1	2	4	3	10	5	2	2	2	11	39
270	5	2	5	2	5	1	20	5	5	3	1	14	5	1	1	2	9	43
271	2	1	1	3	4	1	12	2	4	2	5	13	2	5	2	3	12	37
272	5	1	4	5	5	3	23	4	4	1	3	12	5	1	3	5	14	49
273	2	3	2	1	1	1	13	1	3	2	4	10	2	4	4	1	11	31
274	1	2	5	4	5	1	18	4	5	1	2	12	1	1	1	4	7	37
275	1	4	1	5	1	3	15	1	2	5	4	12	1	1	4	5	11	38
276	5	1	3	1	1	4	15	1	2	1	1	5	5	2	5	1	13	33
277	2	1	5	4	4	2	18	4	4	1	5	14	2	5	1	4	12	44
278	1	2	5	1	1	4	14	2	5	4	1	12	1	4	5	1	11	37
279	1	1	5	4	5	4	20	1	5	1	1	8	1	1	2	4	8	36
280	2	4	1	4	4	1	16	3	1	3	1	8	2	4	1	4	11	35
281	4	1	1	1	2	3	12	2	1	1	3	7	4	2	4	1	11	30
282	1	1	1	4	2	1	10	1	2	1	4	8	1	1	1	4	7	25
283	3	1	5	2	1	5	17	1	1	1	5	8	3	3	1	2	9	34
284	5	2	1	2	5	3	18	2	1	1	1	5	5	1	3	2	11	34
285	4	1	1	1	1	1	9	1	1	1	1	4	4	1	1	1	7	20
286	4	1	5	1	2	1	14	4	1	4	2	11	4	2	1	1	8	33
287	4	2	4	4	2	3	19	1	4	1	1	7	4	3	3	4	14	40
288	5	1	5	1	1	2	15	3	5	5	2	15	5	3	1	1	10	40
289	3	1	3	2	5	1	15	1	5	2	1	3	3	1	2	2	8	32
290	3	1	1	1	1	3	10	3	1	3	4	11	3	1	2	1	7	28
291	1	2	4	1	1	1	10	4	2	5	3	14	1	3	1	1	6	30
292	5	2	4	1	5	3	20	1	2	1	2	6	5	4	2	1	12	38
293	3	1	3	3	1	1	12	2	1	5	1	3	3	1	2	3	9	30
294	5	2	1	1	4	4	17	3	4	5	2	14	5	1	1	1	8	39
295	1	1	1	3	5	5	16	3	5	5	1	14	1	5	2	3	11	41
296	2	2	1	4	1	2	12	4	1	1	3	9	2	2	2	4	10	31
297	3	1	5	2	2	1	14	3	5	2	2	12	3	3	4	2	12	36
298	2	1	3	4	1	5	16	4	1	1	1	7	2	1	2	4	9	32
299	3	3	2	2	2	4	16	1	2	4	4	11	3	2	2	2	9	36
300	2	1	1	2	5	1	12	1	5	3	1	10	2	3	1	2	8	30
301	2	1	1	3	4	1	12	2	1	2	1	5	2	2	2	3	9	27
302	3	1	4	1	1	4	16	1	5	3	14	3	1	3	1	8	36	
303	5	3	2	1	1	1	13	1	3	4	4	12	5	4	1	1	11	36
304	1	2	5	4	5	4	21	4	5	1	2	12	1	2	3	4	10	43
305	3	4	4	5	3	3	22	1	5	5	3	14	3	1	5	5	14	50
306	1	1	3	4	4	4	16	4	2	1	1	8	1	2	1	4	8	30
307	4	1	1	1	4	2	13	1	1	5	5	12	4	1	5	1	11	36
308	3	2	5	1	1	4	16	2	1	5	1	3	3	4	5	1	13	36
309	5	1	5	4	5	1	21	1	5	1	4	11	5	1	2	4	12	44
310	2	4	1	1	4	1	13	1	1	1	4	7	2	5	4	1	12	32
311	4	1	1	1	4	3	14	2	1	4	3	10	4	2	1	1	8	32
312	1	1	1	4	2	1	10	4	2	1	1	8	1	2	2	4	9	27
313	3	1	5	2	1	5	17	1	4	1	5	11	3	3	4	2	12	40
314	5	2	1	2	5	3	18	2	1	1	5	9	5	4	3	2	14	41

Dimensión 1				Dimensión 2				Dimensión 3				
	Inf	ISup		Inf	ISup			Inf	ISup			
min	6	6	13	4	4	3	Baja preferencia	min	4	4	9	Baja preferencia
max	30	14	21	20	10	15	Regular preferencia	max	20	10	15	Regular preferencia
rango	24	22	30	16	16	20	Alta preferencia	rango	16	16	20	Alta preferencia
grupos	3			3				grupos	3			
amplitud	7			5				amplitud	5			

Anexo 07
UCV
EAP Ciencias de la Comunicación

Respecto a las Evidencias Fotografías

















Validación de instrumento

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario respecto a los Reality televisivos y preferencias estéticas de belleza

OBJETIVO: Determinar la relación de los realitys televisivos y las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019


DIRIGIDO A: A los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote en el año 2019

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : LÓPEZ RIVERA, EDUARDO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Firma: 


DNI N° 8 2 5 5 9 5 2

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO: Reality televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimbo, 2019

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
				De acuerdo	Indeciso	Discrepancia	relación entre la variable y la dimensión	relación entre el indicador y el indicador	relación entre el ítem y la opción de respuesta	relación entre el ítem y el ítem	relación entre el ítem y la opción de respuesta		
Dinámica competitiva	Disputa		1. Me gusta la competitividad al máximo en los Reality televisivos cuando los personajes llegan a enfrentarse.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			2. Me gusta que el entretenimiento de los Reality televisivos contenga la disputa como eje.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Superación			3. Se percibe como signo de superación ganar una competencia en un Reality televisivo.				SI	NO	SI	NO	SI	NO
Realty televisivo	Evaluación de habilidades		4. Contenido en que el entretenimiento se centra en la superación de retos en un Reality televisivo.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			5. Considero que superar pruebas en un Reality televisivo es razón para evaluar las habilidades de los personajes.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			6. Considero que ganar pruebas en un Reality televisivo brindando con ello al espectador es superarse.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Espectacularidad	Exaltación del VO		7. Considero un exceso que, en un Reality televisivo, se exalte al ganador de una competencia por su ego.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			8. Considero que los personajes se vuelven más realistas que el entretenimiento mismo en un Reality televisivo.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			9. Considero que los Reality televisivos se vuelven más realistas por medio de los momentos entre personajes.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Entretención	Participación		10. Es un sueño participar como concursante en un Reality televisivo.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			11. Considero incentivar a mis amigos y conocidos a ser participantes en un Reality televisivo.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			12. Me interesa involucrarme llamando telefónicamente a un Reality televisivo para apoyar a algún participante.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Entretención	Involucramiento		13. Me interesa involucrarme en las redes sociales con referencias a los Reality televisivos.				SI	NO	SI	NO	SI	NO	


 Dr. Edwin López Robín
 Nombres y apellidos
 DNE N° 3.2.5.6.1.9.3.12

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario respecto a los Reality televisivos y preferencias estéticas de belleza

OBJETIVO: Determinar la relación de los realitys televisivos y las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019

DIRIGIDO A: A los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote en el año 2019


VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		λ		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR

LÓPEZ ROBLES, EDWIN
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR


Firma:

DNI N° 32955912

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO D: Realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimbote, 2019

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPINIÓN DEL RESPUESTA				CATEGORÍA DE VALIDACIÓN				OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES			
				De acuerdo	De acuerdo	Indeciso	Discrepante	Relación entre la variable y la dimensión	Relación entre el indicador y el ítem	Relación entre el ítem y la opción de respuesta	Relación entre el ítem y la opción de respuesta				
Preferencias estéticas de belleza	La elegancia	La elegancia	1. Prefiero contar entre mis amistades a quienes Vistan elegantemente.					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			2. Me encantó que me vean siempre elegante					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			3. Considero que me esfuerzo en verme agradable físicamente.					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			4. Procuro mirar con gente que se vea estéticamente agradable a la vista					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
	Lo sublime	Lo sublime	5. Me entero en ser atractivo					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			6. Me gusta que personas que rodean tengan su atractivo					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
	Cambios	Cambios	7. Siempre procuro cambios para verme bonito(a).					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			8. Procuro mantener mi look.					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
	Dimorfismo Sexual	Adaptación	Adaptación	9. Me adapto a los peinados de moda para mejorar mi apariencia					SI	NO	SI	NO	SI	NO	
				10. Me adapto a las modas en cuanto a vestimenta.					SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Medianta	Aprobación	Aprobación	11. Aprobado que las personas mejoren su apariencia física					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			12. Conuerdo en que las intervenciones quirúrgicas son necesarias para mejorar la apariencia física.					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
	Aceptación	Aceptación	13. Acepto como amigos a quienes tienen gastos estéticos como los míos.					SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			14. Pienso que aceptaré como pareja a quien tenga mi tipo o gusto estético.					SI	NO	SI	NO	SI	NO		

Firma: 

Nombres y apellidos

DNI N° 3 2 9 5 9 6 5 2

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario respecto a los Reality televisivos y preferencias estéticas de belleza

OBJETIVO: Determinar la relación de los realitys televisivos y las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P.

Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019

DIRIGIDO A: A los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote en el año 2019

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR

Florencia Rojas Patricia del Valle

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR

Docente

Patricia Rojas
Firma

DNI N° *601844351*

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando su aspa en el casillero que corresponda.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO: Realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimbote, 2019

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	SECCIÓN DE RESPUESTA			CATEGORÍAS DE EVALUACIÓN						CONSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES		
				De acuerdo	Indeciso	Discrepancia	Muy en desacuerdo	relación entre la variable y la dimensión	relación entre la dimensión y el indicador	relación entre el indicador y el ítem	relación entre ítem y espacio				
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Reality televisivo	Dinámica competitiva	Disputa	1. Me gusta la competitividad al mismo en los Reality televisivos cuando los personajes llegan a obtenerse	✓				✓		✓		✓			
			2. Me gusta que el entretenimiento de los Reality televisivos contenga la disputa como eje.												
			3. Se percibe como signo de superación ganar una competencia en un Reality televisivo.												
	Superación	4. Comiendo en que el entretenimiento se enfoca en la superación de retos en un Reality televisivo.													
		5. Considero que superar pruebas en un Reality televisivo es razón para cambiar las habilidades de los personajes													
		6. Considero que ganar pruebas en un Reality televisivo humillando con ello al adversario es superarse													
	Evaluación de habilidades	Evaluación del VO	7. Considero un exceso que en un Reality televisivo se exalte al ganador de una competencia por su ego.												
			8. Considero que los personajes se vuelven más incluídos que el entretenimiento mismo en un Reality televisivo.												
			9. Considero que los Reality televisivos se vuelven más mediáticos por medio de los amigos entre personajes.												
	Espectacularidad	Mediatización	10. Es mi sueño participar como concursante (reality)												
			11. Considero interesante a mis amigos y conocer a ser participantes un Reality televisivo.												
			12. Me interesa involucrarme llamando la atención a ser un Reality televisivo para apoyar a algún participante.												
	Entretenimiento	Participación	13. Me interesa involucrarme en las redes sociales con referencias a los Reality televisivos.												

Firma: *Patricia Fierro Rojas*

Patricia Fierro Rojas

Nombres y apellidos

DNE N° 001899351

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario respecto a los Reality televisivos y preferencias estéticas de belleza

OBJETIVO: Determinar la relación de los realitys televisivos y las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019

DIRIGIDO A: A los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote en el año 2019

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficientes	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR

Fresuza Rojas Patricia Del Valle
Docente

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR

Patricia Fresuza Rojas
Firma

DNI N° 201899351

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO: Realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimboté, 2019

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	ORIGEN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE VALIDACIÓN				OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES	
				De acuerdo	Indeciso	Discreto	Key en desorden	relación entre la variable y la dimensión del indicador	relación entre el indicador y el ítem		relación entre el ítem y la opción de respuesta
Preferencias estéticas de belleza	La elegancia	La elegancia	1. Prefiero contar entre mis amistades a quienes visitan elegantemente.					✓	✓	✓	
			2. Me encanta que me vean siempre elegante					✓	✓	✓	
			3. Considero que me esfuerzo en verme agradable físicamente.					✓	✓	✓	
			4. Prefiero tratar con gente que se veu estéticamente agradable a la vista					✓	✓	✓	
	Simetría	Lo sublime	5. Me esmero en ser atractivo					✓	✓	✓	
			6. Me gusta que quienes me rodean tengan su atractivo.					✓	✓	✓	
	Cambios	Lo atractivo	7. Siempre procuro cambios para verme bonito(a).					✓	✓	✓	
			8. Procuro mantener mi look.				✓	✓	✓	✓	
	Dimorfismo o Sexual	Aprobación	9. Me adapto a las peñadas de moda para mejorar mi apariencia					✓	✓	✓	
			10. Me adapto a las modas en cuanto a vestimenta.				✓	✓	✓	✓	
	Mediana	Aceptación	11. Alucelo que las personas mejoran su apariencia física					✓	✓	✓	
			12. Comuerdo en que las intervenciones quirúrgicas son necesarias para mejorar la apariencia física.				✓	✓	✓	✓	
	Aceptación	Aceptación	13. Acepto como amigos a quienes tienen gustos estéticos como los míos.					✓	✓	✓	
			14. Pienso que aceptaré como pareja a quien tenga mi tipo o gusto estético.					✓	✓	✓	

Firma: *Patricia Foveosa Rojas*

Patricia Foveosa Rojas

Nombres y apellidos

DNI N° 881899357

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario respecto a los Reality televisivos y preferencias estéticas de belleza

OBJETIVO: Determinar la relación de los realitys televisivos y las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019

DIRIGIDO A: A los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote en el año 2019


VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR

GONZALEZ RUEDA Nestor DANIEL
MAESTRO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR


Firma

DNI N° 324910416

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO C: Realities televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. (E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimbo, 2019)

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	CATEGORÍA DE RESPUESTA		CATEGORÍAS DE EVALUACIÓN				OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES		
				De acuerdo	Indefinido	Desacuerdo	Key en desacuerdo	relación entre la variable y la dimensión y el indicador	relación entre el indicador y el ítem		relación entre el ítem y la opción de respuesta	
Preferencias estéticas de belleza	Simetría	La elegancia	1. Prefiero contar entre mis amistades a quienes visten elegantemente.									
			2. Me encanto que me ven siempre elegante									
		Lo sublime	3. Considero que me esfuerzo en verme agradable físicamente									
			4. Pienso tratar con gente que se ve estéticamente agradable a la vista									
	Lo atractivo	Cambios	5. Me estimo en ser atractivo									
			6. Me gusta que quienes me rodean tengan su atractivo.									
	Dimorfismo Sexual	Aceptación	7. Siempre procuro cambios para verme bonito(a).									
			8. Procuro mantener mi look.									
	Mediana	Apropiación	9. Me adapto a las pautas de moda para mejorar mi apariencia									
			10. Me adapto a las modas en cuanto a vestimenta.									
		Apropiación	Aceptación	11. Apruebo que las personas mejoren su apariencia física.								
				12. Concuerdo en que las intervenciones quirúrgicas son necesarias para mejorar la apariencia física.								
		Aceptación	Apropiación	13. Acepto como amigos a quienes tienen gustos estéticos como los míos.								
				14. Pienso que aceptaré como pareja a quien tenga mi tipo o gusto estético								

Firma:

[Firma manuscrita]

Doctor David González Pareda

Nombres y apellidos

DNI N° 20.991.0185

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario respecto a los Reality televisivos y preferencias estéticas de belleza

OBJETIVO: Determinar la relación de los realitys televisivos y las preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote, 2019

DIRIGIDO A: A los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E.P. Jesús Maestro Nuevo Chimbote en el año 2019

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR

Nesto Demiel González Rueda

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR

MAESTRO


Firma

DNI N° 32991045

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración, marcando un aspa en el casillero que corresponda.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO: Realitys televisivos y preferencias estéticas de belleza en estudiantes de secundaria. I.E.P. Jesús Maestro - Nuevo Chimboite, 2019

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ÍTEM	OPCIÓN DE RESPUESTA		CÍTEROS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				De acuerdo	Indefinido	Discrepante	Mayor en	redución entre la variable y la dimensión	redución entre la dimensión y el indicador	redución entre el ítem y el indicador	redución entre el ítem y la dimensión	
Reality televisivo	Dinámica competitiva	Disputa	1. Me gusta la competitividad al máximo en los Reality televisivos cuando los personajes llegan a otorgarse	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			2. Me gusta que el entretenimiento de los Reality televisivos contenga la disputa como eje.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
		Superación	3. Se percibe como signo de superación ganar una competencia en un Reality televisivo.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Exaltación de habilidades	Exaltación del yo	4. Considero en que el entretenimiento se vea en la superación de retos en un Reality televisivo.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			5. Considero que superar pruebas en un Reality televisivo es razón para esaltar las habilidades de los personajes	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			6. Considero que ganar pruebas en un Reality televisivo humillando con ello al adversario es superarse	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Espectacularidad	Mediatización	7. Considero un exceso que, en un Reality televisivo, se exalte al ganador de una competición por su ego.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			8. Considero que los personajes se vuelven más mediáticos que el entretenimiento mismo en un Reality televisivo.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			9. Considero que los Reality televisivos se vuelven más mediáticos por medio de los internet entre personajes.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			10. Es un suceso particular con atención reality	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Entrenimiento	Involucramiento	11. Considero involucrar a mis amigos y familiares a sus participantes un Reality televisivo.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			12. Me interesa involucrarme llamando telefónicamente a un Reality televisivo para apoyar a algún participante.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			13. Me interesa involucrarme en las redes sociales con referencias a los Reality televisivos.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

Firma: *[Firma]*
 Nombre y apellidos: Doctor David González Rueda
 DNI N°: 32991045