



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Reality shows nacionales y conducta sociocultural de escolares de primaria de los
colegios Fe y Alegría del Callao – 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Naiara Maite Gonzales Ballón (ORCID: 0000-0002-2600-9359)

ASESOR:

Dr. Wilder Fabio Ramos Palacios (ORCID: 0000-0002-3730-1638)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

CALLAO - PERÚ

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi padre, quien me motivó a convertirme en una profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mi mamá y a mi familia por ayudarme y apoyarme a lo largo de todos mis estudios. Agradezco también, a los profesores que me orientaron en mi aprendizaje.

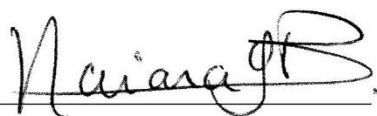
PÁGINA DEL JURADO

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Naiara Maite Gonzales Ballón identificada con el DNI N° 73216072, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica. Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por el cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Callao, 01 diciembre del 2019



Naiara Maite Gonzales Ballón

DNI 73216072

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página de jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	vi
Índice	viii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	15
2.1. Diseño de investigación	15
2.2. Variables, Operacionalización	15
2.3. Población y muestra Población.....	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	17
2.5. Método de análisis de datos	18
2.6. Aspectos éticos	18
III. RESULTADOS	19
IV. DISCUSIÓN.....	32
V. CONCLUSIONES	34
VI. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	38
Anexo 1: Matriz de consistencia	39
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos.....	40
Anexo 3: Validación de instrumentos	43
Anexo 4: Autorización para aplicar los instrumentos	52
Anexo 5: Acta de aprobación de originalidad de la tesis	53
Anexo 6: Acta de aprobación de originalidad de la tesis	54
Anexo 7: Reporte de similitud.....	55
Anexo 8. Autorización de publicación de tesis	56
Anexo 9. Autorización de publicación de tesis	57

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización	21
Tabla 2. Distribución de la población.	23
Tabla 3. Distribución de la muestra.	23
Tabla 4. Validación del instrumento: <i>Reality shows</i> nacionales	25
Tabla 5. Validación del instrumento: Conducta sociocultural	25
Tabla 6. Confiabilidad – Alfa de Crombach	25
Tabla 7. <i>Reality shows</i> nacionales	28
Tabla 8. <i>Reality shows</i> nacionales de la dimensión contenido	29
Tabla 9. <i>Reality shows</i> nacionales de la dimensión personajes	30
Tabla 10. <i>Reality shows</i> nacionales de la dimensión juegos	31
Tabla 11. Conducta sociocultural	32
Tabla 12. Conducta sociocultural de la dimensión ideal de belleza	33
Tabla 13. Conducta sociocultural de la dimensión percepción social	34
Tabla 14. Conducta sociocultural de la dimensión modelos de comportamiento	35
Tabla 15. Relación entre la variable <i>reality shows</i> y conducta sociocultural	36
Tabla 16. Relación entre la dimensión contenido y la variable conducta sociocultural	37
Tabla 17. Relación entre la dimensión personajes y la variable conducta sociocultural	38
Tabla 18. Relación entre la dimensión juegos y la variable conducta sociocultural	39

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Reality Show Nacionales	28
Figura 2. Reality Show Nacionales de la dimensión contenido	29
Figura 3. Reality Show Nacionales de la dimensión personajes	30
Figura 4. Reality Show Nacionales de la dimensión juegos	31
Figura 5. Conducta Sociocultural	32
Figura 6. Conducta Sociocultural de la dimensión ideal de belleza	33
Figura 7. Conducta Sociocultural de la dimensión percepción social	34
Figura 8. Conducta Sociocultural de la dimensión modelos de comportamiento	35

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general establecer cuál es la relación que existe entre los *reality show* nacionales y la conducta sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

El enfoque es cuantitativo, es del tipo aplicado y tiene un diseño no experimental correlacional. La muestra de investigación estuvo conformada por 340 estudiantes, que resolvieron un cuestionario de 18 ítems con la escala de Likert, se usó estadística descriptiva y para la validación de la hipótesis se empleó el coeficiente de correlación Spearman.

Durante la investigación se determinó que, existe relación entre los *reality shows* nacionales y la Conducta Sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019 y se observó que el 77.6 % de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto grado de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo con el contenido, juegos y personajes de los reality shows nacionales. Mientras que, el 39.9 % de los estudiantes encuestados está de acuerdo con que la conducta sociocultural varía según el ideal de belleza, percepción social y modelos de comportamiento.

Palabras clave: *reality shows*, conducta sociocultural, televisión, competidores.

ABSTRACT

The general objective of this research is to establish the relationship that exists between national reality shows and the sociocultural behavior of elementary school students from the Fe y Alegría school in Callao in 2019.

The approach is quantitative, of the applied type and has a correlational non-experimental design. The research sample consisted of 340 students, who solved an 18-item questionnaire with the Likert scale, descriptive statistics were used and the Spearman correlation coefficient was used for the validation of the hypothesis.

During the investigation, it was determined that there is a relationship between national reality shows and the Sociocultural Behavior of elementary school students from the Fe y Alegría del Callao school in 2019 and it was observed that 77.6% of fourth, fifth and sixth grade students elementary school Fe y Alegría N ° 33 and N ° 29 agree with the content, games and characters of the national reality shows. While, 39.9% of the surveyed students agree that sociocultural behavior varies according to the ideal of beauty, social perception and behavioral models.

Keywords: reality shows, sociocultural behavior, television.

I. INTRODUCCIÓN

La televisión sigue siendo uno de los medios más empleados por las personas para transmitir y recibir mensajes, que en la actualidad deben converger con los nuevos medios digitales. Dentro de las ciencias de la comunicación, este medio, en teoría, tiene como funciones informar, entretener y educar, pero la programación nacional de canales de señal abierta, está enfocada principalmente en entretener a las masas.

En ese sentido, los *reality shows* o programas de telerrealidad se han convertido en una tendencia a nivel mundial, Baladrón señala por ejemplo que “el programa Gran Hermano, ha conseguido tener éxito a nivel transnacional, logrando consolidar los *reality shows* como una moda, este formato audiovisual se ha traspasado a la programación de la mayoría de canales.” (2012, p.53).

En el Perú, sucede algo similar, los *reality shows*, son los programas más vistos, “Esto es Guerra” continúa emitiéndose desde hace más de nueve años, mientras que “Combate” estuvo siete años al aire. Estos programas compitieron constantemente por los niveles de audiencia mostrando una estructura y contenido muy parecidos.

El programa “Esto es Guerra”, llegó a tener entre 25,7% de rating a 40,56% en un momento determinado (share), así lo precisó IBOPE con la publicación de los datos del “primetime” de la semana del 24 al 30 de junio de un total de 13, 183 449 de espectadores.

Cabe precisar, que este *reality show* tiene una fuerte presencia en los medios de comunicación, es decir, están al aire de lunes a viernes y se difunden noticias sobre problemas que ocurrieron durante el desarrollo de los juegos o sobre la vida privada de los competidores en diarios digitales y redes sociales. Esto se ha evidenciado, por ejemplo durante el bloque de espectáculos del noticiero de América Televisión, donde se muestra un resumen de todo lo que sucedió durante el programa, resaltando las peleas o discusiones de los competidores.

El último informe del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (2018) reveló que el programa favorito de los niños es “Esto es Guerra” (12.5%) y el 52,8%, admira a los chicos *reality*. Es ese sentido, la conducta de los personajes durante los programas también cobran importancia. Las agresiones verbales o las situaciones conflictivas entre estos jugadores durante las pruebas, son expuestas como algo natural durante todo el programa. De igual

manera, los juegos físicos que se desarrollan suelen ser extremos y arriesgados, pero los muestran como actividades sencillas a realizar.

En consecuencia, a estas situaciones, se han reportado casos donde niños han fallecido o se han lastimado por imitar dichos juegos y conductas. En el diario Correo, se publicó una noticia donde un niño murió, luego de haber tratado de imitar uno de los juegos extremos del *reality* “Esto es Guerra”, este menor jalaba junto a su amigo una soga y tratándose de colgar de la pared, se cayó y perdió la vida. En los diarios Perú21 y El Popular, también se mencionaron situaciones donde los niños se habían lastimado por copiar las acciones de los competidores durante estos juegos.

El contenido de este programa, puede generar problemas en el comportamiento de los menores, ya que como argumenta Arboccó y O’Brien. (2012, p. 45)

“la televisión (TV) constituye una fuente efectiva en la creación y formación de actitudes en los niños, ya que, desde temprana edad, son sometidos a su influencia. Sabemos que los niños seleccionan los programas que divierten más que los que educan. A pesar de que se transmiten programas educativos, pocos niños los prefieren sobre un programa divertido. Y esa es una constante que se mantendrá en el adulto.” (Sartori, 2004).

La conducta sociocultural de los niños y niñas ha cambiado, con el paso del tiempo y los avances tecnológicos. En el informe de CONCORTV (2016), se expuso lo que pensaban las niñas sobre el contenido de los *reality shows*, por lo que, ellas destacaron la apariencia de los personajes del programa, como su figura corporal y su forma de vestir con ropa muy corta les generaba la sensación de ellas debían tener esa apariencia para ser aceptadas.

Esto refleja, como perciben las menores a estos personajes. Walze precisa que “la imagen corporal en las pantallas se ha banalizado, estos programas exponen cuerpos de los personajes de una forma inadecuada y con el único fin de generar rating” (2009, s.n). Es decir, se ha perdido el respeto a la figura humana y se han intensificado la creación de ideales de belleza y paradigmas de apariencia social.

Asimismo, Hall (2009) argumenta que a través de un estudio se demostró que la audiencia considera real estos programas por la forma aparentemente espontánea en que actúan los jugadores, los cuales expresarían su verdadero carácter, habilidades y personalidad (p.517). Por lo que, se evidencia el rol protagónico de estos personajes, en persuaden en las opiniones y conceptos de su audiencia. Así como, influir en el modelo de comportamiento y

percepciones sesgadas que pueden se originar al no representar aspectos similares a la cotidianidad social.

Los *reality shows* tienen un notorio protagonismo en la programación de los canales de señal abierta. Estos canales no generan producciones audiovisuales con contenido dirigido originalmente para los niños, niñas y adolescentes. La televisión se ve limitada y se centra en programas que solo dan rating sin importarles el público hacia el que se dirigen y las consecuencias que pueden producir en la infancia.

Ante ello, es importante que el estado y el gobierno se preocupen por mejorar las normas que permitan programas de calidad en canales de señal abierta, con una estructura y contenido con principio más educativo para el público y respetándose el sistema de clasificación por edades de los medios. Asimismo, se debe incentivar a la producción de nuevos programas infantiles que se elaboren basándose en los gustos actuales de los niños y niñas para mejorar su calidad de aprendizaje.

A nivel **nacional** existen diversos **antecedentes** que han permitido presentar aportes para la presente investigación. Chura y Luque (2016), establecieron en su tesis, como objetivo determinar cuál es el grado de influencia del reality show “Esto es guerra” en las emociones básicas de los niños en 11- 12 años del colegio Las Mercedes de Juliaca. A través, de una metodología hipotético-deductiva con enfoque cuantitativa, los autores comprobaron que este programa explota las emociones de los niños, a través de escenas donde se genera violencia, dolor y sufrimiento, apelando a los sentimientos del niño para mantenerlos en contacto con los contenidos del programa.

Hercilla y Peña (2016) en su investigación sobre *Percepción sobre los reality shows de los adolescentes de la academia Preuniversitaria "Pitágoras" Jauja*, plantean como objetivo conocer cuál es la percepción de los adolescentes de la Academia Preuniversitaria "PITAGORAS" JAUJA-2016 sobre los *reality show* de los programas televisivos. La investigación posee el nivel de estudio descriptivo y es de carácter cuantitativo. En la tesis se concluye que, los contenidos de los *reality shows* considerados entretenidos por los adolescentes son los romances (escándalos, decepciones amorosas y peleas), retos (de altura, rapear, de imitación e ingerir alimentos desagradables), juegos (de fuerza, de agilidad), competencias (circuitos de guerra) y bailes (sugestivos), destacando entre los adolescentes más entretenido los romances con un 28%.

Asimismo, los aspectos que perciben que se reproducen en su dinámica social en mayor porcentaje son el protagonismo social (llamar la atención, ser conocidos y vender imagen de moda) con un 24%, el lenguaje (agresivo y plagado de lisuras) 20% y relaciones de pareja (infidelidad y relaciones sin compromiso) 17.33%.

En la tesis *“La influencia del Reality Show “Esto es Guerra” y el Comportamiento de los estudiantes de 5° y 6° grado de Educación primaria de la institución educativa particular Santa María del Valle del distrito de Uchumayo, Narvaez y Zavaleta (2016),* plantean como objetivo establecer la correlación entre el *reality show* “Esto es guerra” y comportamiento de los estudiantes del quinto y sexto grado. La investigación es de tipo no experimental con diseño correlacional – causal y concluyen que, el programa reality show “Esto es guerra” influye significativamente en el comportamiento de los estudiantes.

Asimismo, a nivel internacional también se han desarrollado investigaciones, como la tesis *Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de Estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil,* donde Liberio (2015) propone como objetivo determinar qué tan influyente es la televisión ecuatoriana en la imposición de estereotipos sociales a los jóvenes mediante los personajes de pantalla o famosos. La metodología empleada es descriptiva y utiliza como instrumento la encuesta y entrevista. Finalmente, se concluye que el estereotipo juega un papel importante en sus vidas, es representado mediante una figura vana, no aporta ni beneficia a sus conocimientos, por el contrario, crea mentes manipuladoras y vacías.

Faicán y Hernández (2014) en su investigación *Influencia de los Reality Show en el Comportamiento de Adolescentes de los Colegios Réplica Aguirre Abad, Ipac y Sagrados Corazones de Guayaquil, durante el Primer Semestre del 2014* propone como objetivo diagnosticar la influencia de los *reality show* Combate, Calle 7 y BLN la competencia, en el comportamiento de los adolescentes de los colegios mencionados anteriormente. La metodología desarrollada es analítica inductiva explorativa. En la tesis se concluye que, los resultados certifican la existencia de influencia de los programas de tipo *reality show* en el comportamiento e imaginario de los adolescentes de las poblaciones indicadas.

Carabali (2017) *Estudio de recepción visual del reality show “BLN” y su incidencia en la construcción de estereotipos estéticos en adolescentes de 13-15 años del 2016* plantea como objetivo determinar las características de recepción visual del Reality Show “BLN” en los adolescentes de acuerdo a la construcción de estereotipos estéticos en adolescentes de 13

a 15 años del 2016. Esta investigación es de tipo descriptiva con un diseño no experimental y se concluye que los “programas de competencia” permiten el desarrollo de estereotipos estéticos en sus espectadores incitando la identificación del adolescente con los participantes.

En las investigaciones mencionadas se evidencia la influencia y relación de los *reality show* en la población estudiada. Actualmente, este tipo de programas siguen siendo los más sintonizados en canales de señal abierta, siendo sus televidentes mayoritarios los niños o adolescentes. Esta programación no contribuye a su buen aprendizaje, por el contrario, les muestra situaciones que en ocasiones no entienden ni logran analizar debidamente.

Sartori (1997) sostiene que “[...] un niño no comprende lo que está viendo, por ello, «absorbe» con más razón la violencia como un modelo excitante [...]” (p.37). Esto representa un problema, ya que el infante visualiza, pero no asimila ni analiza el contenido adecuadamente, debido a que no posee aún capacidad de discriminar lo que es conveniente para su desarrollo, por ello se ve afectado su comportamiento.

Esta situación, llevada al actual contenido de los reality show, nos refleja una situación preocupante, ya que los menores se están acostumbrando a solo ver, pero sin entender ni discriminar lo que muestra estos programas, las situaciones de peleas o discusiones que se exponen pueden ser percibidas como algo natural y no valoran verdaderamente la violencia, morbo y estereotipos que se han ido presentando en estas producciones a lo largo de su permanencia en la televisión.

Tornero (1998), agrega que “este medio genera conductas negativas en los niños y jóvenes por el exceso de violencia que transmite y preocupa que tipo de ser humano se está formando al estar muchas horas expuesto a estos contenidos audiovisuales desde una edad muy temprana, donde aún no se desarrolla completamente nuestro sentido crítico.” (p. 216).

Por ejemplo, en estos programas se han presentado varios casos de violencia entre las parejas que son anunciadas en estos programas, entre las relaciones más conocidas el caso Nicola Porcella y Angie Arizaga, donde se evidenció violencia física y psicológica a través de unos audios difundidos, incluso el Ministerio de Mujer y Poblaciones vulnerables ofreció su apoyo, pero Angie rechazó la ayuda. Este tipo de situaciones son mostradas constantemente en estos programas, en ocasiones se plasman de forma muy melodramática o en otros casos minimizan los hechos de violencia. Estos hechos pueden ocasionar en los niños conductas distorsionadas de realidad, orientándolos a conductas agresivas.

“Gerbner, creador de la teoría del cultivo, sostiene que con esta teoría se investiga cuáles son las concepciones estables que las culturas tienen sobre la sociedad y se analiza el contenido de muestra representativa de los programas (ficción) para analizar cómo se retrata la realidad en la televisión.” (Igartua, 2002). En ese sentido, los programas de televisión abierta muestran un aspecto de la cultura que no se asemejan a la realidad nacional, los personajes no son representativos ni muestran características similares al aspecto de los ciudadanos y plasman aspectos estereotipados de las conductas a través de los competidores.

Swiatkowski (2018) expone que esta teoría también, “aborda los efectos a largo plazo de la visión general de la televisión sobre las creencias y percepciones” (p.21). Asimismo, Sahuquillo (2007) agrega que además “atribuye a la televisión una función socializadora, al plantear que existe una estrecha relación entre la exposición a mensajes televisivos y las creencias y conductas de la audiencia” (p.203).

En el aspecto estético, por ejemplo, los medios han degradado la imagen corporal del ser humano, el cuerpo se utiliza con un objeto sexual. Es así como, se han desarrollado estereotipos que, a su vez, han generado ideales de belleza tanto en hombres como en mujeres, “[...] la presencia del cuerpo representada en su imagen ideal especular modificaba en cierta medida los parámetros de producción y realización audiovisual.” (Pérez, 2010, p.24). Los valores, la figura y la conducta con que se construye la imagen de los personajes en los reality show cobran un valor importante en la conducta social de los niños.

Díaz (2012) plantea la idea de que “la realidad en los medios masivos no existe y que la audiencia está expuesta a una percepción distorsionada de la realidad”. (p.44). Este argumento, se refleja en los niños que creen en los romances que se exponen en los *reality shows*. Aunque se ha evidenciado que estos amoríos mayormente son creados o se llega a un acuerdo que los compromete a ventilar sus intimidades.

Es decir, la gran cantidad de información no es asimilada debidamente por la audiencia y optan por asumir que todo lo que ven es verdad sin discriminar. Ejemplo de ello, se expone en el programa “Esto es Guerra” cuando es analizado en el noticiero en un bloque especial de espectáculos o cuando se publican en diarios online situación llamativas del programa, los resúmenes diarios de cada programa e incluso la interacción en redes con estos personajes.

Por otro lado, la teoría del efecto poderoso, indica que “hay una mayor tendencia a que las personas asuman como algo real lo que ven en los medios, debido a la gran cantidad de información.” (Arbulú, 1994, p. 161).

Bajo esta premisa, los *reality show*, que también han generado éxito fuera de las pantallas, tienen como protagonistas a los competidores enfocándose en exponer su vida privada y resaltando los problemas que se generan entre los equipos. Chung and Cho (2014), argumentan que "la audiencia ve los *reality shows* como interesantes y lo percibe como algo realista porque ofrece una visión íntima de la vida de los demás. Por lo tanto, las personalidades de los *reality shows* tienen la oportunidad de influir en su audiencia y obtener un gran número de seguidores". (p. 47)

Reflejo de ello, es la gran cantidad de seguidores que tienen los chicos *reality*. El diario Peú21 reveló el top de los personajes más influyentes en la red social Instagram, resaltando Michelle Soifer, Rosangela Espinoza, Patricio Parodi, Alejandra Baigorria, entre otros. Estos personajes, tienen gran cantidad de personas que siguen, comentan y comparten sus publicaciones.

Esos efectos a largo plazo, logran que los personajes de televisión influyan en el modo de vida real de las personas mostrando realidad estereotipada. Así, se evidencia en las interacciones en redes sociales a través de noticias de los competidores involucrados en situaciones discrepantes y una actitud conflictiva. Los chicos *reality* están entre los más admirados y tienen mucho protagonismo en los medios de comunicación, según el informe de ConcorTV (2018) un 74% de niños y adolescentes quiere ser como los personajes que admiran.

Es importante precisar, que todos los argumentos antes mencionados se vinculan con la conducta, término que hace referencia a una actitud interior en la cual se originan las acciones y las reacciones. Mientras que, también se relaciona con lo **sociocultural**, es decir los procesos relacionados con los aspectos sociales y culturales de una comunidad.

En ese sentido, Vygotsky (1962) sostiene en su teoría sociocultural que "los niños desarrollan su aprendizaje mediante la interacción social, lo que les permite mejorar sus habilidades cognitivas, en las estructuras de pensamiento y en el comportamiento en la sociedad". Por ello, es importante que los infantes generen experiencias adecuadas para un buen aprendizaje y que visualicen contenidos propios para su edad.

Chaves (2001) refiriéndose a la teoría sociocultural señala que, "los infantes se apropiando de manifestaciones culturales como la adquisición de la tecnología y las formas de educación que reciben en la sociedad, para luego aplicarlas en sus interacciones colectivas." (p. 60). Asimismo, Carrera (2001) resalta que, "la capacidad de los niños para aprender varía bajo la

guía de un maestro” (p.43). Esos conceptos son importantes al evaluar la percepción que se genera en los niños a través de la interacción con modelos o personas con las que interactúen, así como los medios que utilizan para recibir información.

En la teoría del aprendizaje social, Bandura (1925) sostiene que, la realidad de las imágenes en cual basamos nuestras acciones, están realmente inspiradas en la experiencia que adquirimos de otras personas como las vivencias y experiencias (p.14). Es decir, describe cómo admiramos el conocimiento y actitudes de diferentes personas y en consecuencia podemos imitar sus acciones o conductas.

“Esta teoría se originó, fundamentalmente, a raíz de los estudios sobre los efectos violentos de la televisión en las conductas infantiles [...]” (Sahuquillo, 2007, p. 195). Por lo que, busca combatir los efectos que causa la televisión en la conducta de los niños y de los problemas que pueden ocasionar el ver programas con contenidos inadecuados para los menores

Por su parte, Hoggart (1992) expone desde su perspectiva que, la teoría de la cultura se basa en que las producciones de los medios y toda cultura (contenido) tienen como objetivo satisfacer supuestas demandas de la población, “los restos de lo que fue en parte al menos una cultura urbana del pueblo están siendo destruidos; la nueva cultura de masas es, en cierto modo, menos saludable que la a menudo cultura primitiva que está reemplazando”. (p. 181). Partiendo de este aspecto, los niños ven en la televisión representaciones parcializadas de nuestra realidad cultural, los programas con más audiencia son los que mayoritariamente muestran un contenido estereotipado de aspectos sociales. Esto a su vez, crea una percepción poco realista y empobrecida de nuestro contexto cultural.

El problema general que se plantea en esta investigación es ¿Cuál es la relación que existe entre los *reality show* nacionales y la conducta sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019? Mientras que, como problemas específicos se centra en determinar la relación entre el contenido, personajes y juegos de los *reality show* nacionales con la conducta sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

Se justifica así, que la presente investigación cuenta con tres aspectos. El aspecto teórico, que busca conocer y analizar lo que piensan los niños de quinto y sexto grado de primaria

sobre los *reality show* nacionales. Así como, determinar la relación de estos programas con su conducta sociocultural, teniendo como pilar teorías que fundamentan la investigación.

En el aspecto metodológico, la investigación se elaboró utilizando el método científico y como instrumento la recolección de datos a través de un cuestionario, la información obtenida permitirá ayudar metodológicamente a otros investigadores. Finalmente, en el aspecto práctico el proyecto servirá como material de consulta y apoyo a próximos alumnos y el centro educativo estudiado. Así también, los resultados obtenidos de la recolección de datos podrán ser utilizados por entidades educativas o instituciones interesadas en analizar la problemática y plantear alternativas de solución.

La **hipótesis general** de esta tesis, busca comprobar si existe una hipótesis de investigación donde haya una relación entre los *reality show* nacionales y la conducta sociocultural, o una hipótesis nula donde no exista una relación significativa entre los *reality show* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares.

Asimismo, se determinó tres hipótesis específicas, la primera, determinar si existe o no existe una relación en el contenido de los *reality shows* nacionales con la conducta sociocultural; la segunda, determinar si existe o no existe una relación entre los personajes de los *reality shows* nacionales con la conducta sociocultural y la tercera, determinar si existe o no existe una relación en los juegos de los *reality shows* nacionales con la conducta sociocultural de los escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao.

Finalmente, la investigación tiene como **objetivo general** establecer cuál es la relación que existe entre los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Además, se plantean tres objetivos específicos, determinar la relación entre el contenido, los personajes y los juegos de los *reality shows* nacionales, respectivamente, y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

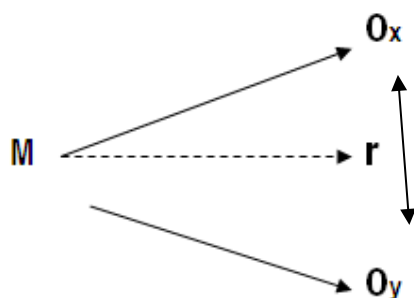
II. MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de investigación

La presente investigación de **tipo aplicada** tiene como propósito hacer un uso inmediato del conocimiento existente utilizando los conocimientos en la práctica, para aplicarlos en provecho de los grupos que participan en esos procesos y en la sociedad.

Asimismo, tiene un **enfoque cuantitativa**, ya que, “se elige y delimita una idea, para luego determinar los objetivos, preguntas de investigación y construir un marco teórica” (Hernández, 2014, p.4), posteriormente se utilizará la recolección de datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar las teorías.

El diseño es **no experimental correlacional**, pues “tiene como propósito conocer la conexión de asociación que exista entre las variables de una determinada población.” (Hernández, 2014, p.93). Por lo que, esta tesis busca determinar si ver *reality show* nacionales está relacionada con la conducta sociocultural de los estudiantes de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao.



Dónde:

M : Muestra de estudio

Ox (V1) : *Reality shows* nacionales

Oy (V2) : Conducta sociocultural

r : Correlación entre las variables.

2.2. Operacionalización de variables:

Tabla 1.

Tabla de Operacionalización.

VARIABLES	DIMENSIONES
Reality show nacionales	Contenido
	Personajes
	Juegos
Conducta sociocultural	Ideal de belleza
	Percepción social
	Modelos de comportamiento

Variable reality show nacionales

Reality shows: Los *reality show* o en español tele-realidad “son espectáculos de convivencia entre personajes que reaccionan o actúan de forma espontánea, permaneciendo siempre en competencia y expuestos de forma estratégica ante las audiencia.” (Perales, 2011, p.1).

Contenido: Según la RAE, el contenido se define como un tema o idea tratados la vez. Dentro del mundo televisivo, todo el concepto del programa y “el contenido audiovisual que está dentro de lo profilmico, es decir, todo lo está ante la cámara para ser grabado”. (Pérez, 2010, p.38).

Personajes: “La palabra personaje, tiene la misma raíz griega prósopon, que significa máscara”. (Galán, 2005, p.100). Por ello, desde una perspectiva aristotélica, “los participantes del reality show son personajes que actúan dentro de un discurso cuya esencia es la ficción.” (Pérez, 2010, p.87). En los reality show, estos concursantes que eran personas comunes se convierten en personajes al ser parte del programa y adquirir protagonismo en un medio público.

Juegos: “El juego es una actividad que se realiza siguiendo reglas que permiten regular y dirigir las acciones con que se desarrollan.”(Galimberti, 2002, p.642)

Variable conducta sociocultural:

Conducta sociocultural: “La conducta es la forma en que se comporta una persona y la actitud interior donde se originan las acciones y las reacciones.” (Galimberti, 2002, p.234). Mientras que, según la RAE sociocultural hace referencia a todo lo perteneciente al estado cultural de una sociedad, es decir, está vinculado a los procesos o fenómenos sociales y culturales.

Ideal de belleza: “La representación del cuerpo en una figura ideal especular, bajo los parámetros de la producción y realización audiovisual. Los medios, crean una imagen ideal de cuerpo y le dan protagonismo”. (Pérez, 2010, p.24)

Percepción social: “Las funciones psicológicas que permiten al organismo adquirir informaciones acerca del estado y los cambios de su entorno gracias a la acción de los sentidos.” (Galimberti, 2002, p.801). “La percepción puede ser consciente o inconsciente, y durante estos procesos se utilizan los referentes ideológicos y culturales que tiene una persona sobre la realidad y que son aplicados a las distintas experiencias cotidianas para ordenarlas y transformarlas.” (Vargas, 1994, p. 48).

Modelos de comportamiento: Galimberti (2002) señala que los modelos de comportamiento “son las acciones y reacciones de una persona frente a un estímulo proveniente del ambiente externo o del interior de la persona (motivación).” (p.212). Asimismo, este concepto se refleja en la teoría del aprendizaje, donde se argumenta que “los seres humanos imitamos conductas y comportamientos de personas que admiramos en situaciones específicas.” (Vargas, 1994, p.128).

2.3 Población, muestra y muestreo

Hernández (2014) define a “la población como un grupo con características similares” (p.174). Siendo así, el presente trabajo estudia a la población de alumnos de primaria de los colegios Fe y Alegría de la provincia constitucional del Callao, constituida por 2899 niños según el último censo del 2018 realizado por ESCALE del Ministerio de Educación.

Tabla 2.

Distribución de la población.

Estudiantes de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao	Total
Fe y Alegría n°29	625
Fe y Alegría n°33	835
Fe y Alegría n°43	645
Fe y Alegría n°59	435
Fe y Alegría n°76	359
Total	2899

Fuente: ESCALE, Ministerio de Educación

La muestra probabilística seleccionada de este proyecto, es aleatoria simple y estratificada. Siendo “la muestra es una porción representativa de la población, que se seleccionará para la recolección de datos” (Hernández, 2014, p.173), se empleó el criterio de exclusión para seleccionar a los alumnos de cuarto, quinto y sexto de primaria, de rango de edades entre 9 a 13 años, ya que los estudiantes de estas edades son los que más ven *reality shows*. Asimismo, se seleccionó a los colegios Fe y Alegría n°29 y 33, instituciones con la mayor cantidad de alumnado.

Tabla 3.

Distribución de la muestra.

	Total
Estudiantes de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao	340
Total	340

Fuente: ESCALE, Ministerio de Educación

Su tamaño(n), se calculó aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

Z (1,96): Valor de la distribución normal, para un nivel de confianza de

(1 – α)

P (0,5): Proporción de éxito.

Q (0,5): Proporción de fracaso (Q = 1 – P)

$\Sigma (0,05)$: Tolerancia al error

N (2899): Tamaño de la población.

n: Tamaño de la muestra.

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5) \times 2899}{0,05^2(1463-1) + 1,96^2 \cdot (0,5)(0,5)} = 340$$

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para la recolección de datos de la investigación se empleó un cuestionario. Los ítems se elaboraron de acuerdo a las dimensiones e indicadores de las variables que se están investigando, por lo que esta información recolectada servirá para analizar y evaluar la problemática del presente proyecto. Así como, comprobar las hipótesis planteadas.

La ejecución de la encuesta, se desarrolló mediante una muestra representativa de los alumnos del sexto grado de primaria del I.E. Fe y Alegría N°33, quienes respondieron un cuestionario de 18 preguntas en escala de Likert (nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre).

El instrumento fue validado por juicio de tres expertos, integrado por profesores con grado de Magíster de la Universidad César Vallejo, quienes autorizaron la aplicabilidad del cuestionario del estudio de investigación.

- Mg. Carolina Sánchez Vega
- Dra. Mary Bellodas Hurtado
- Mg. Pedro Uriarte Salinas

Además, para la validez del instrumento se evidencia que los expertos consideran los criterios: de pertenencia, de relevancia y claridad de los ítems. Asimismo, para la validez del contenido del instrumento se aplicó dos cálculos estadísticos, la técnica de Aiken y la prueba binomial de ambas variables de la presente investigación.

Obteniendo los siguientes resultados, expuestos en tablas:

Tabla 4.*Validación del instrumento: Reality shows nacionales*

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Coherencia, pertinencia y				
Relevancia	Si	Si	Si	Si

Tabla 5.*Validación del instrumento: Conducta sociocultural*

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Coherencia, pertinencia y				
Relevancia	Si	Si	Si	Si

El resultado de las tablas, sobre el juicio de expertos al instrumento de las variables *reality shows* nacionales y conducta sociocultural se obtuvo el valor de Aiken por cada ítem según fórmula. El cual se encuentra entre los valores de 0.6 a 1.0 de valoración. Por tanto, se calculó el promedio de todos los ítems dando como resultado de 1.00.

Para establecer la confiabilidad del cuestionario, se utilizó la prueba estadística de fiabilidad alfa de Cronbach, con una muestra piloto de 30 estudiantes de sexto grado de primaria del colegio Fe y Alegría N°33. Luego se procesarán los datos, haciendo uso del Programa Estadístico SPSS versión 24.0., donde están integrados todos los procesos que conducen a la obtención de las correlaciones ítem-total y la fiabilidad total (alfa de Cronbach).

Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 6.*Tabla Confiabilidad – Alfa de Crombach*

	N de ítems	Alfa de Crombach
<i>Reality shows</i> nacionales	9	0,721
Conducta sociocultural	9	0,594

Según la tabla de estadístico de fiabilidad, el resultado 0.721 de la primera variable está en un grado alto, mientras que el resultado de la segunda variable se encuentra en un grado de confiabilidad moderado.

2.5 Procedimiento

Se realizó una encuesta piloto, en una muestra representativa de los alumnos de sexto grado de primaria de la institución educativa Fe y Alegría N°33, quienes realizaron un cuestionario de 18 preguntas en escala de Likert (nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre). Asimismo, tres expertos validaron la confiabilidad de la aplicación de los instrumentos.

Por lo que, se realizó el proceso de recolección en una muestra de 340 estudiantes de los colegios Fe y Alegría N° 29 y N°33. Posteriormente, se analizaron los datos recolectados en el programa SPSS y se utilizó estadística descriptiva para el análisis de los resultados. Finalmente, se realizó el análisis inferencial, donde se comprobó las hipótesis planteadas a través del coeficiente de Spearman.

2.6 Métodos de análisis de datos

La información recogida a través de un trabajo de campo, fue debidamente tabulada en una base de datos en Excel y SPSS. Para luego, realizar los procedimientos necesarios para el desarrollo del análisis descriptivo e inferencial representado en tablas de frecuencias y gráficos de barras. Asimismo, para la contratación de hipótesis se realizó la prueba de Coeficiente de Correlación de Spearman.

2.6 Aspectos éticos

Los contenidos de información que se presentan en este proyecto fueron citados debidamente (citas directas, citas indirectas, parafraseo) como lo exige las Normas APA, respetando los derechos de autor.

Las técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de datos son confiables, ya que se han evaluado y validado formalmente por los expertos correspondientes. Además, la aplicación de los instrumentos estuvo autorizada por el colegio y consentida por los

alumnos, respetándose la privacidad y protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio.

Finalmente, se resalta que, la información recolectada con el instrumento aplicado no fue alterada, permitiendo obtener resultados fiables y conservando la credibilidad de la investigación.

III. RESULTADOS

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Reality Show Nacionales

Tabla 7

Reality Show Nacionales

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	48	14,1
	De acuerdo	264	77,6
	Totalmente de acuerdo	28	8,2
	Total	340	100,0



Figura 3. Reality Show Nacionales

En la tabla 7 y figura 1 se observa que el 77.6 % de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que el contenido, juegos y personajes de los *reality shows* nacionales. Mientras que, el 17.7% no está de acuerdo ni en desacuerdo y 8.2% está totalmente de acuerdo.

Contenido

Tabla 8.

Reality Show Nacionales de la dimensión contenido

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	En desacuerdo	5	1,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	82	24,1
	De acuerdo	183	53,8
	Totalmente de acuerdo	70	20,6
	Total	340	100,0

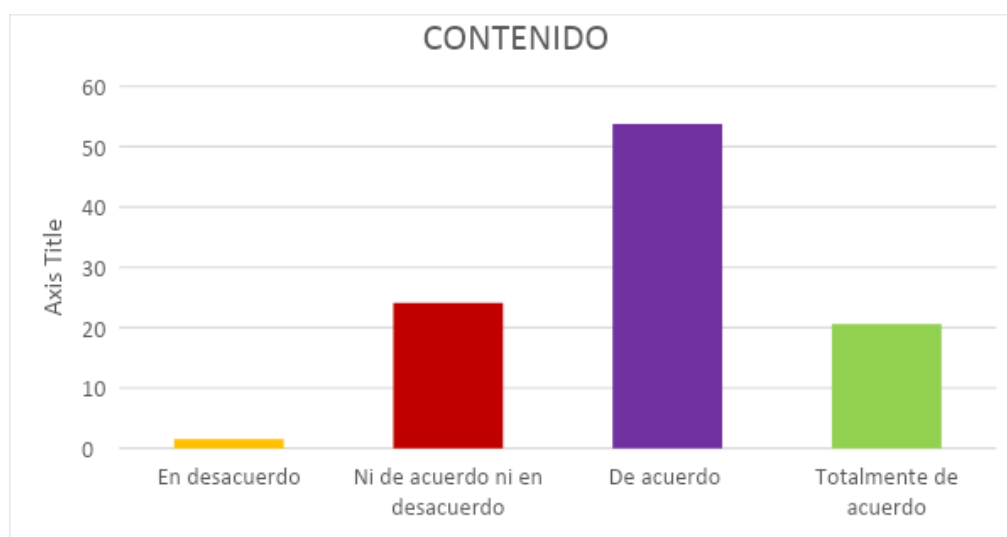


Figura 4. *Reality Show Nacionales de la dimensión contenido*

En la tabla 8 y figura 2 se observa que el 53.8 % de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que las competencias, romances y peleas de los *reality shows* nacionales son entretenidas, interesantes y divertidas. Mientras que, el 1.5% está en desacuerdo, el 24.1 ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 20.6% está totalmente de acuerdo.

Personajes

Tabla 9.

Reality Show Nacionales de la dimensión personajes

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	En desacuerdo	6	1,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	83	24,4
	De acuerdo	173	50,9
	Totalmente de acuerdo	78	22,9
	Total	340	100,0

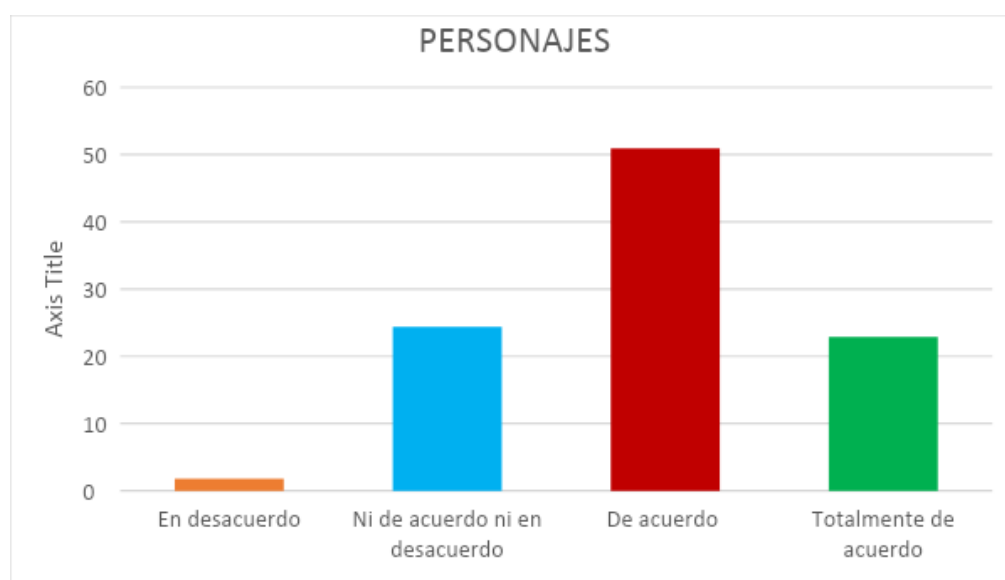


Figura 3. Reality Show Nacionales de la dimensión personajes

En la tabla 9 y figura 3 se observa que el 50.9% de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que los personajes de los *reality shows* tienen una vestimenta adecuada, una buena actitud y un buen nivel cultural. Mientras que, el 1.8% está en desacuerdo y el 22.9% está totalmente de acuerdo.

Juegos

Tabla 10.

Reality Show Nacionales de la dimensión juegos

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	En desacuerdo	4	1,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	14,4
	De acuerdo	210	61,8
	Totalmente de acuerdo	77	22,6
	Total	340	100,0

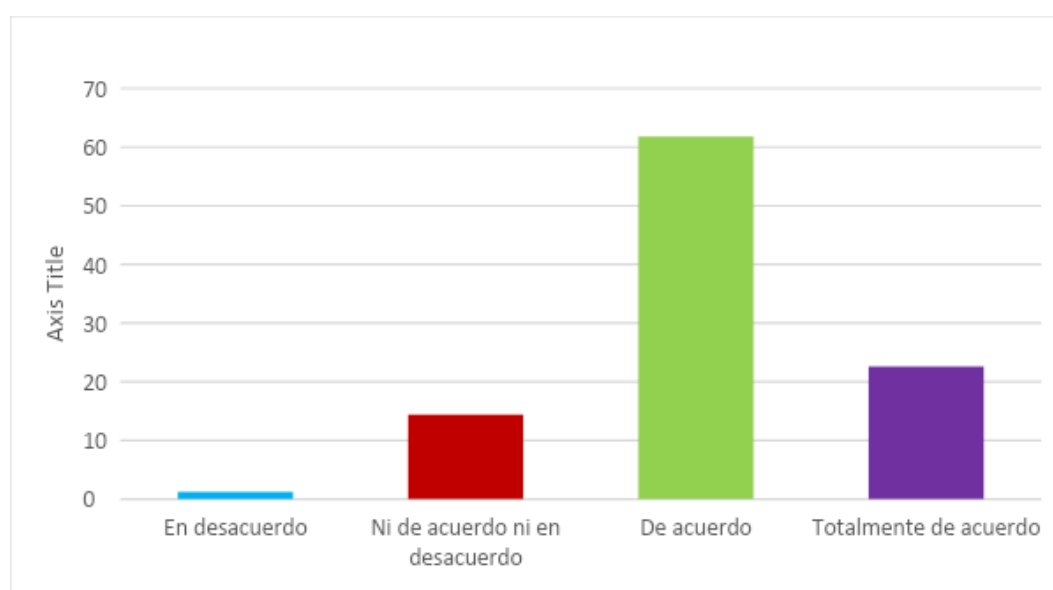


Figura 4. Reality Show Nacionales de la dimensión juegos

En la tabla 10 y figura 4 se observa que el 61.8 % de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que los juegos de los *reality shows* nacionales son riesgosos, aportan a tu nivel cultural y son interesantes. Mientras que, el 14.4% está en desacuerdo y el 1.2 ni de acuerdo ni en desacuerdo.

CONDUCTA SOCIOCULTURAL

Tabla 11.

Conducta Sociocultural

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	En desacuerdo	1	,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	132	38,8
	De acuerdo	200	58,8
	Totalmente de acuerdo	7	2,1
	Total	340	100,0

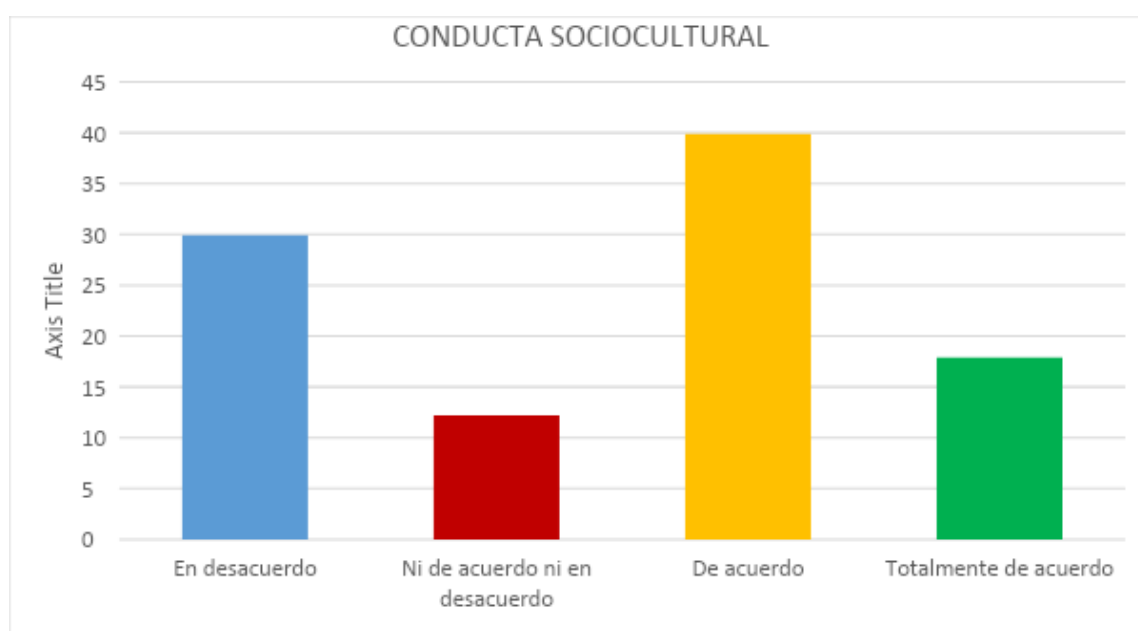


Figura 5. Conducta Sociocultural

En la tabla 11 y figura 5 se observa que el 39.9 % de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo que la conducta sociocultural varía según el ideal de belleza, percepción social y modelos de comportamiento. El 29.9% está en desacuerdo y 17.9% está totalmente de acuerdo.

Ideal de Belleza

Tabla 12.

Conducta Sociocultural de la dimensión ideal de belleza

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	En desacuerdo	78	22,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	131	38,5
	De acuerdo	109	32,1
	Totalmente de acuerdo	22	6,5
	Total	340	100,0

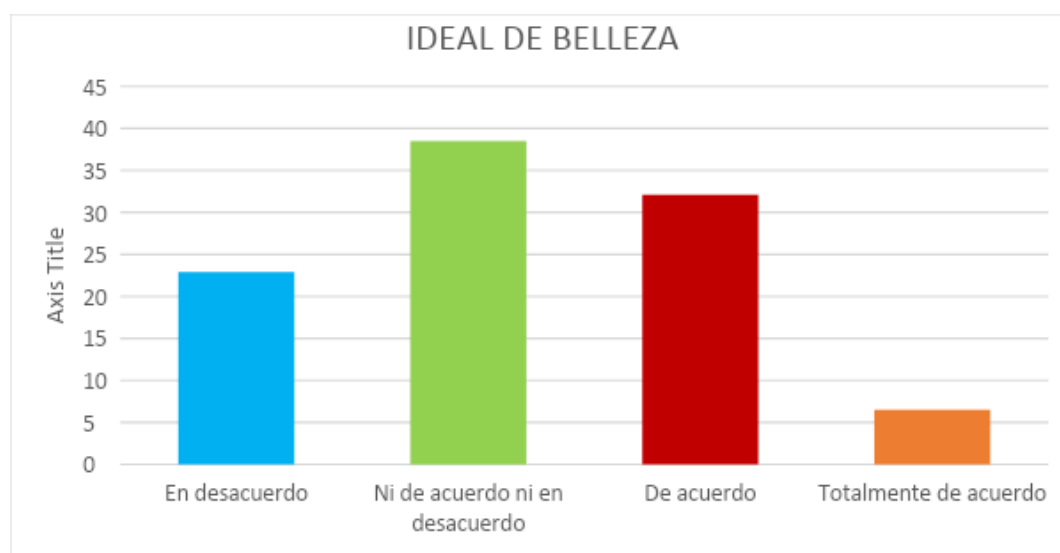


Figura 6. Conducta Sociocultural de la dimensión ideal de belleza

En la tabla 12 y figura 6 se observa que el 32.1% de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que la contextura te ayuda a tener una mejor apariencia, ser alto te hace más atractivo y tener la piel clara te ayuda a ser más aceptado por los demás. El 38.5% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 22.9% está en desacuerdo.

Percepción Social

Tabla 13.

Conducta Sociocultural de la dimensión percepción social

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	En desacuerdo	13	3,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	96	28,2
	De acuerdo	191	56,2
	Totalmente de acuerdo	40	11,8
	Total	340	100,0

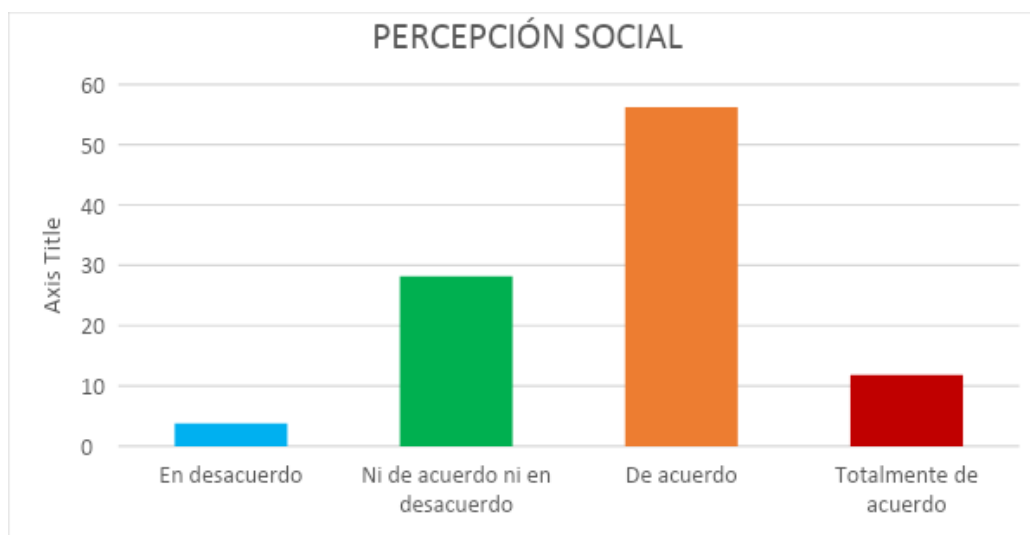


Figura 7. Conducta Sociocultural de la dimensión percepción social

En la tabla 13 y figura 7 se observa que el 56.2% de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que la opinión de su familia hacen variar sus decisiones, la manera de actuar de sus amigos hace cambiar su forma de pensar y la información transmitida en los medios también afectan su forma de pensar. El 3.8% está en desacuerdo y el 28.2 no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Modelos de Comportamiento

Tabla 14.

Conducta Sociocultural de la dimensión modelos de comportamiento

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	En desacuerdo	16	4,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	100	29,4
	De acuerdo	164	48,2
	Totalmente de acuerdo	60	17,6
	Total	340	100,0

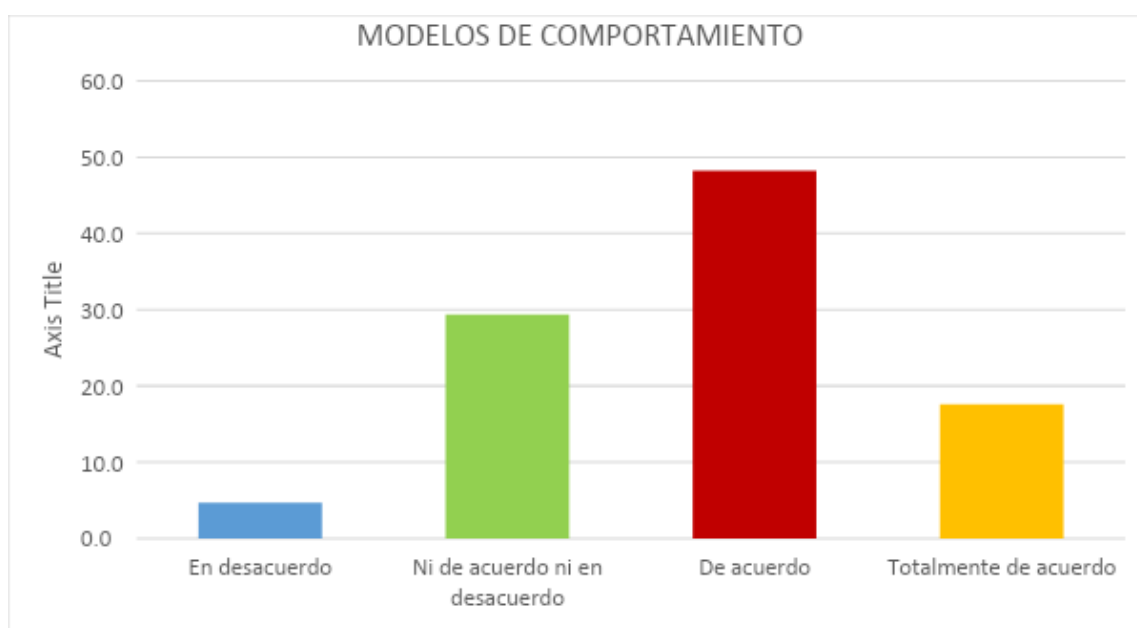


Figura 8. Conducta Sociocultural de la dimensión modelos de comportamiento

En la tabla 14 y figura 3 se observa que el 48.2% de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 están de acuerdo con que admirar a una persona los incentiva a ser como ellos, que imitan la actitud de las personas que les agradan y que les prestan atención a la forma en que se expresan las personas. Mientras que, en un nivel bajo, el 4.7% de estudiantes opinan lo contrario.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Hipótesis General

Hi: Si existe relación entre los *reality shows* nacionales y la Conducta Sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

Ho: No existe relación entre los *reality shows* nacionales y la Conducta Sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019

Para probar esta hipótesis, se procedió a utilizar el coeficiente de correlación de Spearman, dado que este estadístico es apropiado para ver relaciones entre las variables de la presente investigación.

Tabla 15.

Relación entre la variable reality shows y conducta sociocultural

			<i>Reality shows</i> nacionales	Conducta sociocultural
Rho de Spearman	<i>Reality shows</i> nacionales	Coefficiente de correlación	1.000	0.339
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	340	340
	Conducta sociocultural	Coefficiente de correlación	0.339	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	340	340

Interpretación:

Como se muestra en el cuadro, el proceso de correlación entre las dos variables, dio como resultado 0,339. Esto afirma que existe relación del coeficiente de Spearman positiva baja entre los *reality shows* y la conducta sociocultural en los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29. Por lo que, se confirma la existencia de la hipótesis de la investigación.

Hipótesis Específicos

Hipótesis Específica 1

Hi: Si existe relación entre el contenido de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

Ho: No existe relación entre el contenido de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

Tabla 16.

Relación entre la dimensión contenido y la variable conducta sociocultural

			Contenido	Conducta sociocultural
Rho de Spearman	Contenido	Coefficiente de correlación	1.000	0.237
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	340	340
	Conducta sociocultural	Coefficiente de correlación	0.237	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	340	340

Interpretación:

Como se muestra en el cuadro, el proceso de correlación entre la primera dimensión de la variable 1 con la variable 2, dio como resultado 0,237. Esto afirma que existe relación del coeficiente de Spearman positiva baja entre el contenido de los *reality shows* y la conducta sociocultural en los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 del Callao.

Hipótesis Específica 2

Hi: Si existe relación entre los personajes de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

Ho: No existe relación entre los personajes de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

Tabla 17.

Relación entre la dimensión personajes y la variable conducta sociocultural

			Personajes	Conducta sociocultural
Rho de Spearman	Personajes	Coeficiente de correlación	1.000	0.307
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	340	340
	Conducta sociocultural	Coeficiente de correlación	0.307	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	340	340

Interpretación:

Como se muestra en el cuadro, el proceso de correlación entre la segunda dimensión de la variable 1 con la variable 2, dio como resultado 0,307. Esto afirma que existe relación del coeficiente de Spearman positiva baja entre los personajes de los *reality shows* y la conducta sociocultural en los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 del Callao.

Hipótesis Específica 3

Hi: Si existe relación entre los juegos de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

Ho: No existe relación entre los juegos de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.

Tabla 18.

Relación entre la dimensión juegos y la variable conducta sociocultural

			Juegos	Conducta sociocultural
Rho de Spearman	Juegos	Coeficiente de correlación	1.000	0.245
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	340	340
	Conducta sociocultural	Coeficiente de correlación	0.245	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	340	340

Interpretación:

Como se muestra en el cuadro, el proceso de correlación entre la tercera dimensión de la variable 1 con la variable 2, dio como resultado 0,245. Esto afirma que existe relación del coeficiente de Spearman positiva baja entre los juegos de los reality show y la conducta sociocultural en los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 del Callao.

IV. DISCUSIÓN

La **hipótesis general** de la presente tesis, donde se sostiene que si existe relación entre los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019, fue confirmada. Los resultados obtenidos con el coeficiente de Spearman determinaron una correlación de 0.339, lo que prueba una relación positiva baja. Esto sugiere que, los *reality shows* nacionales hacen variar o influyen en la conducta sociocultural de los escolares. Este argumento coincide con la investigación de Faicán y Hernández (2014) donde se comprueba que existe influencia de los programas de tipo *reality show* en el comportamiento e imaginario de los adolescentes evaluados en los colegios de Guayaquil.

Asimismo, en la tesis nacional *“La influencia del Reality Show “Esto es Guerra” y el Comportamiento de los estudiantes de 5° y 6° grado de Educación primaria de la institución educativa particular Santa maría del valle del distrito de Uchumayo*. Narvaez y Zavaleta (2016) prueban que en el reality show “Esto es guerra” influye significativamente en el comportamiento de los estudiantes.

En los resultados de esta investigación, se observó que el 77.6 % de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto grado de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que el contenido, juegos y personajes de los *reality shows* nacionales. De lo que se puede afirmar, que a la población estudiada le parece interesante y divertido las relaciones amorosas, las discusiones y los enfrentamientos de los participantes, también consideran que los competidores y estos programas en general aportan a su nivel cultural.

Al respecto, Sartori (1997) sostiene que un infante no entiende lo que está viendo, por ello, asimila la violencia que ve en un medio audiovisual como un modelo excitante. Es decir, si los escolares ven contenidos violentos, estereotipados y en ocasiones morbosos como algo entretenido y divertido, su conducta se ve alterada, ya que están normalizando estas situaciones.

Por su parte, Gerbner, en la teoría del cultivo, señala que la televisión retrata de forma parcializada la realidad (ficción) y que en base a ella, la audiencia crea sus concepciones. Partiendo de este argumento y comparándolo con que el 39.9 % de los estudiantes encuestados está de acuerdo con que la conducta sociocultural varía según el ideal de belleza, percepción social y modelos de comportamiento. Se percibe que, el contenido de los

programas ayuda a que los niños creen definiciones sesgadas sobre aspectos culturales importantes, como por ejemplo la actitud de los personajes, la vestimenta o el prototipo de mujer o hombre que presentan en el *reality*. Estas características presentes constantemente en el prototipo de personajes que muestran, en el contenido con enfoque competitivo y orientado a las peleas o las relaciones románticas conflictivas perjudican la percepción y conductas de los infantes.

En la **primera hipótesis específica** de la investigación, se confirmó que sí existe relación entre el contenido de los reality show nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegio Fe y Alegría del Callao. Los resultados obtenidos con el coeficiente de Spearman determinaron una correlación de 0.237, lo que comprueba una relación positiva baja. Además, se observó que el 53.8 % de los estudiantes encuestados está de acuerdo en que las competencias, romances y peleas de los *reality shows* nacionales son entretenidas, interesantes y divertidas. Aspecto que coincide con el resultado de la investigación sobre *Percepción sobre los reality shows de los adolescentes de la academia Preuniversitaria "Pitágoras" Jauja*, donde Hercilla y Peña (2016) destacan que el 28% de los adolescentes consideran entretenidos los romances (escándalos, decepciones amorosas y peleas).

En este contexto, Hoggart (1992) plantea en la teoría de la cultura que las producciones de los medios y toda cultura (contenido) tienen como objetivo satisfacer supuestas demandas de la población, mostrándonos contenidos audiovisuales que se alejan o caricaturizan la realidad. *Los reality shows* plasman como parte de la estructura del programa situaciones sociales como las relaciones amorosas y les dan protagonismo y relevancia. En varias ocasiones incluso estos supuestos romances han estado ligados denuncias de violencia, hechos que en ocasiones han perdurado por mucho tiempo en la opinión pública, donde se les ha quitado importancia o ridiculizado.

Asimismo, las peleas entre los jugadores, el lenguaje agresivo y las competencias muchas veces con contenido morboso, están presentes en estos programas como una idea de entretenimiento. En la tesis *Análisis de la influencia de los realty shows Nacionales en la formación de Estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil*, Liberio (2015) reafirma esta postura al comprobar que los reality shows crean estereotipos que juegan un papel importante en la vida de los adolescentes y que es representado mediante una figura vana, que no aporta ni beneficia a sus conocimientos, al contrario, crea percepciones empobrecidas de la realidad.

En cuanto a la **segunda hipótesis específica**, que señala que sí existe relación entre los personajes de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Se obtuvo como resultado del coeficiente de Spearman una correlación de 0.307, lo que determina una relación positiva baja.

Carabali (2017) en su estudio de recepción visual del reality show “BLN” y su incidencia en la construcción de estereotipos estéticos en adolescentes de 13-15 años del 2016 plantea como objetivo determinar las características de recepción visual del Reality Show “BLN” en los adolescentes de acuerdo a la construcción de estereotipos estéticos en adolescentes de 13 a 15 años del 2016. En la investigación se comprobó que los “programas de competencia” permiten el desarrollo de estereotipos estéticos en sus espectadores incitando la identificación del adolescente con los participantes. Resultados que se reflejan en la presente investigación, dado que el 32.1% está de acuerdo en que la contextura te ayuda a tener una mejor apariencia, ser alto te hace más atractivo y tener la piel clara te ayuda a ser más aceptado por los demás.

Asimismo, se evidenció que el 50.9% de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que los personajes de los *reality shows* tienen una vestimenta adecuada, una buena actitud y un buen nivel cultural.

En este marco, Bandura (1925) plantea en la teoría del aprendizaje social que la realidad de las imágenes en cual basamos nuestras acciones, están realmente inspiradas en la experiencia y la observación. Es decir, si vemos cómo son representados los personajes de estos programas, las actitudes y su forma de comportarse; los niños y adolescentes pueden imitar sus acciones o conductas. En los resultados descriptivos de la presente investigación, se observó que el 48.2% de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 están de acuerdo con que admirar a una persona los incentiva a ser como ellos, que imitan la actitud de las personas que les agradan y que les prestan atención a la forma en que se expresan las personas.

Asimismo, se observó que un 45.6% de los estudiantes encuestados considera que los personajes de los *reality* tienen una vestimenta adecuada para realizar las actividades desarrolladas durante el programa. Esto refleja, que casi la mitad de los niños no perciben realmente como se muestra la imagen femenina y masculina al emplear ropa muy pequeña y pegada, vendiendo la figura de estos personajes de una forma llamativa y estereotipada que no plasman un concepto real de las personas en la sociedad.

Vygotsky (1962) sostiene que los niños desarrollan su aprendizaje mediante la interacción social, lo que les permite mejorar sus habilidades cognitivas, en las estructuras de pensamiento y en el comportamiento en la sociedad. Basándonos en este argumento y contrastándolo con que, el 56.2% de los estudiantes de la presente investigación está de acuerdo en que la opinión de su familia hacen variar sus decisiones, la manera de actuar de sus amigos hace cambiar su forma de pensar y la información transmitida en los medios también afectan su forma de pensar. Se puede deducir que, la percepción de los alumnos sobre los reality influye en su proceso cognitivo y a través de su interacción social pueden reproducirse conductas que imiten los factores más sobresalientes que han estado percibiendo en los personajes de estos programas, como por ejemplo las conductas violentas durante las competencias, el lenguaje que emplean y las situaciones de morbo con la que exponen su vida privada.

En la tesis *El grado de influencia del reality show "Esto es guerra" en las emociones básicas de los niños*, se reafirma lo anteriormente mencionado. Chura y Luque (2016) logran probar que este programa explota sus emociones, a través de escenas donde se genera violencia, dolor y sufrimiento, apelando a los sentimientos del niño para mantenerlos en contacto con los contenidos del programa.

Finalmente, en la **tercera hipótesis específica**, se señala que si existe relación entre los juegos de los reality show nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Se obtuvo como resultado del coeficiente de Spearman una correlación de 0.245, lo que determina una relación positiva baja. También, se observa que el 61.8 % de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto de primaria está de acuerdo en que los juegos que se realizan en los *reality shows* nacionales, pero el 31, 5% considera que nunca o casi nunca son riesgosos y el 39,1 % no está seguro. Consideran además, que los juegos de conocimiento aportan a su nivel cultural y la gran mayoría está interesado en juegos de talentos.

En este contexto, Arbulú (1994) señala que en la teoría del efecto poderoso las personas asumen como algo real lo que ven en los medios debido a la gran cantidad de información. Por lo que, se deduce que si los niños ven constantemente los *reality shows* pueden tratar de realizar los juegos que más les guste o les interesen de estos programas. Además, si consideran o perciben estos juegos de competencia no son peligrosos, al imitarlos podrían lastimarse.

Asimismo, en el caso de los concursos con preguntas de cultura general que los alumnos consideran que aportan a su nivel cultural, no están identificando que estos juegos se centran más en burlarse que en aportar a su conocimiento. En ocasiones, presentan preguntas muy sencillas y las hacen ver complicadas o los competidores muestran actitudes que los muestra como personas con poco conocimiento.

V. CONSLUSIONES

Al contrastarse los resultados de la investigación, los objetivos planteados y la comprobación de hipótesis, se llegaron a las siguientes conclusiones:

PRIMERO

Se determinó que, existe relación entre los *reality shows* nacionales y la Conducta Sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019 y se observó que el 77.6 % de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto grado de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que el contenido, juegos y personajes de los *reality show* nacionales. Mientras que, el 39.9 % de los estudiantes encuestados está de acuerdo con que la conducta sociocultural varía según el ideal de belleza, percepción social y modelos de comportamiento.

SEGUNDO

Se determinó que, sí existe relación entre el contenido de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegio Fe y Alegría del Callao. Donde se evidenció que, el 53.8 % de los estudiantes encuestados está de acuerdo en que las competencias, romances y peleas de los *reality shows* nacionales son entretenidas, interesantes y divertidas.

TERCERO

Se determinó que, sí existe relación entre los personajes de los *reality shows* Nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Observándose que, el 50.9% de los estudiantes de cuarto, quinto y sexto grado está de acuerdo en que los personajes de los *reality shows* tienen una vestimenta adecuada, una buena actitud y un buen nivel cultural.

CUARTO

Se determinó que, sí existe relación entre los juegos de los *reality shows* nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Donde se evidenció que, el 61.8 % de los estudiantes de 4to, 5to y 6to de primaria de los colegios Fe y Alegría N°33 y N°29 está de acuerdo en que los juegos de los *reality shows* nacionales son riesgosos, aportan a tu nivel cultural y son interesantes. Mientras que, el 14.4% está en desacuerdo.

V. RECOMENDACIONES

Luego del análisis de los resultados de esta investigación se recomienda lo siguientes:

PRIMERO

Se recomienda, que la televisión de señal abierta ofrezca más variedad de programas y con contenido dirigido para niños y adolescentes. Se deben incluir o plantear formatos televisivos que se adapten a sus necesidades, que plasmen aspectos socioculturales más reales y que los oriente a generar pensamiento crítico.

SEGUNDO

Se recomienda, que los padres e instituciones educativas guíen a los niños y adolescentes en la selección de contenidos audiovisuales. Darles alternativas que fomenten su aprendizaje y enseñarles a identificar lo bueno, lo malo y lo más relevante de los programas televisivos.

TERCERO

Se recomienda que, se creen programas televisivos en la señal de canal abierta con personajes que representen y expresen un lenguaje y vestimenta más acorde al horario en que se transmite y al público al que se dirige. Asimismo, mostrar actitudes y conductas que ayuden a estimular mejores actitudes y un mayor aprendizaje en los niños.

CUARTO

Se recomienda que, se realicen programas con juegos acordes a las edades de los niños, niñas y adolescentes, que estén orientados a temas que les beneficien en su aprendizaje y en desarrollar su destreza motriz de una forma correcta y sin exponerlos al peligro.

IV. REFERENCIAS

- Alcántara, H. (18 de mayo del 2015) Niño de 10 años muere al imitar juego del programa “Esto es Guerra”. Correo. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/peru/muere-al-imitar-esto-es-guerra-587847/1>
- Arboccó, M. y O’Brien, J. (Agosto – Diciembre, 2012). Impacto de la “Televisión Basura” en la Mente y la Conducta de Niños y Adolescentes. *Unifé*, 20(2), 43-57. Recuperado de: http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_5.pdf
- Arbulú, M. (1994). Medios de comunicación: Efectos, Teorías, Intermediación. *Revista de Psicología de la PUCP*, 12(2), 5-22. Recuperado de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4208>
- Carrera, B. y Mazzarella, C. (13 de abril de 2001). Vygotsky: enfoque sociocultural. *Educere*, 5(13), 41-44. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=356/35601309>
- Chaves, A. (2001). Implicaciones educativas de la teoría sociocultural de Vigotsky. *Revista Educación*. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=440/44025206>
- Chung, S. and Cho, H. (June, 2014). Parasocial relationship via reality TV and social media: its implication for celebrity endorsement. *Research Collection Lee Kong Chian School Of Business*, 47-54. Recuperado de: https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=5329&context=lkcsb_research
- Chura, J. y Luque, C. (2017). Influencia de los realities shows en las emociones básicas de los niños de 11 - 12 años de la I.E.P. 70564 Las Mercedes Juliaca 2016. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Cobo, E. (Junio de 2003) El comportamiento humano. *Cuadernos de Administración*, 29, 115-183. Recuperado en: <file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-ElComportamientoHumano-5006394.pdf>
- Cohen, J. and Weimann, G. (2008). Who’s Afraid of Reality Shows? Exploring the Effects of Perceived Influence of Reality Shows and the Concern Over Their Social Effects on Willingness to Censor. *Communication Research*, 35(3), 382-397. Recuperado de:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.911.7788&rep=rep1&type=pdf>

CONCORTV. (2016). Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes. Recuperado de: <http://www.concortv.gob.pe/investigacion/estudios-cuantitativos/2016-estudio-cuantitativo-sobre-consumo-televisivo-y-radial-en-ninos-ninas-y-adolescentes/>

CONCORTV. (2018). Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes. Recuperado de: <http://www.concortv.gob.pe/investigacion/estudios-cuantitativos/2018-estudio-cuantitativo-sobre-consumo-televisivo-y-radial-en-ninos-ninas-y-adolescentes/>

Díaz, E. (2012). Teorías de la Comunicación. Recuperado en: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Teorias_de_la%20comunicacion.pdf

Espinoza, D. (2017). Valores y antivalores del reality Combate en estudiantes de primer grado de secundaria, I.E. Alfonso Ugarte N° 88021, Nuevo Chimbote-2017 (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú.

Esto es Guerra: Niña de 6 años muere en supuesto intento por imitar juego. (19 de marzo de 2014) El Popular. Recuperado de: <https://www.elpopular.pe/actualidad-y-politicas/2014-03-19-esto-es-guerra-nina-de-6-anos-muere-en-supuesto-intento-por-imitar-juego>

Fernández, R. (2014) Actitudes y Comportamiento Social. (Tesis de Licenciatura) Universidad Jaime I, Castellón de la Plana, España.

Galán, E. (2005). La creación psicológica de los personajes para cine y televisión. INFAD revista de psicología, 3(1), 263-273. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832310025.pdf>

Galimberti, H. (2002). Diccionario de Psicología. Recuperado de: <https://saberpspi.files.wordpress.com/2016/09/galimberti-umberto-diccionario-de-psicologic3ada.pdf>

- Hall, A. (2009). Perceptions of the Authenticity of Reality Programs and Their Relationships to Audience Involvement, Enjoyment, and Perceived Learning. (November 2009). *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(4), 515-531. DOI: 10.1080/08838150903310468
- Hercilla, L. y Peña, J. (2016). Percepción sobre los reality shows de los adolescentes de la academia preuniversitaria "Pitagoras" Jauja-2016. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú.
- Hernández, R. (2014) Metodología de la Investigación. Recuperado en: https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Hoggart, R. (1992) *The uses of literacy*. Reino Unido: Penguins book.
- Huánuco: Niña se incrusta juego de tuercas de 'Esto es Guerra' en el abdomen. (09 de septiembre de 2014). Perú21. Recuperado de: <https://peru21.pe/lima/huanuco-nina-incrusta-juego-tuercas-esto-guerra-abdomen-171558>
- Igartua J. (2002) La reconstrucción histórica y cultural de la convivencia, hacia la comprensión de la cultura mediática de la violencia. *Cultura y Educación*, 14(1), 55-61. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/233551073_Violencia_y_television_nuestro_medio_ambiente_cultural_Entrevista_con_George_Gerbner_Violence_and_television_Our_cultural_environment_Interviewing_George_Gerbner
- MINEDU. (2017). Servicios Educativos. Recuperado de: <http://escale.minedu.gob.pe/padron-de-ieee>
- Narváez, L. y Zavaleta, S. (2016) La influencia del reality show “esto es guerra” y el comportamiento de los estudiantes de 5° y 6° grado de educación primaria de la institución educativa particular santa maría del valle del distrito de Uchumayo, Arequipa, 2015. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.
- Perales, F. (2011). La Realidad Mediatizada: El Reality Show. *Revista Comunicación*, 1(9), 120-131. Recuperado de: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11724/file_1.pdf?sequence=1

- Pérez, H. (2010) El cuerpo narrado en el Reality show. Recuperado de: <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/181/El%20cuerpo%20narrado%20en%20el%20reality%20show.pdf?sequence=4>
- Sahuquillo, P. (enero de 2007) Algunas aportaciones teóricas a la influencia de la televisión en el proceso de socialización de la infancia. Ediciones Universidad de Salamanca, 19, 191-224. Recuperado de: <http://revistas.usal.es/index.php/1130-3743/article/view/3260/3285>
- Sartori, G. (1997) Homo Videns - La Sociedad Teledirigida. Recuperado de: <https://docplayer.es/5254104-Homovidens-la-sociedad-teledirigida.html>
- Swiatkowski, P. (2018) Reality Tv, Relational Aggression, And Romance: The Effects Of Reality Show Viewing On Relational Aggression and Relational Quality In Romantic Relationships. (Tesis de Doctorado). The University of Arizona, Estados Unidos.
- Tornero, A. (1998). Reseña de "Homo Videns. La sociedad teledirigida" de Sartori, Giovanni. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos, 28(4), 215-218. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/270/27028411.pdf>
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. Alteridades, 4(8), 47-53. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
- Walzer, A. (2009). Pedagogías del cuerpo, la construcción espectacular del cuerpo femenino en el reality show español. Revista Latina de Comunicación Social, 64, 203-209). Recuperado en: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/4114>.

V. ANEXOS

Anexo 1: Matriz

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES		
			VARIABLE 1: Reality Show Nacionales		
			DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
<p>Problema General ¿Cuál es la relación que existe entre los <i>reality show</i> Nacionales y la Conducta Sociocultural de escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019?</p> <p>Problemas Específicos • ¿Cuál es la relación entre el contenido de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019? • ¿Cuál es la relación entre los personajes de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019? • ¿Cuál es la relación entre los juegos de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre los <i>reality show</i> nacionales y la Conducta Sociocultural de escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.</p> <p>Objetivos Específicos Determinar la relación entre el contenido de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Determinar la relación entre los personajes de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Determinar la relación entre los juegos de los <i>reality show</i> Nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.</p>	<p>Hipótesis General Hi: Si existe relación entre los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Ho: No existe relación entre los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019.</p> <p>Hipótesis Específicos Hi: Si existe relación entre el contenido de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria del colegio Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Ho: No existe relación entre el contenido de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Hi: Si existe relación entre los personajes de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Ho: No existe relación entre los personajes de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Hi: Si existe relación entre los juegos de los <i>reality show</i> Nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019. Ho: No existe relación entre los juegos de los <i>reality show</i> nacionales y la conducta sociocultural de los escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao en el año 2019.</p>	VARIABLE 1: Reality Show Nacionales		
			Contenido	Competencias	Las competencias que se realizan en el programa son de tu agrado.
				Romances	Las relaciones amorosas del programa te parecen interesantes.
				Peleas	Las peleas (enfrentamientos y discusiones) de los competidores son entretenidas.
			Personajes	Vestimenta	La ropa que utilizan los competidores es adecuada para jugar.
				Actitud	La actitud de los competidores es adecuada.
				Conocimiento	Los personajes de los <i>reality show</i> demuestran el nivel de conocimiento.
			Juegos	Físicos	Te gustan los juegos de esfuerzo físico que se realizan en el programa.
				Conocimiento	Los juegos de conocimiento que se realizan en el programa son de tu interés.
				Talento	Los concursos talento (baile y canto) son de tu agrado.
			VARIABLE 2: Conducta Sociocultural		
Ideal de Belleza	Contextura	Es importante la contextura (delgada o musculoso) para ser bonita o guapo.			
	Estatura	Los rasgos físicos son importantes para ser bonita o guapo.			
	Color de piel	El color de piel determina la belleza de una persona.			
Percepción social	Familia	Los comentarios de tu familia influyen en tus acciones.			
	Amigos	Las opiniones de tus compañeros influyen en tu desempeño.			
	Medios	La forma en que actúan (visten y hablan) tus amigos cambian tu conducta.			
Modelos de Comportamiento	Admiración	La admiración que sientes por una persona genera un cambio en tu comportamiento.			
	Imitación	Sueles imitar el comportamiento de las personas con las que convives.			
	Identificación	Tu comportamiento se amolda según a las personas con las que te relacionas.			

Anexo 2: Validación de expertos



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Sánchez Vega Carmen Carolina

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor...() Magister....(X) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: César Vallejo

Fecha: 13-09-2019

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ÍTEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Las preguntas son las necesarias y no se requiere agregar alguna más?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:

Carmen Carolina Sánchez Vega

Nombres y apellidos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Apellidos y nombres del experto: Bellodis Hurtado, Mary Dorys

Título y/o Grado:

 Ph. D.....() | Doctor... | Magister... () | Licenciado.... () | Otros. Especifique

 Universidad que labora: UCV

 Fecha: 11/09/19
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	¿Las preguntas son las necesarias y no se requiere agregar alguna más?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

 Firma del experto: Mary Dorys Bellodis Hurtado
Mary Dorys Bellodis Hurtado
 Nombres y apellidos

EVALUACIÓN DE EXPERTOS
Título de Tesis:
Reality show Nacionales y Conducta Sociocultural de escolares de primaria de los colegios

Fe y Alegría del Callao – 2019

Variable 1: Reality Show Nacionales

N°	DIMENSIONES / Ítems	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
Dimensión 1: Contenido				
1	Las competencias que se realizan en el programa son entretenidas.	X		
2	Las relaciones amorosas que se muestran en el programa son interesantes.	X		
3	Los enfrentamientos y discusiones de los competidores son divertidos.	X		
Dimensión 2: Personajes				
4	La ropa que usan los competidores es adecuada.	X		
5	Los jugadores muestran una buena actitud durante las competencias.	X		
6	Los competidores demuestran un buen nivel cultural.	X		
Dimensión 3: Juegos				
7	Los juegos de esfuerzo físico que realizan en el programa te parecen riesgosos.	X		
8	Los juegos de conocimiento del programa aportan a tu nivel cultural.	X		
9	Te interesan los concursos de talentos del programa.	X		

Variable 2: Comportamiento

N°	DIMENSIONES / Ítems	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
Dimensión 1: Ideal de Belleza				
1	Ser delgada te ayuda a tener una mejor apariencia.	X		
2	Ser alto te hace más atractivo.	X		
3	Tener la piel clara te ayuda a ser más aceptado por los demás.	X		
Dimensión 2: Percepción social				
4	Las opiniones de tu familia hacen variar tus decisiones.	X		
5	La manera en que actúan tus amigos hace cambiar tu manera de pensar.	X		
6	La información que se transmite en los medios influye en tu forma de pensar.	X		
Dimensión 3: Modelos de Comportamiento				
7	Admirar a las personas te incentiva a ser como	X		
8	Imitas la actitud de las personas o personajes que te agradan.	X		
9	Le prestas atención a la forma de expresarse de las personas.	X		

APORTES Y SUGERENCIAS:

Fecha: 16-09-2019



 Nombre y Firma del Experto.
 MODALIDAD: PEDRO URIARTE CAMINO

Anexo 3: Instrumento

CUESTIONARIO

Responda los **enunciados** con una **X** o un

GÉNERO: M F

EDAD: _____

INSTITUCIÓN: Nacional Privada

ESCALA VALORATIVA

CÓDIGO	CATEGORÍA
N	Nunca
CN	Casi nunca
AV	A veces
CS	Casi siempre
S	Siempre

V1	REALITY SHOWS NACIONALES	N	CN	AV	CS	S
1	Las competencias que se realizan en el programa son entretenidas.					
2	Las relaciones amorosas que se muestran en el programa son interesantes.					
3	Los enfrentamientos y discusiones de los competidores son divertidos.					
4	La ropa que usan los competidores es adecuada.					
5	Los jugadores muestran una buena actitud durante las competencias.					
6	Los competidores demuestran un buen nivel cultural.					
7	Los juegos de esfuerzo físico que realizan en el programa te parecen riesgosos.					
8	Los juegos de conocimiento del programa aportan a tu nivel cultural.					
9	Te interesan los concursos de talentos del programa.					
V2	CONDUCTA SOCIOCULTURAL	N	CN	AV	CS	S
1	Ser delgada te ayuda a tener una mejor apariencia.					
2	Ser alto te hace más atractivo.					
3	Tener la piel clara te ayuda a ser más aceptado por los demás.					
4	Las opiniones de tu familia hacen variar tus decisiones.					
5	La manera en que actúan tus amigos hace cambiar tu manera de pensar.					
6	La información que se transmite en los medios influye en tu forma de pensar.					
7	Admirar a las personas te incentiva a ser como ellos.					
8	Imitas la actitud de las personas o personajes que te agradan.					
9	Le prestas atención a la forma de expresarse de las personas.					

Anexo 4: Base de datos

	GENERO	EDAD	GRADO	SECCIÓN	REALITY SHOWS NACIONALES									D1V 1	D2V 1	D3V 1	VARIABLE 1
					CONTENIDO			PERSONAJES			JUEGOS						
					ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9				
1	1	10	1	3	4	2	4	5	3	4	3	4	4	10	12	11	33
2	1	9	1	3	3	3	4	5	4	3	2	3	5	10	12	10	32
3	2	9	1	3	2	4	3	1	3	4	4	2	1	9	8	7	24
4	2	10	1	3	5	3	4	5	3	5	3	3	4	12	13	10	35
5	2	10	1	3	5	2	5	5	5	3	4	1	5	12	13	10	35
6	2	10	1	3	5	3	1	3	3	4	3	4	5	9	10	12	31
7	1	10	1	3	4	3	1	5	5	4	5	1	5	8	14	11	33
8	2	10	1	3	3	3	5	1	3	3	3	2	5	11	7	10	28
9	2	9	1	3	3	4	3	5	3	3	3	1	4	10	11	8	29
10	2	9	1	3	3	1	4	5	3	2	3	2	5	8	10	10	28
11	2	9	1	3	5	4	2	5	4	4	3	4	3	11	13	10	34
12	1	9	1	3	5	3	3	5	3	5	5	3	5	11	13	13	37
13	2	11	1	3	4	1	3	5	3	5	3	3	5	8	13	11	32
14	1	9	1	3	2	1	1	5	3	1	1	1	1	4	9	3	16
15	2	9	1	3	1	2	1	3	1	3	5	1	1	4	7	7	18
16	1	9	1	3	4	3	5	5	3	4	5	3	2	12	12	10	34
17	2	9	1	3	3	3	5	5	2	3	4	3	5	11	10	12	33
18	2	9	1	3	3	3	1	1	3	5	5	3	2	26	9	10	45
19	1	10	1	3	5	1	3	1	3	5	2	3	1	24	9	6	39
20	2	10	1	3	5	4	5	1	3	4	3	5	5	35	8	13	56
21	2	10	1	3	5	4	5	2	3	4	3	5	5	36	9	13	58

22	1	10	1	3	5	2	1	5	3	3	1	2	5	27	11	8	46
23	1	10	1	3	5	3	4	5	4	5	2	2	5	35	14	9	58
24	1	10	1	3	5	3	1	5	3	4	4	1	3	29	12	8	49
25	1	10	1	3	4	3	2	4	3	2	3	5	1	27	9	9	45
26	2	9	1	3	4	3	5	1	5	5	3	3	5	34	11	11	56
27	2	9	1	3	3	4	5	4	5	5	3	3	4	36	14	10	60
28	1	9	1	3	4	2	3	4	3	4	5	4	4	33	11	13	57
29	1	10	1	3	5	1	3	1	3	4	1	3	5	26	8	9	43
30	1	10	1	3	5	4	2	5	4	4	3	5	3	35	13	11	59
31	1	9	1	4	3	4	2	5	1	4	4	2	5	30	10	11	51
32	1	10	1	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	41	15	11	67
33	2	10	1	4	5	4	3	5	5	5	1	5	5	38	15	11	64
34	2	9	1	4	5	4	3	5	3	5	1	3	5	34	13	9	56
35	2	10	1	4	4	5	4	3	2	1	5	3	5	32	6	13	51
36	2	11	1	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	41	13	13	67
37	2	10	1	4	4	3	2	5	3	1	3	5	3	29	9	11	49
38	1	9	1	4	3	1	5	3	3	3	4	5	5	32	9	14	55
39	1	9	1	4	3	3	1	1	5	3	3	1	3	23	9	7	39
40	1	9	1	4	3	2	5	5	5	4	5	3	5	37	14	13	64
41	2	10	1	4	4	2	3	5	5	3	3	1	5	31	13	9	53
42	1	9	1	4	5	4	1	3	3	1	2	1	3	23	7	6	36
43	1	10	1	4	3	1	1	3	2	3	4	2	1	20	8	7	35
44	1	10	1	4	4	3	2	2	2	4	3	2	3	25	8	8	41
45	1	10	1	4	3	2	3	5	3	3	1	5	5	30	11	11	52
46	2	10	1	4	4	3	2	2	2	2	3	3	1	22	6	7	35
47	2	11	1	4	5	3	1	4	3	4	2	4	5	31	11	11	53
48	1	10	1	4	5	2	1	5	4	5	3	4	4	33	14	11	58
49	1	10	1	4	3	3	2	4	3	4	4	2	5	30	11	11	52
50	2	10	1	4	3	3	4	5	3	5	3	5	5	36	13	13	62

51	2	10	1	4	3	3	4	5	5	5	3	5	5	38	15	13	66
52	2	9	1	4	3	4	1	3	3	3	5	3	5	30	9	13	52
53	1	9	1	4	5	5	1	5	5	3	5	5	5	39	13	15	67
54	2	9	1	4	3	3	1	5	3	5	3	3	5	31	13	11	55
55	1	10	1	4	5	5	1	5	3	3	3	3	5	33	11	11	55
56	2	9	1	4	5	5	3	3	5	4	1	3	5	34	12	9	55
57	2	10	1	4	3	4	1	1	2	1	4	1	5	22	4	10	36
58	1	10	1	4	5	3	3	1	2	4	3	5	1	27	7	9	43
59	1	10	1	4	2	4	5	5	2	5	3	4	5	35	12	12	59
60	1	9	1	4	5	3	2	1	3	4	3	2	1	24	8	6	38
61	2	11	2	1	3	4	3	2	3	3	4	3	3	28	8	10	46
62	2	11	2	1	3	5	3	3	2	3	3	3	3	30	8	9	47
63	2	11	2	1	5	3	1	3	4	3	4	3	4	30	10	11	51
64	2	10	2	1	4	3	1	5	2	4	3	2	5	29	11	10	50
65	2	11	2	1	5	3	5	3	2	4	2	3	5	32	9	10	51
66	2	11	2	1	3	5	1	4	5	3	4	5	4	34	12	13	59
67	1	11	2	1	3	3	2	5	3	3	2	3	4	28	11	9	48
68	1	10	2	1	3	3	2	5	3	4	3	3	5	31	12	11	54
69	2	10	2	1	5	3	4	5	4	3	4	3	4	35	12	11	58
70	1	12	2	1	3	4	5	5	3	4	4	3	4	35	12	11	58
71	2	11	2	1	3	2	3	4	5	4	1	5	5	32	13	11	56
72	1	11	2	1	2	2	1	2	3	3	3	3	4	23	8	10	41
73	1	10	2	1	4	2	1	2	3	4	5	3	5	29	9	13	51
74	1	11	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	13	3	3	19
75	1	11	2	1	3	5	1	5	3	5	1	5	5	33	13	11	57
76	1	11	2	1	4	5	1	1	2	4	5	2	5	29	7	12	48
77	1	10	2	1	5	5	4	5	3	4	4	5	4	39	12	13	64
78	1	10	2	1	4	2	3	5	4	4	4	3	3	32	13	10	55
79	1	11	2	1	2	1	3	3	3	1	1	4	5	23	7	10	40

80	1	10	2	1	3	2	1	2	3	3	4	5	5	28	8	14	50
81	1	11	2	1	3	4	1	5	2	4	4	5	5	33	11	14	58
82	1	11	2	1	2	5	1	5	1	5	5	5	5	34	11	15	60
83	2	10	2	1	4	5	1	1	1	3	3	1	3	22	5	7	34
84	2	11	2	1	5	3	2	1	2	1	3	1	5	23	4	9	36
85	1	12	2	1	4	5	1	5	5	3	2	3	4	32	13	9	54
86	2	10	2	1	3	2	4	5	2	2	2	5	5	30	9	12	51
87	2	11	2	1	4	2	2	5	5	4	3	3	5	33	14	11	58
88	1	11	2	1	3	5	1	5	4	5	3	5	5	36	14	13	63
89	1	12	2	1	5	3	5	5	5	2	1	4	5	35	12	10	57
90	2	11	2	1	5	4	3	5	2	3	1	5	5	33	10	11	54
91	2	10	2	1	5	1	1	5	3	5	1	5	5	31	13	11	55
92	2	10	2	1	5	3	1	5	3	5	1	5	5	33	13	11	57
93	2	10	2	1	3	3	2	5	3	3	2	4	3	28	11	9	48
94	2	11	2	1	1	1	2	1	1	3	1	5	1	16	5	7	28
95	2	11	2	1	3	5	1	5	3	4	3	3	4	31	12	10	53
96	2	10	2	1	3	4	1	3	2	3	5	3	3	27	8	11	46
97	2	11	2	1	3	3	1	2	3	3	4	2	3	24	8	9	41
98	2	11	2	2	4	2	5	1	4	1	3	2	5	27	6	10	43
99	1	12	2	2	3	1	3	3	4	3	1	3	5	26	10	9	45
100	2	10	2	2	5	2	1	3	5	1	1	4	5	27	9	10	46
101	2	11	2	2	3	2	2	1	4	3	4	2	2	23	8	8	39
102	2	10	2	2	5	3	4	3	2	3	3	3	4	30	8	10	48
103	2	10	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	4	26	9	9	44
104	1	10	2	2	4	3	2	3	5	3	2	1	3	26	11	6	43
105	2	11	2	2	4	5	3	3	4	5	1	5	5	35	12	11	58
106	2	11	2	2	4	5	3	1	4	4	2	5	4	32	9	11	52
107	2	11	2	2	4	4	1	1	2	3	3	3	4	25	6	10	41
108	1	11	2	2	3	3	2	3	2	2	4	3	4	26	7	11	44

109	2	10	2	2	5	4	5	3	4	4	3	5	5	38	11	13	62
110	2	10	2	2	3	3	2	3	3	2	1	2	1	20	8	4	32
111	1	10	2	2	5	4	5	5	5	2	5	3	3	37	12	11	60
112	2	10	2	2	3	3	1	3	1	1	3	3	3	21	5	9	35
113	2	11	2	2	3	4	3	5	1	1	4	2	3	26	7	9	42
114	2	11	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	30	9	11	50
115	2	10	2	2	5	3	5	5	2	5	1	5	5	36	12	11	59
116	1	11	2	2	5	3	4	5	5	5	5	5	1	38	15	11	64
117	2	11	2	2	3	3	4	3	2	3	2	2	4	26	8	8	42
118	1	11	2	2	3	2	4	3	3	2	3	3	4	27	8	10	45
119	1	12	2	2	3	4	1	5	3	1	3	2	5	27	9	10	46
120	2	10	2	2	2	1	1	1	2	2	3	3	3	18	5	9	32
121	1	11	2	2	3	2	2	1	3	3	2	3	2	21	7	7	35
122	2	11	2	2	3	5	4	3	1	3	3	1	3	26	7	7	40
123	1	11	2	2	3	2	1	2	1	1	5	1	5	21	4	11	36
124	1	11	2	2	4	3	2	4	4	3	4	2	3	29	11	9	49
125	1	10	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	5	17	5	7	29
126	1	11	2	2	3	2	1	1	1	4	5	3	4	24	6	12	42
127	1	10	2	2	3	2	1	3	2	4	4	2	5	26	9	11	46
128	1	12	2	2	5	1	1	5	5	1	5	1	5	29	11	11	51
129	1	10	2	2	3	3	4	3	2	2	1	3	4	25	7	8	40
130	2	10	2	2	4	2	1	5	3	4	1	4	5	29	12	10	51
131	2	10	2	2	4	2	3	1	2	3	2	3	3	23	6	8	37
132	1	10	2	2	3	2	2	1	2	2	4	1	2	19	5	7	31
133	2	11	2	2	5	2	4	1	3	4	3	4	5	31	8	12	51
134	1	11	2	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1	13	5	5	23
135	1	11	2	3	4	3	5	5	3	4	4	3	5	36	12	12	60
136	2	11	2	3	5	3	4	5	4	4	3	5	5	38	13	13	64
137	2	10	2	3	4	3	2	3	3	4	5	3	5	32	10	13	55

138	2	11	2	3	5	2	1	5	5	5	3	5	5	36	15	13	64
139	2	11	2	3	5	2	3	2	2	2	3	2	5	26	6	10	42
140	1	10	2	3	5	3	2	1	3	3	3	4	4	28	7	11	46
141	1	11	2	3	5	1	3	5	3	5	3	5	3	33	13	11	57
142	1	10	2	3	5	4	4	3	3	2	3	3	3	30	8	9	47
143	2	10	2	3	3	1	2	4	3	3	2	1	5	24	10	8	42
144	1	11	2	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	29	9	11	49
145	2	11	2	3	4	5	4	5	3	4	5	2	3	35	12	10	57
146	1	11	2	3	5	3	1	5	4	4	3	3	2	30	13	8	51
147	2	10	2	3	4	3	3	5	5	5	4	3	5	37	15	12	64
148	2	10	2	3	3	5	1	1	1	1	5	1	5	23	3	11	37
149	1	10	2	3	3	1	1	5	3	2	3	3	5	26	10	11	47
150	2	10	2	3	3	1	2	5	1	1	1	1	5	20	7	7	34
151	2	11	2	3	4	3	2	5	5	3	1	3	5	31	13	9	53
152	2	11	2	3	5	4	5	4	5	3	3	4	2	35	12	9	56
153	1	11	2	3	5	2	1	1	1	3	5	5	5	28	5	15	48
154	1	11	2	3	3	2	1	5	3	3	2	4	3	26	11	9	46
155	1	11	2	3	4	3	1	1	5	4	5	3	4	30	10	12	52
156	2	11	2	3	3	3	2	3	3	3	3	5	5	30	9	13	52
157	1	11	2	3	3	3	2	2	4	3	5	5	4	31	9	14	54
158	2	11	2	3	5	3	4	1	2	2	3	1	5	26	5	9	40
159	1	11	2	3	3	1	4	3	2	5	5	3	5	31	10	13	54
160	1	11	2	3	4	3	5	5	1	4	1	3	5	31	10	9	50
161	2	10	2	3	5	4	5	5	4	5	4	3	4	39	14	11	64
162	1	12	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	26	8	9	43
163	1	12	2	3	3	2	1	2	3	4	2	4	5	31	9	11	51
164	2	11	2	3	3	4	4	3	5	3	3	3	3	28	11	9	48
165	2	11	2	3	3	3	2	1	5	5	5	3	1	29	11	9	49
166	2	11	2	3	4	1	3	3	4	3	4	3	4	30	10	11	51

167	2	12	3	2	2	5	3	3	3	2	5	3	4	30	8	12	50
168	2	13	3	2	4	3	4	5	1	1	2	5	5	30	7	12	49
169	2	11	3	2	3	2	3	2	3	3	4	4	3	27	8	11	46
170	1	10	3	2	5	3	3	5	3	3	1	5	5	33	11	11	55
171	2	11	3	2	3	3	3	5	3	3	4	2	4	30	11	10	51
172	2	12	3	2	3	4	4	3	5	2	5	4	5	35	10	14	59
173	1	11	3	2	4	2	5	5	3	5	2	3	5	34	13	10	57
174	2	12	3	2	3	2	4	3	2	2	5	1	4	26	7	10	43
175	2	11	3	2	3	2	3	4	3	3	5	2	5	30	10	12	52
176	2	12	3	2	3	3	1	1	2	4	3	1	1	19	7	5	31
177	1	11	3	2	5	3	4	3	3	3	4	2	5	32	9	11	52
178	1	11	3	2	3	1	1	1	3	2	3	1	2	17	6	6	29
179	3	11	3	2	3	5	4	5	3	3	2	3	5	33	11	10	54
180	2	12	3	2	3	4	1	1	1	3	3	2	5	23	5	10	38
181	2	12	3	2	3	3	1	1	3	1	5	1	5	23	5	11	39
182	2	11	3	2	3	2	1	4	3	3	3	2	3	24	10	8	42
183	2	12	3	2	3	2	1	5	4	2	3	1	5	26	11	9	46
184	1	12	3	2	3	3	1	5	2	2	3	4	5	28	9	12	49
185	1	12	3	2	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40	13	13	66
186	1	11	3	2	3	2	1	1	2	3	4	3	5	24	6	12	42
187	1	12	3	2	4	2	3	3	3	3	4	1	2	25	9	7	41
188	1	12	3	2	5	3	4	3	2	3	3	4	5	32	8	12	52
189	2	12	3	2	3	2	1	2	3	4	2	3	3	23	9	8	40
190	1	12	3	2	3	4	2	1	3	2	3	5	3	26	6	11	43
191	1	12	3	2	3	4	3	2	4	3	2	4	5	30	9	11	50
192	1	12	3	2	4	3	2	2	4	3	3	4	5	30	9	12	51
193	2	11	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	4	25	8	9	42
194	1	11	3	2	3	4	4	2	1	3	3	1	3	24	6	7	37
195	1	12	3	2	4	5	4	5	3	3	3	5	3	35	11	11	57

196	2	12	3	2	3	4	1	1	1	1	3	2	3	19	3	8	30
197	2	12	3	2	3	2	1	1	3	3	3	1	1	18	7	5	30
198	2	12	3	2	2	3	1	1	3	1	3	3	3	20	5	9	34
199	1	11	3	2	1	1	1	1	1	2	1	3	1	12	4	5	21
200	1	13	3	2	3	4	5	5	3	2	1	2	5	30	10	8	48
201	1	12	3	2	4	3	1	4	3	3	4	2	5	29	10	11	50
202	2	12	3	2	4	2	5	3	5	3	3	3	4	32	11	10	53
203	2	12	3	2	2	4	4	3	3	2	4	2	5	29	8	11	48
204	2	12	3	3	3	5	3	3	2	3	3	3	5	30	8	11	49
205	2	14	3	3	3	3	1	1	4	3	3	4	5	27	8	12	47
206	2	12	3	3	5	3	4	5	2	5	3	2	4	33	12	9	54
207	2	12	3	3	4	2	1	3	4	3	2	3	2	24	10	7	41
208	2	11	3	3	4	2	1	4	2	1	4	2	5	25	7	11	43
209	1	11	3	3	3	1	3	1	3	2	3	4	5	25	6	12	43
210	2	11	3	3	3	3	1	2	3	3	4	2	5	26	8	11	45
211	1	12	3	3	3	1	1	2	5	3	5	2	1	23	10	8	41
212	1	12	3	3	4	3	1	3	3	1	1	5	4	25	7	10	42
213	2	12	3	3	3	5	3	3	2	3	3	3	5	30	8	11	49
214	2	12	3	3	5	3	1	1	3	2	1	4	5	25	6	10	41
215	2	11	3	3	5	3	1	1	3	2	1	4	5	25	6	10	41
216	1	14	3	3	5	3	3	5	4	4	3	3	1	31	13	7	51
217	1	12	3	3	3	3	1	4	3	2	3	4	3	26	9	10	45
218	1	11	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	2	28	11	8	47
219	1	11	3	3	3	3	3	5	1	1	5	2	3	26	7	10	43
220	2	11	3	3	4	3	1	2	3	3	3	5	5	29	8	13	50
221	2	11	3	3	3	4	3	2	2	3	1	5	5	28	7	11	46
222	2	12	3	3	4	5	5	3	3	3	5	5	5	38	9	15	62
223	1	12	3	3	5	3	2	2	3	3	3	4	5	30	8	12	50
224	1	12	3	3	3	2	5	5	3	5	3	3	4	33	13	10	56

225	1	11	3	3	5	1	2	5	3	3	4	2	4	29	11	10	50
226	2	11	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	5	29	9	12	50
227	2	12	3	3	3	3	1	5	2	1	1	4	5	25	8	10	43
228	1	13	3	3	5	5	3	5	1	5	5	3	3	35	11	11	57
229	1	12	3	3	3	1	1	3	4	3	3	2	3	23	10	8	41
230	2	12	3	3	3	2	1	3	2	2	3	3	4	23	7	10	40
231	1	12	3	3	3	1	1	1	2	3	3	2	1	17	6	6	29
232	2	11	3	3	3	5	1	2	1	1	3	1	4	21	4	8	33
233	1	12	3	3	4	2	1	3	4	2	3	4	3	26	9	10	45
234	2	12	3	3	4	1	2	5	5	3	3	3	4	30	13	10	53
235	1	12	3	3	3	4	5	3	3	2	1	3	5	29	8	9	46
236	1	11	3	3	4	5	3	5	3	3	3	5	4	35	11	12	58
237	1	12	3	3	4	2	3	1	2	4	5	4	2	27	7	11	45
238	1	12	3	3	3	5	1	5	3	5	3	2	5	32	13	10	55
239	1	12	3	4	5	3	1	1	3	3	1	1	1	19	7	3	29
240	2	11	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	1	33	10	10	53
241	2	14	3	4	3	5	2	3	4	1	2	5	1	26	8	8	42
242	1	12	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	3	35	10	12	57
243	2	12	3	4	3	5	3	3	3	3	3	5	5	33	9	13	55
244	2	11	3	4	3	5	3	3	3	5	3	3	5	33	11	11	55
245	2	12	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	32	9	12	53
246	1	12	3	4	2	1	2	3	2	5	3	3	1	22	10	7	39
247	1	12	3	4	4	5	5	5	4	1	5	1	5	35	10	11	56
248	1	12	3	4	3	3	1	1	3	2	3	5	2	23	6	10	39
249	1	14	3	4	3	3	1	3	3	3	3	4	5	28	9	12	49
250	1	11	3	4	5	3	5	5	3	5	1	5	5	37	13	11	61
251	2	11	3	4	3	3	4	3	2	2	3	1	3	24	7	7	38
252	1	11	3	4	5	1	3	1	1	3	5	1	1	21	5	7	33
253	1	11	3	4	3	4	3	5	4	5	2	5	2	33	14	9	56

254	1	11	3	4	3	1	1	4	3	3	5	4	5	29	10	14	53
255	1	12	3	4	4	5	4	4	3	3	3	2	5	33	10	10	53
256	1	11	3	4	5	5	3	5	5	3	4	3	5	38	13	12	63
257	1	13	3	4	4	5	3	3	5	3	4	3	2	32	11	9	52
258	2	12	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	1	26	10	8	44
259	1	11	3	4	3	4	3	3	3	1	4	4	5	30	7	13	50
260	2	12	3	4	4	4	5	3	3	2	3	4	1	29	8	8	45
261	1	14	3	4	3	3	3	3	3	1	4	1	1	22	7	6	35
262	1	11	3	4	3	3	2	3	3	1	3	2	1	21	7	6	34
263	2	12	3	4	3	3	1	5	4	3	3	3	3	28	12	9	49
264	2	11	3	4	3	5	2	1	5	1	2	1	3	23	7	6	36
265	2	11	3	4	3	3	2	3	3	1	3	1	3	22	7	7	36
266	2	12	3	4	3	5	4	3	3	1	4	1	5	29	7	10	46
267	1	11	3	4	5	3	4	3	4	3	2	3	5	32	10	10	52
268	2	12	3	4	4	3	1	3	3	5	5	3	5	32	11	13	56
269	2	11	3	4	3	4	1	1	3	4	5	3	4	28	8	12	48
270	2	11	3	4	5	5	3	4	5	2	1	4	5	34	11	10	55
271	1	12	3	4	5	3	5	3	5	2	1	3	5	32	10	9	51
272	2	12	3	4	5	4	3	3	3	3	1	4	5	31	9	10	50
273	2	12	3	4	2	1	1	3	3	3	1	1	1	16	9	3	28
274	2	11	3	4	4	3	3	2	5	4	3	5	5	34	11	13	58
275	2	12	3	4	4	5	5	5	5	4	1	5	1	35	14	7	56
276	2	12	3	1	5	4	1	5	3	2	1	3	5	29	10	9	48
277	2	12	3	1	5	4	5	4	4	3	4	3	3	35	11	10	56
278	2	11	3	1	5	5	1	3	4	3	2	3	4	30	10	9	49
279	2	11	3	1	5	3	3	4	4	4	1	5	5	34	12	11	57
280	1	12	3	1	5	4	1	5	4	3	3	3	5	33	12	11	56
281	2	11	3	1	5	4	5	5	1	5	2	5	5	37	11	12	60
282	2	11	3	1	4	2	5	4	3	2	4	2	4	30	9	10	49

283	1	13	3	1	1	2	1	3	2	2	3	3	5	22	7	11	40
284	2	11	3	1	3	4	2	4	2	2	3	3	3	26	8	9	43
285	1	12	3	1	4	5	2	5	3	3	1	4	3	30	11	8	49
286	2	12	3	1	4	3	3	3	3	3	5	1	1	26	9	7	42
287	1	11	3	1	5	4	1	5	4	2	5	3	4	33	11	12	56
288	1	12	3	1	4	5	1	4	2	3	1	4	5	29	9	10	48
289	2	12	3	1	3	3	2	5	3	3	1	3	4	27	11	8	46
290	1	11	3	1	4	3	1	4	3	3	3	4	5	30	10	12	52
291	2	11	3	1	1	1	1	1	3	2	5	1	3	18	6	9	33
292	2	11	3	1	4	5	3	4	3	3	1	3	1	27	10	5	42
293	2	11	3	1	3	2	3	3	4	2	3	4	3	27	9	10	46
294	2	11	3	1	5	4	5	5	3	3	3	4	5	37	11	12	60
295	2	12	3	1	4	3	2	5	3	5	3	5	5	35	13	13	61
296	1	12	3	1	3	1	3	1	3	2	3	2	3	21	6	8	35
297	1	12	3	1	3	1	5	5	5	1	5	5	5	35	11	15	61
298	2	12	3	1	3	2	1	1	1	1	3	1	3	16	3	7	26
299	2	11	3	1	4	2	1	2	2	2	5	2	4	24	6	11	41
300	2	12	3	1	5	3	2	3	5	4	3	5	5	35	12	13	60
301	2	11	3	1	3	1	2	2	3	2	2	1	2	18	7	5	30
302	1	12	3	1	3	2	2	4	4	3	3	4	4	29	11	11	51
303	2	11	3	1	3	1	3	3	4	4	5	5	5	33	11	15	59
304	1	11	3	1	5	5	5	5	5	5	3	4	5	42	15	12	69
305	2	11	3	3	3	5	3	4	3	3	4	4	5	34	10	13	57
306	1	11	3	3	5	3	1	5	3	3	3	5	3	31	11	11	53
307	2	12	3	3	3	1	3	1	3	3	2	2	3	21	7	7	35
308	2	11	3	3	3	4	1	4	4	2	2	3	2	25	10	7	42
309	1	12	3	3	5	4	3	5	1	4	3	1	5	31	10	9	50
310	1	12	3	3	4	3	4	2	2	3	3	5	5	31	7	13	51
311	1	11	3	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	27	9	8	44

312	1	11	3	3	4	1	1	2	3	4	3	3	1	22	9	7	38
313	2	11	3	3	5	3	3	3	4	5	5	2	5	35	12	12	59
314	1	12	3	3	3	1	1	1	1	3	4	3	3	20	5	10	35
315	1	11	3	3	3	3	1	3	3	4	3	1	5	26	10	9	45
316	2	11	3	3	5	3	1	1	2	3	5	1	5	26	6	11	43
317	2	11	3	3	3	1	3	5	3	3	2	2	3	25	11	7	43
318	2	11	3	3	3	4	3	1	1	3	1	1	3	20	5	5	30
319	1	11	3	3	4	3	3	2	3	2	4	3	2	26	7	9	42
320	1	11	3	3	4	3	3	5	4	2	2	4	3	30	11	9	50
321	1	11	3	3	5	3	2	5	3	2	4	3	3	30	10	10	50
322	2	11	3	3	5	1	1	5	2	1	5	1	5	26	8	11	45
323	1	11	3	3	3	2	3	4	5	3	3	4	1	28	12	8	48
324	1	11	3	3	5	5	1	1	1	3	4	4	3	27	5	11	43
325	2	11	3	3	3	2	2	5	3	3	2	3	3	26	11	8	45
326	1	11	3	3	3	3	2	5	3	3	4	3	2	28	11	9	48
327	2	11	3	3	2	1	1	1	3	2	3	4	3	20	6	10	36
328	1	11	3	3	3	3	2	4	4	4	2	4	5	31	12	11	54
329	1	11	3	3	4	3	5	3	2	5	5	3	5	35	10	13	58
330	1	11	3	3	5	2	5	5	3	4	5	4	1	34	12	10	56
331	2	11	3	3	5	1	3	5	3	3	2	5	4	31	11	11	53
332	2	12	3	3	2	1	1	1	2	3	2	1	2	15	6	5	26
333	1	12	3	3	4	2	1	4	5	5	3	3	1	28	14	7	49
334	1	12	3	3	3	1	1	1	5	5	5	5	1	27	11	11	49
335	2	11	3	3	3	1	1	1	1	1	5	1	1	15	3	7	25
336	2	11	3	3	4	2	1	3	2	2	3	5	5	27	7	13	47
337	1	11	3	3	3	1	1	1	1	2	4	1	3	17	4	8	29
338	1	12	3	3	1	1	1	1	3	1	3	3	5	19	5	11	35
339	1	12	3	3	1	1	1	1	1	1	4	1	1	12	3	6	21
340	1	11	3	3	3	2	3	1	1	5	5	1	1	22	7	7	36

	GENERO	EDAD	GRADO	SECCIÓN	CONDUCTA SOCIOCULTURAL									D1 V1	D2 V1	D3 V1	VARIABLE 2
					IDEL DE BELLEZA			PERCEPCIÓN SOCIAL			MODELOS DE COMPORTAMIENTO						
					ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9				
1	1	10	1	3	2	3	2	1	3	3	4	2	3	23	7	9	39
2	1	9	1	3	2	3	4	1	3	5	5	4	5	32	9	14	55
3	2	9	1	3	1	1	2	4	2	2	3	2	4	21	8	9	38
4	2	10	1	3	5	2	2	5	4	5	4	4	5	36	14	13	63
5	2	10	1	3	5	1	1	3	1	1	3	1	1	17	5	5	27
6	2	10	1	3	1	1	1	3	1	2	2	1	5	17	6	8	31
7	1	10	1	3	5	1	1	1	1	5	5	5	1	25	7	11	43
8	2	10	1	3	2	2	2	2	1	1	2	3	5	20	4	10	34
9	2	9	1	3	3	4	1	5	1	3	3	3	5	28	9	11	48
10	2	9	1	3	3	3	4	3	1	2	4	3	3	26	6	10	42
11	2	9	1	3	3	3	3	4	5	1	3	2	1	25	10	6	41
12	1	9	1	3	3	1	1	5	1	5	5	1	2	24	11	8	43
13	2	11	1	3	1	1	1	3	1	3	1	5	3	19	7	9	35
14	1	9	1	3	1	2	4	3	1	3	1	1	3	19	7	5	31
15	2	9	1	3	1	3	3	1	1	1	1	1	5	17	3	7	27
16	1	9	1	3	5	3	3	3	5	5	3	2	5	34	13	10	57
17	2	9	1	3	1	3	1	5	1	5	3	4	5	28	11	12	51
18	2	9	1	3	3	1	1	3	5	3	4	1	3	5	3	8	16
19	1	10	1	3	2	1	3	5	4	3	2	3	5	28	12	10	50
20	2	10	1	3	3	2	4	1	3	5	3	1	3	25	9	7	41
21	2	10	1	3	3	2	4	1	3	4	3	1	3	24	8	7	39
22	1	10	1	3	1	1	3	5	2	2	3	1	3	21	9	7	37
23	1	10	1	3	3	4	3	5	1	3	4	4	2	29	9	10	48

24	1	10	1	3	1	3	1	4	3	4	1	3	2	22	11	6	39
25	1	10	1	3	3	3	4	4	3	2	1	1	3	24	9	5	38
26	2	9	1	3	5	1	3	5	1	2	1	1	5	24	8	7	39
27	2	9	1	3	3	3	4	5	1	3	4	3	3	29	9	10	48
28	1	9	1	3	4	2	3	4	2	3	4	1	5	28	9	10	47
29	1	10	1	3	1	1	1	3	1	2	2	4	2	17	6	8	31
30	1	10	1	3	3	3	3	4	2	4	3	1	5	28	10	9	47
31	1	9	1	4	3	1	1	3	1	3	1	5	5	23	7	11	41
32	1	10	1	4	5	5	5	5	5	1	5	1	5	37	11	11	59
33	2	10	1	4	5	3	1	5	5	5	1	1	1	27	15	3	45
34	2	9	1	4	5	3	5	5	5	1	1	1	5	31	11	7	49
35	2	10	1	4	3	1	1	5	5	2	2	3	5	27	12	10	49
36	2	11	1	4	3	5	5	1	4	5	5	5	3	36	10	13	59
37	2	10	1	4	5	4	5	3	2	1	5	2	5	32	6	12	50
38	1	9	1	4	1	5	1	5	1	5	1	1	5	25	11	7	43
39	1	9	1	4	3	3	1	1	5	3	1	1	3	21	9	5	35
40	1	9	1	4	1	1	1	2	5	2	2	5	1	20	9	8	37
41	2	10	1	4	1	1	1	3	3	4	1	3	4	21	10	8	39
42	1	9	1	4	2	1	2	3	4	3	2	3	5	25	10	10	45
43	1	10	1	4	1	1	1	5	3	1	3	3	4	22	9	10	41
44	1	10	1	4	2	1	1	5	4	3	2	1	1	20	12	4	36
45	1	10	1	4	1	1	1	3	5	5	1	1	3	21	13	5	39
46	2	10	1	4	2	2	1	3	1	5	1	3	1	19	9	5	33
47	2	11	1	4	5	1	1	3	3	1	2	4	3	23	7	9	39
48	1	10	1	4	3	1	1	1	1	3	3	1	5	19	5	9	33
49	1	10	1	4	3	2	3	5	1	1	3	1	4	23	7	8	38
50	2	10	1	4	3	3	3	4	3	3	5	5	5	34	10	15	59
51	2	10	1	4	3	3	3	4	3	3	5	5	5	34	10	15	59
52	2	9	1	4	1	1	1	5	1	3	3	3	2	20	9	8	37

53	1	9	1	4	1	1	1	5	3	2	1	3	4	21	10	8	39
54	2	9	1	4	1	1	1	3	3	1	1	3	5	19	7	9	35
55	1	10	1	4	3	3	1	5	1	3	3	4	1	24	9	8	41
56	2	9	1	4	1	1	1	1	1	1	5	3	3	17	3	11	31
57	2	10	1	4	4	4	1	4	4	2	2	4	2	27	10	8	45
58	1	10	1	4	1	1	1	3	1	1	5	1	5	19	5	11	35
59	1	10	1	4	3	4	2	5	5	4	1	3	4	31	14	8	53
60	1	9	1	4	5	1	1	5	3	5	5	5	5	35	13	15	63
61	2	11	2	1	3	2	4	2	3	3	4	1	2	24	8	7	39
62	2	11	2	1	3	1	4	3	4	3	4	1	2	25	10	7	42
63	2	11	2	1	3	2	1	2	4	5	5	5	4	31	11	14	56
64	2	10	2	1	2	1	5	2	2	1	3	3	5	24	5	11	40
65	2	11	2	1	3	3	1	3	2	2	2	3	4	23	7	9	39
66	2	11	2	1	3	1	1	5	4	3	2	3	4	26	12	9	47
67	1	11	2	1	1	1	3	5	3	2	3	1	4	23	10	8	41
68	1	10	2	1	1	1	1	2	4	3	5	4	5	26	9	14	49
69	2	10	2	1	3	2	3	4	5	4	3	2	3	29	13	8	50
70	1	12	2	1	3	3	3	4	4	3	4	4	5	33	11	13	57
71	2	11	2	1	1	2	1	5	1	2	3	4	5	24	8	12	44
72	1	11	2	1	5	3	3	4	2	5	4	1	3	30	11	8	49
73	1	10	2	1	4	1	1	4	5	3	5	3	5	31	12	13	56
74	1	11	2	1	5	5	5	1	5	1	1	1	5	29	7	7	43
75	1	11	2	1	5	1	1	5	1	5	1	1	5	25	11	7	43
76	1	11	2	1	5	1	1	3	2	5	3	2	5	27	10	10	47
77	1	10	2	1	5	4	4	3	4	1	5	4	4	34	8	13	55
78	1	10	2	1	5	4	5	3	3	3	3	4	3	33	9	10	52
79	1	11	2	1	4	4	4	3	1	5	2	1	3	27	9	6	42
80	1	10	2	1	5	3	3	2	2	1	2	1	2	21	5	5	31
81	1	11	2	1	1	1	1	4	5	4	5	4	5	30	13	14	57

82	1	11	2	1	1	1	1	5	5	5	1	5	5	29	15	11	55
83	2	10	2	1	1	3	2	5	1	3	3	3	5	26	9	11	46
84	2	11	2	1	3	3	2	4	3	5	2	2	5	29	12	9	50
85	1	12	2	1	1	1	1	3	3	2	1	2	3	17	8	6	31
86	2	10	2	1	3	2	1	4	5	5	1	1	4	26	14	6	46
87	2	11	2	1	3	1	1	3	1	3	1	3	3	19	7	7	33
88	1	11	2	1	1	5	3	1	1	2	1	1	5	20	4	7	31
89	1	12	2	1	2	2	2	4	1	5	5	3	2	26	10	10	46
90	2	11	2	1	3	3	3	3	1	2	1	5	2	23	6	8	37
91	2	10	2	1	5	5	4	3	1	5	1	5	5	34	9	11	54
92	2	10	2	1	5	3	3	3	3	3	5	5	5	35	9	15	59
93	2	10	2	1	5	1	2	4	1	2	3	1	2	21	7	6	34
94	2	11	2	1	2	1	1	5	1	5	1	1	5	22	11	7	40
95	2	11	2	1	4	5	3	2	5	4	3	4	3	33	11	10	54
96	2	10	2	1	4	2	3	3	2	3	4	3	5	29	8	12	49
97	2	11	2	1	3	1	3	4	1	2	3	1	2	20	7	6	33
98	2	11	2	2	5	5	5	4	1	2	5	5	5	37	7	15	59
99	1	12	2	2	5	3	1	3	1	1	3	3	5	25	5	11	41
100	2	10	2	2	1	1	1	5	4	3	5	4	1	25	12	10	47
101	2	11	2	2	2	3	2	3	2	3	1	2	3	21	8	6	35
102	2	10	2	2	2	1	1	2	3	2	1	3	3	18	7	7	32
103	2	10	2	2	1	1	1	4	1	2	3	1	4	18	7	8	33
104	1	10	2	2	2	3	2	3	3	2	3	1	4	23	8	8	39
105	2	11	2	2	1	2	3	5	4	5	3	4	5	32	14	12	58
106	2	11	2	2	1	1	1	4	1	4	1	1	4	18	9	6	33
107	2	11	2	2	5	1	1	1	3	3	1	3	5	23	7	9	39
108	1	11	2	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	31	9	11	51
109	2	10	2	2	3	4	3	3	4	4	5	5	4	35	11	14	60
110	2	10	2	2	3	3	3	4	5	1	3	3	2	27	10	8	45

111	1	10	2	2	1	2	1	5	3	5	3	1	3	24	13	7	44
112	2	10	2	2	1	2	1	5	1	3	2	1	2	18	9	5	32
113	2	11	2	2	5	1	2	5	3	4	5	4	4	33	12	13	58
114	2	11	2	2	3	3	3	3	1	1	2	3	5	24	5	10	39
115	2	10	2	2	3	5	1	5	5	1	5	5	5	35	11	15	61
116	1	11	2	2	5	5	5	2	3	3	1	5	5	34	8	11	53
117	2	11	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	27	9	10	46
118	1	11	2	2	5	3	3	4	5	3	1	3	1	28	12	5	45
119	1	12	2	2	2	1	1	2	3	4	1	5	1	20	9	7	36
120	2	10	2	2	1	1	1	3	1	1	3	3	2	16	5	8	29
121	1	11	2	2	2	3	3	2	2	1	1	1	2	17	5	4	26
122	2	11	2	2	3	5	4	2	4	1	1	4	5	29	7	10	46
123	1	11	2	2	3	3	2	4	1	5	5	3	5	31	10	13	54
124	1	11	2	2	3	3	4	2	2	3	4	1	4	26	7	9	42
125	1	10	2	2	1	1	1	1	1	5	5	1	5	21	7	11	39
126	1	11	2	2	1	1	1	3	5	3	5	1	5	25	11	11	47
127	1	10	2	2	4	1	1	3	2	3	5	5	4	28	8	14	50
128	1	12	2	2	1	1	1	5	1	1	5	5	5	25	7	15	47
129	1	10	2	2	3	3	1	3	2	5	2	1	5	25	10	8	43
130	2	10	2	2	3	4	1	3	1	2	3	2	3	22	6	8	36
131	2	10	2	2	3	2	1	3	1	4	1	2	3	20	8	6	34
132	1	10	2	2	2	2	1	3	2	3	2	4	1	20	8	7	35
133	2	11	2	2	4	1	4	3	1	1	5	4	4	27	5	13	45
134	1	11	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	10	3	3	16
135	1	11	2	3	5	4	4	3	4	3	4	1	5	33	10	10	53
136	2	11	2	3	1	1	5	5	1	5	5	5	5	33	11	15	59
137	2	10	2	3	1	1	1	3	3	2	3	4	4	22	8	11	41
138	2	11	2	3	5	3	3	5	1	5	5	5	5	37	11	15	63
139	2	11	2	3	1	2	1	2	1	3	3	2	2	17	6	7	30

140	1	10	2	3	1	1	1	3	2	2	4	4	5	23	7	13	43
141	1	11	2	3	1	1	1	3	3	2	1	1	4	17	8	6	31
142	1	10	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	20	6	6	32
143	2	10	2	3	2	1	2	1	1	1	3	3	3	17	3	9	29
144	1	11	2	3	3	2	2	3	1	2	1	1	1	16	6	3	25
145	2	11	2	3	5	5	4	5	1	3	4	5	2	34	9	11	54
146	1	11	2	3	5	3	3	4	3	4	5	3	5	35	11	13	59
147	2	10	2	3	5	3	4	1	1	3	2	3	5	27	5	10	42
148	2	10	2	3	1	1	1	5	5	1	1	5	5	25	11	11	47
149	1	10	2	3	3	5	2	5	5	2	5	1	5	33	12	11	56
150	2	10	2	3	1	1	1	5	1	1	1	1	5	17	7	7	31
151	2	11	2	3	1	1	1	3	3	3	5	2	5	24	9	12	45
152	2	11	2	3	5	3	4	2	1	2	3	3	3	26	5	9	40
153	1	11	2	3	5	1	3	2	2	5	5	5	5	33	9	15	57
154	1	11	2	3	3	2	3	4	3	4	2	1	4	26	11	7	44
155	1	11	2	3	4	1	5	3	1	4	2	1	4	25	8	7	40
156	2	11	2	3	1	1	2	3	2	3	3	3	5	23	8	11	42
157	1	11	2	3	1	1	1	2	2	3	3	2	4	19	7	9	35
158	2	11	2	3	2	1	2	5	1	3	1	3	5	23	9	9	41
159	1	11	2	3	3	2	1	4	5	3	5	4	3	30	12	12	54
160	1	11	2	3	1	3	1	1	5	3	4	5	1	24	9	10	43
161	2	10	2	3	5	4	1	4	5	3	1	2	2	27	12	5	44
162	1	12	2	3	3	2	4	1	3	1	1	5	5	25	5	11	41
163	1	12	2	3	4	3	2	4	4	3	5	4	4	33	11	13	57
164	2	11	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	27	9	9	45
165	2	11	2	3	3	3	1	5	3	4	2	2	4	27	12	8	47
166	2	11	2	3	1	1	1	4	2	2	1	1	5	18	8	7	33
167	2	12	3	2	5	5	2	3	4	2	5	3	3	32	9	11	52
168	2	13	3	2	1	3	1	5	3	1	3	1	3	21	9	7	37

169	2	11	3	2	3	3	1	2	2	1	2	1	3	18	5	6	29
170	1	10	3	2	3	2	1	3	2	4	3	4	5	27	9	12	48
171	2	11	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	4	25	9	8	42
172	2	12	3	2	1	1	1	2	3	3	3	4	5	23	8	12	43
173	1	11	3	2	2	2	2	5	3	3	4	1	3	25	11	8	44
174	2	12	3	2	2	3	1	3	4	2	2	3	4	24	9	9	42
175	2	11	3	2	1	1	1	3	2	1	1	3	5	18	6	9	33
176	2	12	3	2	2	1	3	1	3	2	1	1	1	15	6	3	24
177	1	11	3	2	1	2	1	3	2	3	5	3	4	24	8	12	44
178	1	11	3	2	1	1	2	3	3	3	2	3	4	22	9	9	40
179	3	11	3	2	5	3	1	1	1	2	1	1	2	17	4	4	25
180	2	12	3	2	5	3	1	4	1	3	2	1	5	25	8	8	41
181	2	12	3	2	1	1	1	3	1	3	1	1	3	15	7	5	27
182	2	11	3	2	3	2	2	4	3	2	2	3	3	24	9	8	41
183	2	12	3	2	3	3	2	3	5	5	3	3	5	32	13	11	56
184	1	12	3	2	1	2	1	1	5	4	2	5	5	26	10	12	48
185	1	12	3	2	4	2	4	4	4	4	1	4	4	31	12	9	52
186	1	11	3	2	4	2	3	4	5	2	1	1	5	27	11	7	45
187	1	12	3	2	3	3	2	3	4	2	1	1	1	20	9	3	32
188	1	12	3	2	1	3	3	5	2	3	3	4	3	27	10	10	47
189	2	12	3	2	3	3	3	3	2	2	1	3	4	24	7	8	39
190	1	12	3	2	3	3	4	5	5	3	1	3	5	32	13	9	54
191	1	12	3	2	3	2	5	3	4	3	1	1	4	26	10	6	42
192	1	12	3	2	4	2	2	4	4	2	1	1	4	24	10	6	40
193	2	11	3	2	3	2	1	3	2	2	2	3	2	20	7	7	34
194	1	11	3	2	1	1	1	3	3	1	1	1	3	15	7	5	27
195	1	12	3	2	3	2	2	4	3	3	3	4	5	29	10	12	51
196	2	12	3	2	1	1	1	3	3	4	1	1	5	20	10	7	37
197	2	12	3	2	1	1	1	4	1	1	1	1	2	13	6	4	23

198	2	12	3	2	1	1	1	4	4	2	3	2	4	22	10	9	41
199	1	11	3	2	5	1	1	1	1	1	1	1	1	13	3	3	19
200	1	13	3	2	2	2	4	4	5	4	5	5	5	36	13	15	64
201	1	12	3	2	3	1	1	5	3	3	2	2	4	24	11	8	43
202	2	12	3	2	3	2	1	3	3	2	2	3	2	21	8	7	36
203	2	12	3	2	3	3	4	3	5	4	2	2	4	30	12	8	50
204	2	12	3	3	2	3	3	3	5	3	3	1	3	26	11	7	44
205	2	14	3	3	3	1	1	3	1	3	1	3	1	17	7	5	29
206	2	12	3	3	2	2	1	3	3	3	2	1	5	22	9	8	39
207	2	12	3	3	2	2	2	4	3	2	4	4	3	26	9	11	46
208	2	11	3	3	2	1	3	3	1	4	2	4	5	25	8	11	44
209	1	11	3	3	1	1	1	1	3	3	1	3	5	19	7	9	35
210	2	11	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	29	10	9	48
211	1	12	3	3	1	1	1	2	1	3	1	1	5	16	6	7	29
212	1	12	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	22	8	7	37
213	2	12	3	3	3	1	3	4	3	3	2	5	1	25	10	8	43
214	2	12	3	3	3	1	3	4	3	3	2	5	3	27	10	10	47
215	2	11	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4	14	5	6	25
216	1	14	3	3	4	3	2	3	3	5	3	3	4	30	11	10	51
217	1	12	3	3	1	1	1	1	2	3	2	3	5	19	6	10	35
218	1	11	3	3	2	1	1	3	3	3	2	1	3	19	9	6	34
219	1	11	3	3	3	5	1	1	3	3	3	1	3	23	7	7	37
220	2	11	3	3	3	1	1	3	3	2	2	1	1	17	8	4	29
221	2	11	3	3	1	1	1	5	3	1	1	3	4	20	9	8	37
222	2	12	3	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	13	3	3	19
223	1	12	3	3	1	2	1	2	1	2	1	2	3	15	5	6	26
224	1	12	3	3	3	2	2	4	3	4	3	5	4	30	11	12	53
225	1	11	3	3	3	4	4	3	4	3	1	4	3	29	10	8	47
226	2	11	3	3	1	1	1	2	3	3	3	1	4	19	8	8	35

227	2	12	3	3	2	1	1	1	2	3	3	1	2	16	6	6	28
228	1	13	3	3	5	3	2	3	3	3	1	1	5	26	9	7	42
229	1	12	3	3	2	1	1	3	1	1	2	1	1	13	5	4	22
230	2	12	3	3	1	1	1	3	3	3	1	1	5	19	9	7	35
231	1	12	3	3	4	2	1	5	2	1	1	3	2	21	8	6	35
232	2	11	3	3	3	1	1	3	1	5	1	1	2	18	9	4	31
233	1	12	3	3	5	4	5	4	2	3	3	2	5	33	9	10	52
234	2	12	3	3	1	1	1	3	3	2	3	4	2	20	8	9	37
235	1	12	3	3	2	2	2	1	2	3	1	1	3	17	6	5	28
236	1	11	3	3	1	1	1	4	3	3	1	1	1	16	10	3	29
237	1	12	3	3	1	1	1	4	2	2	4	1	3	19	8	8	35
238	1	12	3	3	3	5	1	3	1	5	5	4	5	32	9	14	55
239	1	12	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	3	3	15
240	2	11	3	4	3	1	3	1	1	1	3	1	3	17	3	7	27
241	2	14	3	4	1	1	1	3	2	3	4	3	1	19	8	8	35
242	1	12	3	4	3	1	3	2	3	3	3	3	4	25	8	10	43
243	2	12	3	4	1	1	1	3	3	1	1	3	3	17	7	7	31
244	2	11	3	4	1	1	1	3	1	3	1	3	3	17	7	7	31
245	2	12	3	4	1	1	1	1	1	3	3	5	5	21	5	13	39
246	1	12	3	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	11	3	5	19
247	1	12	3	4	1	1	5	5	1	5	1	1	5	25	11	7	43
248	1	12	3	4	1	1	2	3	3	2	1	1	3	17	8	5	30
249	1	14	3	4	3	3	1	2	3	3	3	5	5	28	8	13	49
250	1	11	3	4	1	1	1	1	1	3	1	5	5	19	5	11	35
251	2	11	3	4	3	2	2	5	4	3	3	3	3	28	12	9	49
252	1	11	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	11	3	3	17
253	1	11	3	4	4	2	3	3	2	4	1	1	2	22	9	4	35
254	1	11	3	4	5	4	5	1	5	3	4	5	3	35	9	12	56
255	1	12	3	4	3	3	3	4	2	3	4	5	5	32	9	14	55

256	1	11	3	4	3	2	4	4	1	1	3	3	5	26	6	11	43
257	1	13	3	4	3	3	4	4	4	3	2	3	5	31	11	10	52
258	2	12	3	4	3	3	2	3	2	3	2	1	3	22	8	6	36
259	1	11	3	4	1	1	3	4	2	4	1	1	1	18	10	3	31
260	2	12	3	4	2	2	1	3	2	3	4	4	3	24	8	11	43
261	1	14	3	4	1	3	3	4	1	3	1	1	1	18	8	3	29
262	1	11	3	4	1	1	1	3	2	1	1	1	1	12	6	3	21
263	2	12	3	4	3	3	4	3	2	2	2	4	3	26	7	9	42
264	2	11	3	4	3	2	2	1	1	2	2	3	1	17	4	6	27
265	2	11	3	4	1	1	1	3	1	1	1	1	3	13	5	5	23
266	2	12	3	4	1	3	3	4	5	3	4	5	4	32	12	13	57
267	1	11	3	4	1	1	1	5	3	2	1	1	3	18	10	5	33
268	2	12	3	4	1	1	1	3	2	3	4	3	3	21	8	10	39
269	2	11	3	4	3	4	1	3	1	2	1	3	5	23	6	9	38
270	2	11	3	4	1	1	4	1	4	4	1	4	3	23	9	8	40
271	1	12	3	4	1	1	1	3	2	3	4	5	5	25	8	14	47
272	2	12	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	5	31	11	10	52
273	2	12	3	4	5	3	3	5	3	1	1	1	5	27	9	7	43
274	2	11	3	4	1	1	1	1	1	3	3	1	5	17	5	9	31
275	2	12	3	4	1	1	5	5	1	5	1	1	5	25	11	7	43
276	2	12	3	1	3	2	3	5	2	3	1	1	3	23	10	5	38
277	2	12	3	1	3	2	3	3	3	2	4	4	5	29	8	13	50
278	2	11	3	1	4	2	3	3	3	3	2	1	5	26	9	8	43
279	2	11	3	1	5	1	1	3	1	4	1	3	5	24	8	9	41
280	1	12	3	1	5	3	3	5	1	5	3	5	5	35	11	13	59
281	2	11	3	1	5	1	1	5	5	1	5	5	5	33	11	15	59
282	2	11	3	1	3	4	3	3	4	3	4	3	4	31	10	11	52
283	1	13	3	1	3	4	3	3	3	4	3	5	4	32	10	12	54
284	2	11	3	1	2	2	2	3	1	3	2	4	3	22	7	9	38

285	1	12	3	1	3	3	3	4	1	4	1	1	4	24	9	6	39
286	2	12	3	1	3	3	3	5	1	1	1	3	3	23	7	7	37
287	1	11	3	1	3	2	1	5	4	3	4	3	2	27	12	9	48
288	1	12	3	1	1	1	1	4	5	4	1	2	5	24	13	8	45
289	2	12	3	1	5	5	4	5	3	3	1	3	5	34	11	9	54
290	1	11	3	1	3	3	3	4	4	4	2	3	4	30	12	9	51
291	2	11	3	1	1	1	1	2	3	2	3	2	4	19	7	9	35
292	2	11	3	1	1	1	1	3	3	4	1	2	5	21	10	8	39
293	2	11	3	1	3	2	3	3	3	3	4	3	4	28	9	11	48
294	2	11	3	1	3	2	1	4	1	3	4	2	3	23	8	9	40
295	2	12	3	1	3	3	5	1	3	3	1	3	5	27	7	9	43
296	1	12	3	1	1	1	2	3	4	3	2	3	3	22	10	8	40
297	1	12	3	1	1	5	5	1	1	1	1	5	5	25	3	11	39
298	2	12	3	1	1	1	1	3	3	1	3	4	3	20	7	10	37
299	2	11	3	1	2	1	1	2	2	3	3	3	4	21	7	10	38
300	2	12	3	1	1	1	1	3	1	3	3	5	5	23	7	13	43
301	2	11	3	1	3	3	4	4	4	3	2	1	5	29	11	8	48
302	1	12	3	1	3	2	3	4	3	2	4	3	3	27	9	10	46
303	2	11	3	1	4	1	1	3	3	4	3	2	4	25	10	9	44
304	1	11	3	1	1	5	2	4	5	4	5	3	1	30	13	9	52
305	2	11	3	3	3	3	4	3	5	1	5	3	1	28	9	9	46
306	1	11	3	3	1	1	3	5	1	1	1	1	5	19	7	7	33
307	2	12	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	5	21	7	7	35
308	2	11	3	3	1	1	1	2	1	2	1	1	3	25	10	7	42
309	1	12	3	3	5	1	1	5	1	5	1	3	1	31	10	9	50
310	1	12	3	3	3	1	2	3	4	3	4	4	5	31	7	13	51
311	1	11	3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	3	27	9	8	44
312	1	11	3	3	3	1	4	3	2	4	3	1	5	26	9	9	44
313	2	11	3	3	1	1	3	3	3	5	3	2	3	24	11	8	43

314	1	12	3	3	3	3	3	4	4	3	5	3	4	32	11	12	55
315	1	11	3	3	1	1	1	3	3	3	1	3	5	21	9	9	39
316	2	11	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	5	19	5	9	33
317	2	11	3	3	3	2	2	3	1	2	4	1	5	23	6	10	39
318	2	11	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	3	39	15	11	65
319	1	11	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	22	6	8	36
320	1	11	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	28	10	9	47
321	1	11	3	3	1	1	1	3	2	1	2	1	3	15	6	6	27
322	2	11	3	3	5	1	1	1	1	1	5	5	5	25	3	15	43
323	1	11	3	3	1	2	3	4	3	2	4	2	5	26	9	11	46
324	1	11	3	3	1	1	1	5	4	3	3	1	2	21	12	6	39
325	2	11	3	3	1	1	3	3	3	3	4	3	4	25	9	11	45
326	1	11	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	29	11	10	50
327	2	11	3	3	1	1	1	4	2	2	3	1	4	19	8	8	35
328	1	11	3	3	3	1	1	2	3	4	5	3	4	26	9	12	47
329	1	11	3	3	3	3	4	5	4	3	4	3	5	34	12	12	58
330	1	11	3	3	1	2	1	4	1	4	1	1	1	16	9	3	28
331	2	11	3	3	1	3	1	4	5	5	5	1	4	29	14	10	53
332	2	12	3	3	3	1	2	3	1	3	3	1	5	22	7	9	38
333	1	12	3	3	3	3	1	5	2	2	3	5	5	29	9	13	51
334	1	12	3	3	1	1	1	1	5	1	5	1	5	21	7	11	39
335	2	11	3	3	1	1	1	1	5	5	1	1	3	19	11	5	35
336	2	11	3	3	1	1	1	3	3	3	5	4	5	26	9	14	49
337	1	11	3	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	13	5	3	21
338	1	12	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	11	3	5	19
339	1	12	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	11	5	3	19
340	1	11	3	3	1	1	1	5	2	1	1	3	5	20	8	9	37

Anexo 5: Consentimiento de la institución



I.E. FE Y ALEGRÍA N° 29
Religiosas Mercedarias Misioneras

CONSTANCIA

LA DIRECTORA DE LA INSTITUCION EDUCATIVA FE Y ALEGRIA No 29 DE VENTANILLA ALTA

HACE CONSTAR QUE:

Que autorizó a la estudiante de la Universidad César Vallejo, **Naiara Maite Gonzales Ballon**, pueda realizar una encuesta anónima a los alumnos de 4to, 5to y 6to grado de primaria de la institución que presido, con la finalidad de aplicar su instrumento de investigación para el desarrollo de su tesis "Reality Show Nacionales y Conducta Sociocultural de escolares de primaria de los colegios Fe y Alegría del Callao – 2019".

Callao, 26 de septiembre de 2019

Atentamente,


Martha D. Ramos Pérez
Lic. Martha D. Ramos Pérez
DIRECTORA

Av. Principal S/N Ventanilla Alta - Callao

feyalegriveintinueve 
939296612 
244-5650 
fya29s@hotmail.com 

Anexo 6: Fotos de evidencia

