



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN**

**TESIS**

**LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN Y EL RENDIMIENTO  
ESCOLAR EN LOS NIÑOS DE LA CLASE MEDIA EN LA  
CIUDAD DE PUNO-2016**

**PRESENTADO POR:**

**QUISPE GUEVARA GLADYS**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN:**

**EDUCACIÓN INICIAL**

**PUNO – PERÚ**

**2016**

## **Dedicatoria**

A mi pequeña hija por ser el motivo y razón de superación y desarrollo profesional, por ser motivo de sonreír en medio de las dificultades.

## **Agradecimiento**

A Dios por su bondad y misericordia, porque es quien me brinda sabiduría y fortaleza.

A los seres que día a día me animan a seguir adelante y su apoyo moral.

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como **propósito**, Mostrar la influencia que ejerce la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar de los niños de 5 a 6 años de edad, de clase media de Puno. La **hipótesis** siguiente; La incomunicación familiar lleva al niño a consumir la televisión durante muchas horas, influyendo en su comportamiento y bajo rendimiento escolar. **El método** de investigación que se asumió, como tipo de investigación es el experimental con su diseño Cuasi – Experimental; la **muestra** de estudio lo constituyen 219 niños de los grados de estudio 1, 2, 3 y 4. En una edad promedio de 5 a 6 años de edad. Para dicho propósito se ha utilizado como técnica de recolección de la encuesta y el instrumento es el cuestionario.

Se concluye: Que se establezca como política educativa una directiva orientada a establecer un **Programa de Educación Familiar** destinado a orientar a los padres de familia sobre el consumo de la televisión por los niños y fortalecer aspectos críticos sobre los contenidos de los programas y sus efectos en los mismos. Que es los Programas Extracurriculares de los colegios se incluya actividades sobre Análisis de Mensajes de los programas de televisión que se emiten (en el Plano del Contenido qué programas ver y cuándo y con quién ver la televisión). A cargo de profesionales competentes sobre Lenguaje de los Medios y el Desarrollo de contenidos, sobre todo la lectura de los contenidos subliminales.

**Palabras Claves:** Televisión, comportamiento, rendimiento, escolar, clase media

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to show the influence of television on the behavior and school performance of children from 5 to 6 years of age, middle class in Puno. The following hypothesis; The lack of family communication leads the child to consume television for many hours, influencing their behavior and poor school performance. The research method that was assumed, as a type of research, is the experimental one with its Quasi - Experimental design; The study sample consists of 219 children from study levels 1, 2, 3 and 4. At an average age of 5 to 6 years of age. For this purpose it has been used as a technique for collecting the survey and the instrument is the questionnaire.

It is concluded: That an educational policy be established to establish a Family Education Program aimed at guiding parents about the consumption of television by children and strengthening critical aspects about the contents of the programs and their effects on the same. What is the Extracurricular Programs of the schools include activities on Message Analysis of the television programs that are broadcast (in the Content Plan what programs to see and when and with whom to watch television). In charge of competent professionals on Media Language and Content Development, especially the reading of subliminal contents.

Key Words: Television, behavior, performance, school, middle class

## ÍNDICE

CARATULA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE .....	vi
INTRODUCCIÓN.....	ix

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA .....	10
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.2.1 Delimitación social .....	16
1.2.2. Delimitación temporal .....	16
1.2.3. Delimitación espacial .....	16
1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.3.1. Problema General .....	16
1.3.2. Problemas Específicos .....	18
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.4.1 Objetivo General.....	19
1.4.2 Objetivos Específicos .....	20
1.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.5.1 Hipótesis General.....	20
1.5.2 Hipótesis Específicas .....	20
1.5.3 Identificación y Clasificación de Variables e Indicadores .....	21
1.6 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	33
1.6.1 Tipo de Investigación.....	33
1.6.2 Nivel de Investigación.....	33
1.6.3 Método de investigación .....	34
1.6.4. Diseño de la investigación .....	vi

1.7. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN .....	34
1.7.1 Población .....	34
1.7.2 Muestra .....	35
1.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS .....	36
1.8.1 Técnicas .....	36
1.8.2. Instrumentos.....	36
1.9 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	37
1.9.1. Justificación de la Investigación.....	37

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	23
2.1.1. Estudios previos .....	23
2.2 BASES TEÓRICAS.....	26
2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	

## **CAPÍTULO III**

### **PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

3.1. TABLAS Y GRAFICAS ESTADÍSTICAS .....	56
3.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS .....	115
CONCLUSIONES.....	119
RECOMENDACIONES .....	120
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	121
ANEXOS	

## INTRODUCCIÓN

Cuando los niños tararean las canciones de moda, cuando los niños buscan las galletas que la publicidad ofrece y las comen en la calle, invitándola a sus amigos, cuando llevan puesto el polo con la inscripción conocida o usa el color verde que la televisión introdujo, ya no están en ningún caso frente al aparato de televisión o radio, están mirándose a la cara unos a otros, se están comunicando más allá del medio electrónico. La programación de dibujos animados que tiene mayor aceptación, como Pokemon, Digimon se transmite en doble horario diariamente, de media hora cada uno. Estos dibujos son transmitidos en horario vespertino. Otros tipos de programas que gustan a la audiencia infantil son de otro estilo como “La paisana Jacinta”, “Los cómicos ambulantes”, “Los gladiadores”, “El chavo del ocho”, “Pataclaun”, etc. La programación del fin de semana (sábado y domingo) se transmite en horario diurno. Los niños al ver sus programas favoritos, desarrollan un mundo de imaginación y fantasía, se identifican con su personaje predilecto y asumen un lenguaje característico de estos programas.

Para el desarrollo de aplicación y ejecución del presente trabajo de investigación, el informe está estructurado en tres capítulos, como sigue:

**Capítulo I: Planteamiento del Problema;** se ubica la descripción del problema; se plantea la teoría, exigencia para todos los que tenemos la responsabilidad de diseñar y conducir un determinado proceso educativo. Sobre todo si se trata de enriquecer la experiencia del educando. Delimitación de la investigación, problema de investigación, objetivo de investigación, hipótesis de la investigación, identificación y clasificación de variables; metodología de la investigación; tipo y nivel de investigación, método y diseño de la investigación, población y muestra técnicas e instrumentos para la recolección de datos y justificación importancia y limitaciones de investigación.

**Capítulo II: Marco Teórico;** como primera instancia se presentan algunos antecedentes que guardan relación y orienta el trabajo de investigación; en el sustento teórico, se presentan algunas teorías básicas de los diferentes

autores involucrados en el quehacer educativo, principalmente en lo referente a la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar, para su uso teórico, organizativo y práctico que se deben de tener presente en la labor del docente; se considera la definición conceptual.

**Capítulo III: Presentación, análisis e interpretación de resultados;** se considera el cuadros que contiene las variables en estudio con sus respectivas dimensiones, tabla de frecuencia y gráficos estadísticos para realizar la interpretación de los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación y probar la hipótesis que se plantea, para llegar a las conclusiones y recomendaciones. Referencias Bibliográficas; se considera una relación de textos en orden alfabético de los autores en consulta del presente trabajo de investigación sobre las variables en estudio. Los anexos forman parte integrante de la investigación, en lo que se procesa según los resultados o reportes logrados según los objetivos propuestos.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA**

En el presente capítulo damos a conocer el problema y la significatividad de la investigación que es motivo de nuestro estudio. Para que el mismo tenga la eficiencia necesaria, se ha delimitado el tema y posteriormente se plantean los objetivos e hipótesis

En el presente capítulo damos a conocer el problema y la significatividad de la investigación que es motivo de nuestro estudio. Para que el mismo tenga la eficiencia necesaria, se ha delimitado el tema y posteriormente se plantean los objetivos e hipótesis.

Los niños de clase media se encuentran desprotegidos porque la mayoría de los padres (mamá y papá) salen a trabajar y por lo general se encuentran solos y únicamente en compañía de la televisión.

Actualmente resulta fácil detectar una sensibilización de la sociedad acerca de la influencia, real o supuesta, de la televisión sobre los comportamientos y actitudes de los ciudadanos, y de manera especial en relación con los más jóvenes. Aspectos como la violencia en la televisión, su capacidad de influencia sobre hábitos, la creación de actitudes, el papel de este medio en el ámbito familiar, en el rendimiento escolar, etc.; forman parte de esa dinámica

condicionante que genera la televisión. La oferta audiovisual tiene una evidente influencia “competitiva” en los esquemas y modelos de programación que apoyan la elaboración de los programas televisivos, cuyo eje principal gira en torno al objetivo de la captación mayoritaria de la audiencia, controlada mediante los “rating” o porcentajes del público que ve los programas. La televisión se ha convertido en un instrumento privilegiado de penetración cultural, de socialización, de formación de conciencias, de transmisión de ideologías y valores. Por eso, sorprende que la institución escolar no solo se haya dejado arrebatarse la hegemonía de la educación, sino que asista impasible al proceso de penetración de la cultura audiovisual, sin ofrecer siquiera a las nuevas generaciones pautas de interpretación y análisis crítico.

De acuerdo a lo señalado por Brown “Lo que un niño percibe de una historia en particular, refleja la forma en que ella le es transmitida... Cada medio de comunicación activa en los niños un proceso mental de diversa índole... La televisión y el cine plantean a los niños la necesidad de integrar el sonido y la imagen. Cada vez que un niño asimila una historia, está poniendo en práctica los procesos mentales requeridos para extraer el significado de aquello que un medio particular le brinda...”

La “construcción de la realidad” en el niño es un proceso de negociación que se desarrolla con el tiempo bajo ciertas condiciones sociales y afectivas. La televisión es un factor con una contribución a ese proceso que puede ser, o bien potenciada, o bien contrarrestada por otros factores de socialización, como la familia o las instituciones educativas. Se considera a la televisión como un elemento de incidencia en el proceso formativo de los niños y niñas, y por lo tanto deben intentar controlar el “peso” de la televisión dentro del modelo formativo que se quiere apoyar.

La adicción a la televisión incrementa el aislamiento ya que a estos niños se les ve ensimismados frente al televisor, sin ganas de conversar con nadie, muchas

veces con un tremendo aburrimiento, cuya causa no suelen encontrar ellos mismos.

Podemos indicar que los aprendizajes de las dimensiones afectivas y cognitivas se producen de manera vinculada, y en todo caso equiparable. Las actitudes, las formas de pensar, los conceptos afectivos, motivadores, etc.; van ligados a los contenidos que se aprenden. En este sentido, juegan un papel importante los procesos de identificación en determinadas situaciones de socialización o un aspecto tan aludido en los últimos tiempos de forma generalizada, como es la presencia de la violencia física y psicológica en la televisión y que son aspectos vividos por el pequeño telespectador bajo la dialéctica realidad-ficción.

La familia y la escuela son dos ámbitos de socialización, éstos modifican, aceptan, filtran o rechazan los modelos de conducta explícitos e implícitos transmitidos por la televisión, como dice Ampuero: “A lo largo de la vida de las personas son diversos los agente que van mediando para su aprendizaje social, entre ellos, la escuela, el barrio, la familia, el club, la iglesia, etc. Aprendizajes que se van construyendo desde los espacios y tiempos que el sujeto interrelaciona. Y situaciones que van a ir definiendo sus modos de ver, pensar, sentir, vivir el mundo... la vida cotidiana se convierte en una fuente riquísima de aprendizaje y constante referencia para la vida de las personas. Parte importante de la cotidianidad de los sujetos sociales la constituyen los medios de comunicación masiva, que lo acompañan durante toda la vida... los medios van a dialogar con la subjetividad de las personas, van a entrar a su mundo para interpretarlo, comprometiendo sus emociones, sensaciones y sentimientos... Les son inútiles, más aún cuando no se tiene acceso a otros beneficios educativos porque son inalcanzables o porque son tan complejos que no se comprenden...”

La apreciación de Javier Ampuero, nos permite inferir que se abre un campo de estudio que nos puede permitir conocer la incidencia de los medios no de manera aislada o como consecuencia final de un proceso, sino contemplando su papel activo en situaciones no terminadas, donde se tiene en cuenta la

historia sociocultural del grupo que hace uso de ellos. En este marco, el objeto de estudio queda constituido por los fenómenos de mediación educativa apoyados en instrumentos como el cine, la televisión, el video o la computadora, utilizados en contextos específicos donde se producen procesos de aprendizaje social.

En forma práctica el público infantil sintoniza la televisión accediendo a un conjunto de contenidos, donde la pantalla se constituye en una “ventana” del mundo real e irreal. Haciendo eco a la cultura audiovisual que propone en sí una forma de conocimientos e información fundamental para la asimilación y reproducción de patrones socio-culturales, ideológicos y conductuales. De allí que el problema motivo de la investigación en curso, asume que en el niño la fantasía tiende a proyectarse a través de la imitación y representación de personajes de los programas de la televisión, condicionando no solo sus conductas, actitudes, valores, estados, sino también el rendimiento escolar.

La presente investigación nos parece significativa puesto que la teoría adquirida nos ha llevado a un conocimiento más profundo de lo que es la televisión en cuanto a la conducta y rendimiento escolar de los niños que oscilan entre las edades de 5 a 6 años de edad; ya que la televisión como medio de comunicación masiva muchas veces reemplaza el rol de la formación de la familia y la escuela.

En ese criterio es que en forma práctica se hará una encuesta dirigida a los niños y niñas de 5 a 6 años de edad para establecer sus gustos, preferencias, horarios de programación, permitirá conocer aspectos de la programación televisiva y la influencia que ésta ejerce en los niños; identificación de los personajes y la compañía de con quien ve la televisión el niño.

Como una primera parte del trabajo esta se inició con las encuestas, en el periodo del año 2000, en el Centro Educativo Particular “Claretiano”, ubicado en Maranga – San Miguel. En un segundo momento entre los años 2000 al 2004 se procesó la información desde un punto cuantitativo y explicativo. A la par se

realizaba la encuesta correspondiente a los padres de familia, relacionando todos los aspectos los datos obtenidos con los referentes teóricos. Y del mismo modo los aspectos metodológicos correspondientes a la investigación científica propiamente dicha.

## **1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. Delimitación Espacial**

El presente estudio se delimita respecto a clase media de Puno

### **1.2.2. Delimitación temporal**

El estudio se realizó en el año 2016, entre los meses de mayo a junio.

### **1.2.3. Delimitación social**

La población de estudio estuvo constituida por los niños de 5 a 6 años de edad, de clase media de Puno

### **1.2.4. Delimitación conceptual**

Las teorías se centran solo en dos variables; la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar.

## **1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cuál es la influencia que ejerce la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar de los niños de 5 a 6 años de edad, de clase media de Puno?

### **1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿Cuál es la relación existente entre el bajo rendimiento escolar y las horas de televisión que ven los niños?
- ¿Qué falta de comunicación lleva al niño a refugiarse en la televisión?
- ¿Cuáles son los modelos que presenta la televisión que pueden causar problemas distorsionando los valores morales?
- ¿cuál es la influencia de los personajes televisivos en los niños?

## **1.4. OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Mostrar la influencia que ejerce la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar de los niños de 5 a 6 años de edad, de clase media de Puno.

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Determinar la relación existente entre el bajo rendimiento escolar y las horas de televisión que ven los niños.
- Determinar que la falta de comunicación lleva al niño a refugiarse en la televisión
- Determinar si los modelos que presenta la televisión pueden causar problemas distorsionando los valores morales
- Mostrar la influencia de los personajes televisivos en los niños,

## **1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. HIPÓTESIS GENERAL**

La incomunicación familiar lleva al niño a consumir la televisión durante muchas horas, influyendo en su comportamiento y bajo rendimiento escolar.

### **1.5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS**

- La relación existente entre el bajo rendimiento escolar y las horas de televisión que ven los niños, es altamente significativo.
- La falta de comunicación lleva al niño a refugiarse en la televisión.
- Los modelos que presenta la televisión causan problemas distorsionando los valores morales en el niño.
- La influencia de los personajes televisivos en los niños causan reales problemas sociales.

### **1.5.3. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES**

**Variable independiente**

Compuesta por la influencia de la televisión en los niños de 5 a 6 años.

Variables dependientes

Intervienen el rendimiento escolar, los valores, consumo de TV, socialización, conducta.

### **Variables intervinientes**

Está compuesta por sexo, edad, nivel socioeconómico (medio) del Colegio Claretiano.

## **1.6.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

**El tipo de investigación** es el descriptivo no experimental.

**El nivel de la investigación** es correlacional, dado que los estudios correlacionales asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. Además, tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Por lo tanto tratan de asociar la relación actual del fenómeno, tal como son los niños, el medio televisivo y su programación.

### **1.6.2 METODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION.**

#### **1.6.2.1 METODO DE LA INVESTIGACION**

El método de investigación es el cuantitativo debido a que llevará números estadísticos y diseños estadísticos numerales.

#### **1.6.2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

El diseño empleado corresponde a los no experimentales. Es decir estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en la que sólo se observarán los fenómenos en su ambiente natural para posteriormente analizarlos.

### **1.6.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.6.3.1. POBLACION**

El marco poblacional está constituido por 219 niños de educación primaria de la Institución educativa.

#### **1.6.3.2. Muestra.**

Considerada como el subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y que por lo tanto debe ser representativa de esta. Se ha tomado como muestra representativa a 219 niños de los grados de estudio 1, 2, 3 y 4. En una edad promedio de 5 a 6 años de edad. Complementario a ello se encuestó a 194 padres de familia de niños entre 5 y 12 años de edad.

### **1.6.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.**

**1.6.4.1 LA TÉCNICA.-** En el presente trabajo se usó la técnica de la encuesta como procedimiento adecuado para la recolección de datos.

Del mismo modo la técnica estadística para procesar la información requerida y constatar la hipótesis planteada.

**.1.6.4.2. INSTRUMENTO** Se elaboraron dos cuestionarios: Uno para padres de familia y otro cuestionario para los niños. Lo que permitió recolectar datos cuantitativos de nuestras variables. Validez

Entiendo por la misma como el grado que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir. La validez del instrumento se determinó teniendo en consideración el marco teórico, desglosándose en indicadores e ítems  
Confiabilidad

Es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. El criterio de confiabilidad del instrumento que se determina en la presente investigación es el coeficiente de Alfa de Cronbach.

### **1.6.5. JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

Los niños de edad escolar aportan datos relevantes para analizar posibles causas que tengan relación con el bajo rendimiento escolar.

Son muchos los factores que originan que el niño o la niña pasen horas delante de una pantalla de televisión como por ejemplo: falta de cariño, abandono moral y físico, situación económica, gozar de una niñera en horario completo, entre otros. Todo esto puede traer consecuencias considerables: falta de responsabilidad, pérdida de entusiasmo e interés en el colegio, etc.

Así estaremos formando o deformando a los futuros hombres que llevarán las riendas del país, los cuales serán individuos sin personalidad, sin iniciativa, faltos de deseos de superación y que no vivan su propia realidad afrontándola con entereza y valentía. Un medio de comunicación masivo, en este caso la televisión, cumple un rol muy importante en la sociedad por ser un medio muy influyente en la conducta de los individuos, además de cumplir un interesante rol en el proceso de socialización.

Se debe buscar y anhelar el bienestar del usuario, en este caso, los niños. Y no el bienestar económico que se puede obtener por determinada programación, muchas veces deficiente, sin ética, donde los valores son puestos en segundo plano o simplemente no figuran.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN**

Alfaro, Rosa María y Macassi, Sandro: Seducidos por la tele

En la página 67, Fascinación y dominio de la tele: mirar, mirarse, ser mirado, al respecto se señala lo siguiente:

La tele ha podido desplazar a otros medios como los comics o chistes y la radio en el ambiente de los niños. Los niños son los espectadores: **“... ellos y ellas se encuentran en una posición expectante y concentrada frente a imágenes audiovisuales que le dan versiones sobre una realidad suficientemente valorada por ellos mismos como digna de ser mirada.”**

El niño tiene un gran interés por la televisión y no solo eso, sino también adquiere satisfacciones en el campo del disfrute o el goce (reír, ternura, curiosidad, suspenso), es entonces cuando el niño se va conformando como un futuro adulto buscador permanentemente de lo que siente y observa en la tele. Esto puede ser como un “escape” a los problemas económicos, sociales, violencia o tensión familiar.

Los niños saben muy bien el horario y los canales que ven; ellos consumen diversos programas: infantiles, telenovelas (algunos si no tienen una debida supervisión ven los noticieros o programas para adultos).

Diario El Comercio, Secciones: Niños, Espectáculos, Juventud. Puno marzo 1998.

El diario en mención trata: **La televisión por mal camino:** “Psicólogos aseguran que en la televisión peruana no existen programas infantiles que contribuyan a la creatividad y la fantasía de los niños”.

Según la opinión de especialistas, los programas infantiles deben educar y desarrollar habilidades y eso es lo que le falta a la mayoría de programas infantiles transmitidos a nivel nacional. La televisión influye en los valores y comportamiento de los niños. Depende mucho de los padres, de cómo sepan canalizar y supervisar las horas y programas que pasa frente al televisor el menor. Si el menor pasa entre seis y ocho horas frente al televisor, eso puede originar que inhiba poco a poco su capacidad de pensamiento y capacidad creativa. Lo que influye en los programas para con el niño, si no está bien manejado su uso, puede ser utilizado en su lenguaje cotidiano en gestos, imitación de la violencia o llegar a verla como algo normal. Así en los hogares en donde no exista un ambiente de violencia, el niño puede llegar a adquirirla por el simple hecho de ver programas equivocados o que no están acorde con su edad.

Los padres deben evaluar los programas para saber si está conforme o no en lo que el niño vea. El niño, en los primeros años de vida absorbe todo; por eso, es importante darle ejemplos tales como leer libros para que el haga lo mismo. Los niños suelen imitar lo que ven. Si ellos ven algo violento, lo imitarán Es importante la dosificación y establecer horarios para la televisión.

Almanaque Mundial 1997

Al respecto, esta importante publicación indica sobre **La violencia infantil en la Televisión**, que debido a la cantidad de violencia y mensajes subliminales de muchos programas infantiles existen organizaciones e instituciones privadas que defendiendo los derechos del niño, han contemplado la posibilidad de elaborar un manual de censura de los programas televisivos infantiles. Esta ola de violencia atenta no solo contra la estabilidad emocional del menor, sino también contra su propia formación.

El blanco preferido de los mensajes publicitarios es dirigido a los niños más pequeños, los que todavía no asisten al colegio. Esto se debe a que pueden dominar más fácilmente sus hábitos y patrones de conducta.

La censura televisiva no parece ser la solución para frenar esta nociva tendencia que afecta a millones de niños en el mundo principalmente por intereses económicos. Es el propio consumidor quien debe combatir activamente la violencia de las pantallas de televisión.

Revista Caretas Nº 22. Puno abril 1999. Pág. 30, 31.

El destacado comentarista Fernando Vivas, en la columna **Ojos en la tormenta** de la revista aludida, señala que hablando específicamente de los programas de televisión en el Perú, recomienda disminuir el efectismo en la comunicación visual y alfabetizar a la audiencia en su recepción. Se ven muchos programas sensacionalistas hablando de los niños, ellos reaccionan mal ante el sensacionalismo informativo.

Aparte de que la televisión aumenta la alfabetización visual en el niño, ésta le genera cierta adicción haciendo que deje de hacer y aprender. Lo que sí afecta al niño es el efecto que le causan las malas noticias de la televisión informativa. El problema está en que algunos noticieros tienen escenas sangrientas que le causan al niño un efecto terrorífico a veces es casi inevitable que los vean por el horario en que transmiten sus avances (entre los dibujos animados). Es necesario instruir al niño sobre la televisión, porque

no podemos esconderla ni enmudecerla. Es importante ubicarse ante la pantalla de la realidad. Todo debe ser por etapas: de golpe no se le puede lanzar al niño a la cruda realidad de lo que sucede a nuestro alrededor. Para los niños, en general, la televisión es un medio que los entretiene.

Diario El Peruano / Informe. Puno 25 de junio 1994.

En el artículo **Medios de comunicación: ¿qué esperan los niños?**, se analiza la Convención sobre los Derechos del Niño que intenta proteger a la infancia contra toda información que perjudique su bienestar (Artículo 17). Como sabemos, la Convención sobre los Derechos del Niño de la ONU, contiene los principios para que las comunidades vean a los niños y adolescentes como sujeto de derechos. Según la UNICEF es indispensable lograr la globalización efectiva de los derechos de las niñas, los niños y los adolescentes de hoy, para asegurar un futuro mejor con un desarrollo humano para todos y no solo un desarrollo económico para algunos. Con niños sanos, tanto mental como físicamente, podremos construir un futuro mejor.

El Comercio: Vida y Futuro. Puno 12 de marzo 2003.

En el artículo **Niños que disfrutan violencia en TV pueden ser agresivos de adultos** de la agencia Reuters, Washington. Precisa que los niños que ven programas violentos de televisión e identifican con los personajes, creen que son reales y resultan ser más propensos a la agresividad cuando llegan a adultos. Manifestaron las investigaciones estadounidenses. A partir de la edición de la revista "Developmental Psychology", publicada por la Asociación de Psicólogos de Estados Unidos. Donde quince años después los hombres y las mujeres que habían visto más televisión, que habían disfrutado los programas y se habían identificado con los espacios de televisión violentos tendían a ser más agresivos, señalaron.

Los antecedentes que hemos indicado, líneas arriba traslucen de alguna manera la gran preocupación de la televisión y su influencia en la formación

de identidades personales, sociales y culturales, así como en los fenómenos de socialización, que en cierta forma se compromete con la educación de los niños. Dado que este medio audiovisual actúa en comportamientos de la vida cotidiana como son los lenguajes, estilos y valores. Sin duda, la televisión presenta estímulos audiovisuales que se imponen sobre los otros medios de comunicación por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte de los hábitos de cualquier hombre en nuestra época.

De algún modo los niños recurren a la televisión para satisfacer sus necesidades de distracción y a su vez, reducir las tensiones propias del medio socio-familiar. Es indudable que el medio televisivo constituye una fuente efectiva en la formación de actitudes en los niños.

Son muchos los frentes sociales que desde distinto ángulo ven la televisión como un problema cotidiano y de actualidad en su influencia con los niños, donde se convierte en una escuela paralela y que los padres tienen que tomar en cuenta para el debido manejo del medio en función del desarrollo psico-sociocultural de los niños.

## **2.2. ENFOQUES, TEORIAS Y CONCEPTOS**

### **2.1. La Sociedad de las Masas**

Se origina en el siglo XIX con el surgimiento de las grandes ciudades industriales, la migración y la concentración de la población en la ciudad creándose un efecto masificador.

Características de la Sociedad de Masas:

- a. La Uniformidad: Tiende a lo genérico por lo tanto no hay diferenciación, los medios como el cine y la televisión crean lazos afectivos uniformes para toda la sociedad. La publicidad o la moda crean necesidades y hábitos masivos

- b. Carencia de estructura propia jerarquizada: Aquí solo se aceptan las minorías y mayorías, por lo tanto se rechazan las posibilidades de elites.
- c. Manipulación de la masa desde afuera: Como se presentan dirigentes las masas se tornan fáciles a la manipulación con fines comerciales o de propaganda.

Específicamente el medio televisivo en los últimos 50 años ha tenido extraordinarios avances no solo en lo tecnológico, sino también la variedad de producción de programas de distinto género, como es el caso de los dibujos animados destinados a los niños, proclives a modelar y valorar sus propios héroes imitándolos, proyectándose en comportamientos y emociones (se suma a ello la industria del entretenimiento que se forma como derivación stickers en golosinas; muñecos con representaciones de personajes para las piñatas, loncheras, entre otros elementos significativamente condicionantes de actitudes).

De algún modo la televisión es un articulador de dinámicas de interrelación social, reflejado en el actuar, pensar e interpretar el mundo.

## **2.2. Aproximaciones teóricas sobre los receptores**

Un conjunto de disciplinas académicas por su mercado influencia en el quehacer social, como la sociología, la psicología, la filosofía, la pedagogía y por supuesto la comunicología, entre otras; permiten, a los mismos, conjugarse para el estudio y la comprensión del fenómeno audiovisual. Ahora bien, la televisión no solo es cuestión de aportes negativos, procesamiento, emisión y recepción, sino también de personas. La televisión como medio de comunicación masiva no solo entretiene e informa sino que se observa que también es integrador y mediador de las relaciones y actividades humanas, que le permite al individuo comprender el mundo en la vida diaria en forma activa y dinámica, una

multidimensionalidad de actitudes y conductas, de creencias e ideologías, que se dinamizan en la interacción con su grupo de pertenencia.

Berger y Luckmann, señala que “el sujeto no puede existir en la vida cotidiana sin actuar o comunicarse con otros de quienes aprende y aprehende ciertas prácticas sociales como producto de la interacción con los medios que sirven de base para las relaciones sociales”

Por otro lado Raymond Williams, señala que “la televisión es un medio cultural semantizador de la vida social con sus conflictos y hechos de significación”

Así tenemos que el receptor socio-cultural y el contexto de la recepción televisiva son elementos activos del proceso de comunicación social. La complejidad para “aprehender y comprender” las audiencias de la televisión implica considerar que esos receptores no nacieron televidentes sino que se fueron construyendo como tales a lo largo de su vida y su activa recepción del medio.

Ahora bien, revisando las teorías sociales; las teorías comunicativas y las teorías pedagógicas y de aprendizaje, encontramos una significativa reflexión sobre el quehacer comunicativo de los medios masivos y la educación formal y no formal; de allí que: La teoría general de sistemas, permite concebir a la educación como un sistema autónomo y abierto a las interacciones de otros sistemas. Al respecto Rafael Serrano señala que “el sistema educativo se subordina al sistema social ya que todo orden es un subsistema del sistema social”

Mientras por otro lado la Teoría Social de la comunicación permite identificar a los elementos comunicativos que intervienen en el proceso educativo, lo cual explica cómo se producen y cambian las afectaciones entre comunicación y sociedad.

Entre tanto las teorías pedagógicas y de aprendizaje discuten la necesidad de atender el desfase en que se encuentran el lenguaje de la escuela en relación con el lenguaje de los medios de comunicación; los mismos que junto con otros inventos tecnológicos, han sido capaces de alterar las formas de vida dentro de la sociedad, indudablemente los nuevos medios de comunicación transforman hoy la mayoría de actividades que desarrolla el hombre, y la escuela no puede ser la excepción.

La pantalla de la “caja boba” está compuesta no solo por imágenes y sonidos sincrónicos y asincrónicos, sino también de comportamientos simbólicos que participan como vínculo social entre la sociedad, el sujeto y la educación.

A continuación revisaremos la visión del receptor desde diversas posturas teóricas:

Cuando comenzó la expansión de los medios, dentro de un marco de tecnología industrial y cultural, la televisión, la radio, el cine, los norteamericanos lo denominaron MASS MEDIA, medios masivos o de masas. Posteriormente se optó por: “medios de comunicación social”.

Ahora bien, la MASS COMMUNICATION REACH norteamericana y sus teorías están dirigidos al estudio de los medios de comunicación masiva en la sociedad de las masas. Según la Teoría Hipodérmica, la sociedad de masas es un conjunto de individuos independientes, alienados y aislados de todo vínculo e interacción social; sin una identidad cultural, receptores ingenuos de toda la información que se emite, donde se sobrevalora la capacidad manipuladora de los medios de comunicación con una concepción mecanicista. Mientras tanto, en la corriente empírica experimental o de la persuasión se incluyen los factores psicológicos en la interpretación de los mensajes, y se propone la persuasión como instrumento en la eficacia de los mensajes. Mediante los estudios empíricos, se investiga la influencia que ejercen no solo los medios sino las

relaciones sociales en el contexto social en que se mantienen, a través de la composición de los públicos, modelos de consumo y la motivación que caracteriza dicho consumo. Las corrientes anteriores se preguntan ¿Qué le hacen los medios a las personas?

Desde la perspectiva funcionalista: ¿qué hacen las personas con los medios? Se establecen las funciones y contribuciones de los medio de comunicación en la sociedad en cuanto a transmisión cultural, información, entretenimiento, creación o modificaciones de patrones y normas de comportamiento, donde los mensajes son disfrutados, interpretados y adaptados al contexto. Con la hipótesis de los usos y gratificaciones se reconoce el papel activo del receptor. Por otro lado, con la Escuela de Frankfurt, la teoría Crítica muestra un análisis crítico de la sociedad, identificando una industria cultural capaz de manipular y crear incluso necesidades en todos los medios posibles, se valen también de los mensajes subliminales u ocultos. Se utiliza toda esta parafernalia dirigida al consumo sin límites por todos los estratos de la sociedad. Cabe recordar que Uberto Eco en los años 60 a partir de los estudios anteriores, desarrolla la semiótica, señalando que las comunicaciones de masa en sus mensajes están llenas de significantes, de códigos, símbolos, relaciones entre objetos y en textos de diversa índole. Edgar Morín aborda la cultura de masas en la teoría culturoológica, como resultado de una producción estándar, creándose modelos y estereotipos de comportamientos para de esa forma llegar a un público universal. Siguiendo esta línea de pensamiento se desarrolla en Inglaterra la perspectiva de los “cultural studies”. Las mediciones transmiten un estilo de vida y una supuesta estabilidad social influyendo en el comportamiento del público a partir de sus intereses, se determina entonces, una interrelación entre estructuras sociales, el contexto histórico y la acción de los medios de comunicación.

En América Latina se plantea la comunicación como un proceso de participación y diálogo, donde el emisor es protagonista, en la construcción de una sociedad (democrática).

Antonio Pascuali (1979) plantea “la aclaración comunitaria humana que consiste en la emisión-recepción de mensajes de interlocutores en estado de total reciprocidad”.

Luis Ramiro Beltrán (2002), mientras tanto señala que “la comunicación es un proceso de interacción social que usa un sistema de símbolos mediante el cual los seres humanos intercambian experiencias afectivas y cognoscitivas en plan de dialogo, influyéndose recíprocamente en la conducta”.

En América Latina, se hicieron importantes aportes al estudio de la teoría e investigación de la comunicación. Mediante eventos y la creación de FELAFACS se buscan alternativas desde América Latina, reconociendo la interrelación entre el sistema político imperante y los medios de comunicación. Partiendo de los postulados ya establecidos se inicia una transición hacia una Teoría Crítica, con teóricos como Martin Barbero, Antonio Pascuali, Paulo Freire, los que estudian la ideología del consumo y la conceptualización de la comunicación como ausencia de intercambio. Surgen nuevos paradigmas en el estudio del proceso de recepción en la teoría de la comunicación de masas en torno a nuevos enfoques, como la Teoría del cultivo, la Espiral del Silencio o la agenda-setting function. Se centran en la influencia de los medios en condiciones normales de funcionamiento y desde una perspectiva temporal diferente, tienen en cuenta las características individuales y sociales del público, el nivel de interpretación de los medios y el contexto en que están insertos los receptores. Son indiscutibles los diferentes significados que puede tener un mensaje en el público, claro que si vemos está interrelacionado a los estudios de la semiótica. Se produce además un proceso de codificación/decodificación en las lecturas, lo que está muy relacionado, con el contexto, las mediaciones y la experiencia de cada sujeto.

Cabe mencionar otro importante desarrollo latinoamericano de los estudios de recepción, es el modelo de la mediación múltiple propuesto por Guillermo Orozco. Estas mediaciones son de carácter individual, situacional, institucional y tecnológico.

En suma, el abanico anterior de enfoques teóricos, nos permite anotar algunas apreciaciones, en medio de la sociedad del conocimiento en una amplia gama de significados y códigos donde las personas asimilan o no lo que los medios ofertan a los diversos públicos. Partimos entonces de que entendemos a la comunicación social en términos de cultura, es decir, como el campo desde donde se dinamiza la producción, circulación, recepción y reproducción de los sentidos sociales. En tanto como movimiento de un proceso: la resignación en los modos de la vida cotidiana, en los modos de ver, de sentir, de conocer, de interrelacionarse. Y, donde el infante no es ajeno a ello, puesto que la imaginación del mismo es parte de un proceso cognitivo; donde según J. Piaget el niño necesita representar lo que piensa, simbolizar sus ideas por medio de gestos u objetos, participación lúdica, imitación y dibujo y la práctica y construcción verbo-icónica de frases y personajes, asociado a su mundo inmediato real.

Entonces, desde la cultura, ese complejo mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y simbólicos, la comunicación social tendrá sentido transferible a la vida cotidiana para crear mundos propios con sentido, con una visión más completa de la actividad cognoscitiva de los públicos y su dimensión relacional cultural y por cierto comunicacional.

En el caso del medio televisivo no deja de ser integrador y a su vez mediador entre lo público (grupo, comunidad, sociedad) y lo privado (sujeto, agente), donde el receptor socio-cultural estructura sentidos colectivos en el pensar, entender y hacer, dentro de una dinámica social y por consiguiente dialéctica.

### **2.3. Los medios de comunicación y su relación con los niños.**

El acceso o el consumo de los productos de la cultura de masas ha pasado a formar parte de la existencia cotidiana de los niños. Y es que la cultura de masas no actúa solo en el momento en que se accede a ciertos aparatos o instrumentos técnicos, como el televisor o la radio, sino que su presencia se prolonga en los distintos espacios de la vida diaria y de las formas de comunicación.

Cuando los niños tararean las canciones de moda, cuando los niños buscan las galletas que la publicidad ofrece y las comen en la calle, invitándola a sus amigos, cuando llevan puesto el polo con la inscripción conocida o usa el color verde que la televisión introdujo, ya no están en ningún caso frente al aparato de televisión o radio, están mirándose a la cara unos a otros, se están comunicando más allá del medio electrónico.

Es en el cuerpo, en el rostro, en la manera de hablar, en cómo se come y se anda, que la cultura de masas se expresa a cada instante.

Los medios de comunicación, con sus múltiples mensajes, proponen un lenguaje y un sentido donde los niños hacen uso o se apropian de él, de múltiples maneras; construyen una visión del país, imaginan la vida futura, proporcionan formas de gustar y disfrutar.

Durante mucho tiempo caracterizamos a los medios de comunicación como instrumentos siempre exteriores a las formas de socialización de los niños, siempre ajenos a ellos, aunque naturalmente con una gran influencia. Sin embargo, los medios de comunicación han pasado a transformar los modos de percepción del mundo y se han hecho parte de la experiencia en las prácticas sociales.

### **2.4. La TV y los niños**

Es un medio por el cual se transmiten y reproducen a distancia imágenes de un objeto en movimiento, que desde el momento que apareció causó gran impacto debido a que se podría ver y oír, dado que, al igual que la radio, se introduce y convive en el hogar.

El medio televisivo se consume en el interior de la familia, insertándose en su ritmo de vida diaria, llegando a convertirse en un elemento organizador de su cotidianidad. Este afecta especialmente a los niños que dedican gran parte de su tiempo durante el día en utilizarla como entretenimiento.

#### **2.4.1. Sobre el desarrollo del niño y la televisión**

Las últimas tendencias que estudian el impacto del lenguaje televisivo sobre la audiencia infantil parecen coincidir en el hecho de que la televisión desarrolla la capacidad expresiva de los espectadores más jóvenes. Lo cual implica que la audiencia infantil se ha estructurado como televidente, lo demuestran así las múltiples facetas en que los infantes manifiestan excelentemente la imitación de distintos personajes, palabras y sucesos que se presentan en los diversos programas de la televisión.

Es así, que en el periodo de desarrollo evolutivo del niño, la psicología evolutiva aporta referencias muy claras de cómo el niño hasta que no entra en el periodo denominado de las Operaciones Formales, no es capaz de analizar críticamente la imagen, ni comprender las imágenes abstractas.

#### **2.4.2. La TV y la relación con la sociedad**

Hay una relación evidente entre televisión, cultura y sociedad, ya que medios como este tienden a reproducir lo que ya existe, recuperan ideas y lenguajes consensuales, representándolos y garantizando una mayor circulación de los mismos.

La televisión parcela al televidente, donde a través de la programación lo segmenta en gustos y preferencias, lo condiciona a horarios, usos y costumbres, del mismo modo rutinas y conductas. Pocos son los intentos de mirar al público como sujetos de construcción, como personas pensantes, autónomas y sensibles a los estímulos que genera el medio televisivo.

Por tanto, hay que tomar en cuenta subjetividades e imaginarios colectivos, que están presentes culturalmente en la sociedad. Donde los medios, y especialmente la televisión, se constituyen en parte de la producción cultural de ahora y la seducción que de ésta emerge y hace una relación asimétrica que admite irreverencias mutuas

#### **2.4.3. El niño como aprendiz activo**

Los niños son asiduos consumidores de la televisión, es el medio más cercano a ellos. Mirarla es quizás una de las pocas actividades cotidianas que los mantiene concentrados y entretenidos. No es un acto mecánico, menos aún pasivo, pues supone interacción entre la pantalla y el niño espectador. La fascinación acrecienta la necesidad de goce y de interpretación, como de rechazo y de clasificación de la oferta. En estas continuas convergencias consensuales se va construyendo sentidos al interior de la familia, como en el mundo individual del receptor.

Es por ello que el niño también aprende, “es un aprendiz constante”, es decir, lo que se va construyendo frente a la pantalla interactúa con el desarrollo de su personalidad y sus procesos de socialización.

Según Ayzanoa del Carpio, “La medición se refiere al intento de determinar con precisión el éxito o fracaso de aprendizaje de una escala de calificación. Así pues, medidas significa la medida objetiva y matemática de aprendizaje traducida en notas y calificación. Evaluar, representa un desarrollo integral de la personalidad del educando en función de los cambios propiciados por la educación. Todo aprendizaje es logro integral

que afecta al individuo en su integridad, por lo tanto, la determinación de la medida en que se aprende requiere un enfoque amplio y múltiple. Algo más, en la evaluación la función de valoración no se detiene en la simple interpretación cuantitativa del rendimiento sino que adquiere trascendencia...”

El niño organiza y comprende lo que ve. Comparará, establecerá asociaciones conscientes e inconscientes entre lo que mira y otros aspectos de su vida. Establece una relación de carácter interactivo que confronta lo que ve con sus propias valoraciones y experiencias, al mirar la televisión está en permanente interactividad. La exposición cotidiana a la televisión ayuda también a construir los sistemas simbólicos de los niños los cuales organizan su manera de pensar y entender el mundo; y a su vez, se basan en los que ya están incorporados o en proceso de hacerlo. Nociones básicas como la noticia, espectáculo, como la de diversión, se van elaborando aspectos valorativos del bien y el mal, así como otros aspectos.

La sociedad en conjunto debe velar este proceso formativo que toma cada vez más en cuenta a la televisión, ya que el niño es un receptor activo, pero aún aprendiz e influenciado.

Según UNESCO, “se puede subrayar cinco puntos al respecto:

**Primero.-** Se han desarrollado tendencias generales estables en la diferencia media entre grupos respecto al tiempo dedicado a la pequeña pantalla según la edad, el sexo, la clase social, el grupo étnico y el nivel de inteligencia. La estimación exacta del número de horas semanales que el niño dedica a la televisión es difícil de determinar por la inseguridad de los distintos métodos de evaluación...

**Segundo.-** El tiempo de contemplación de la televisión aumenta desde tres años de edad hasta el principio de la adolescencia...

**Tercero.-** No hay diferencias a este respecto por razón de sexo en la infancia, pero con la adolescencia las muchachas están ligeramente más pendientes de la televisión que los muchachos.

**Cuarto.-** Los niños de un medio social desfavorecido contemplan más televisión y más violencia que los hogares de un nivel alto; también los negro contemplan más televisión y más violencia que los blancos, incluso si se tiene en cuenta la clase social...

**Quinto.-** Los estudios más recientes no descubren una relación entre el tiempo dedicado a contemplar la televisión y la inteligencia o logros escolares.

... Según estudios (1961) señalaban que los niños muy inteligentes eran asiduos observadores de la televisión en la infancia pero no en la adolescencia. Los pocos estudios recientes señalan una relación que indica lo contrario, a saber, que la contemplación asidua de la televisión se relaciona con el bajo nivel de inteligencia o con el escaso rendimiento escolar..."

#### **2.4.4. Programas televisivos preferidos por los niños**

En la televisión se ve de todo y donde los dibujos animados siguen presentes en las preferencias de consumo de los niños, quienes los buscan y los seleccionan, deleitándose con ellos. En segundo lugar, están los programas que reproducen la realidad humana, pero de manera totalmente friccionada, reelaborándola bajo la forma de narración actuada, simulando así su sentido de realidad. Vale la pena destacar que también prefieren películas de humor, que provocan risa, privilegian la acción y seguidamente las referidas a tramas dramáticas y efectivas. Otros gustan de programas

asociados al espectáculo más lúcido y de las novelas, estas últimas preferidas por las niñas.

Sin embargo, se tendría que hablar de los dibujos animados por ser los preferidos de los niños y niñas, estos surgen a partir del siglo XX, para ser exhibidos en el cine, luego con la invención de la televisión tuvo más éxito con los pequeños televidentes, al mostrarles aventuras de personajes fantásticos, animales “humanizados” y mundos llenos de imaginación.

Estos dibujos animados presentan diversas características:

Son personajes irreales, ocupados en aventuras poco relevantes, donde la agresividad, la violencia, el ataque, son características comunes.

No trabajan para vivir, el ocio es habitual en ellos, no tienen problemas y por lo tanto no son ningún ejemplo o modelo de vida para los niños, ya que ellos se encuentran formando su personalidad y necesitan modelos de vida óptimos en relación con la realidad

Los personajes pueden ser simpáticos pero no EJEMPLARES. Además no refuerzan los verdaderos valores familiares, resaltan el poder del dinero, la astucia, la eficiencia de las armas y las victorias, y la fuerza física, como en los superhéroes.

#### **2.4.5. La magia negra de los dibujos japoneses**

Quizás lo único que se sepa acerca de estos dibujos es que son orientales, japoneses. Causan gracia frasecitas como “Jame, jame, já” que utilizan los niños seguidores de “Dragon Ball”; pero lo que no se sabe es que se está pronunciando la palabra clave que usan los brujos chinos para sus ritos satánicos cuando quieren sentir la presencia del demonio en sus vidas.

Casi nadie se ha percatado mucho menos los padres, que un grupo de personas está manipulando el subconsciente de los niños de todo el mundo a través de aparentemente inocentes dibujos animados.

Se ha descubierto que los dibujos animados de más éxito de la denominada manga japonesa provienen de la compañía china: Bird Animation.

Esta compañía Bird Animation, ha producido “Los Thundercats”, “Caballeros del Zodíaco”, “Salidor Moon”, Dragon Ball”, “Pokemon” y New Génesis Evangelion”. Todos estos dibujos poseen el uso de luces que ingresan de frente al subconsciente sin que nadie se dé cuenta. La compañía se encuentra en la ciudad de Milk, al sur de China, donde habitan brujos, hechiceros, espiritistas, dedicados a la magia negra. Muchos dicen que esta región está gobernada por el mismo Satanás. Se dice, además, que los directivos de la compañía, antes de lanzar cualquier producto piden bendición del demonio para obtener éxito, y a cambio le entregan su alma. Sin embargo todo esto parece falso.

En USA ha causado furor otra manga llamado “Evangelion”, cuyos episodios se parecen a pasajes bíblicos del Apocalipsis. Se desarrolla en el año 2015 y es algo así como el final de los tiempos, listos para ser continuados. Los niños que la miran asimilan que la violencia es algo natural. Este dibujo, recomendado para niños de 11 años hacia arriba, ha tenido tanto éxito que ya tiene segunda parte.

Según especialistas, estos muñequitos-dibujos, muestran las pupilas dilatadas y no tienen el mínimo control de su comportamiento, por lo que tienen toda la capacidad destructiva posible y así es aceptado (de allí que aparentemente tiernos Pokemon pueden ser brutales cuando quieren y a la vez causar gracia).

## 2.5. El desarrollo Psicológico del niño

De los 5 a los 7 años

A los 5 años el niño consolida toda una serie de logros y está en el umbral de todo un conjunto de nuevos descubrimientos. Los cambios más importantes pertenecen al dominio cognoscitivo. El niño pasa del nivel de pre-operacional al nivel de operaciones concretas, domina las nuevas capacidades de clasificación y comprende la reversibilidad de las operaciones básicas, como la suma, la resta y la multiplicación, son entendidas en una forma preliminar. Los conceptos del niño están ordenándose en sistemas y se hace posible un análisis profundo.

En esta etapa, el lenguaje puede desempeñar un nuevo papel. El niño de cinco, seis y siete años empieza a emplear un lenguaje en relación con el pensamiento. Si se le pide, por ejemplo, recordar una serie de dibujos o de números, repetirá verbalmente para sí la serie hasta que se le pida hacerlo en voz alta. Los niños menores no repiten aunque posean las palabras necesarias y la gramática para hacerlo. En las relaciones interpersonales suceden varios cambios importantes; primero, el niño generalmente empieza la escuela a esta edad, lo que automáticamente significa un aumento considerable en el tiempo empleado con los compañeros, así como un enfoque de aprendizaje formal. Segundo, a esta edad se forman los grupos de compañeros de estructura unisexual.

Los cambios cognoscitivos son básicos en este caso. El niño ha descubierto toda una serie de nuevas habilidades y destrezas y está en condiciones de resolver un gran número de problemas y comprender ciertos principios importantes nuevos sobre la manera como está organizado el mundo inanimado (por ejemplo, el concepto de conservación).

El lenguaje existe en forma bastante completa, años antes de que los niños lo empleen sistemáticamente o eficientemente en el pensamiento. Pero con las alteraciones que provocan los cambios sucedidos entre los cinco y los siete años, el lenguaje y el pensamiento forman un conjunto poderoso de instrumentos cognoscitivos.

El comienzo de la escuela ocurre en esa época, justamente porque el niño ha logrado las mejores realizaciones cognoscitivas y no por otra razón. En todo el mundo, en diferentes culturas, la escolaridad formal empieza entre los 5 y 7 años.

El hecho que en todas partes se empieza la escuela en esa edad, representa probablemente el reconocimiento de que el niño ha cambiado de alguna forma fundamentalmente durante este periodo.

Por consiguiente, aunque los niños empiezan a los 5 y 7 años, porque existe cierto reconocimiento social de que ellos están de alguna manera "listos" a esa edad, la experiencia de la escuela en sí, impulsa los cambios ayudando al niño a salir de un mundo de experiencias concretas a un mundo simbólico de palabras y números.

De los 7 a los 12 años

Otro periodo de consolidación ocurre entre los 7 y los 12 años. Freud lo llama el periodo de latencia, porque la sexualidad parece estar sumergida o reprimida.

Piaget, denomina este periodo el de las operaciones concretas, acentuando los cambios graduales que tiene lugar. Sin embargo, estos cambios son en su mayoría prolongaciones y consolidaciones

de los nuevos entendimientos importantes que el niño realizó a los 6 y 7 años. Las habilidades de clasificación múltiple (el hecho de que un objeto dado pueda pertenecer a más de una categoría por vez, por ejemplo, que un gorrión pertenece a la categoría pájaro y también a la categoría animal). El razonamiento inductivo es también más eficiente, pero es poco lo fundamentalmente nuevo que se agrega.

El desarrollo físico también está en una especie de altiplanicie. El niño continúa creciendo pero el ritmo de crecimiento de los 7 a los 12 años es mucho más lento que en los años anteriores o posteriores. Las relaciones con los compañeros continúan centradas en grupos de un solo sexo y hay muy pocos cambios en este periodo. Las capacidades perceptuales no evolucionan en forma considerable. En la única área donde parece haber algún cambio es en el desarrollo moral.

Kohlber, subrayó el hecho de que las etapas del desarrollo moral, a pesar de estar estrechamente ligadas al desarrollo cognoscitivo, están menos relacionadas con la edad como lo están las etapas del desarrollo cognoscitivo.

No debe sorprender el hecho que existan periodos largos de tranquilidad. En efecto, todo el progreso del desarrollo parece estar conformado por una serie de periodos críticos, seguidos por periodos lentos, cuando el niño parece descansar, recuperar y solidificar sus logros. Al mayor cambio que ocurre a los dos años, le siguen años de consolidación y a los cambios importantes de los cinco a los siete años le siguen tal vez cinco, estos periodos no están vacíos pues existen cambios pero a un ritmo más gradual.

## **2.6. Modelos de conducta**

Para algunos niños, nada les parece tan interesante como la televisión, nada supera el entretenimiento de ese rápido lenguaje audiovisual que captura todos los sentidos. Pero, además, nada tiene tanto poder como esa caja cuadrada para fabricar modelos de conducta.

En efecto, los niños, forman su conducta a partir de la observación de ciertas personas; sus padres, el profesor, un deportista famoso y principalmente la gente de la televisión (sean de carne y hueso o solo dibujos). Ahí, la oferta de prototipos es vasta y la influencia que ejercen es enorme, porque este medio de comunicación familiariza hasta a los individuos más desconocidos al contar sus historias, su vida y milagros. La magia de la TV magnifica a la gente que se ve en la pantalla cada tarde.

Si antes primó la teoría del “espectador depósito”, que recibía de manera positiva toda la carga informativa, hoy prima la teoría “interactiva”, en la cual el niño ya no solo ve a su héroe sino que puede remplazarlo y hacer lo mismo a través de los videojuegos. El niño que participa en este juego, imaginariamente, simbólicamente, está matando al otro, sea bueno o malo.

El universo infantil se desarrolla en tres dimensiones: lo real, lo simbólico y lo imaginario. Esta última dimensión lo hace entrar a un mundo donde generalmente, adquiere el poder que se le niega en el mundo real y esto lo hace a través de los símbolos, de los dibujos, de los videojuegos.

El niño se enajena y entra a un mundo donde se valoran sus deseos, ese poder simbólico por el que puede matar, dominar, ser el rey del mundo. Por ese momento se olvida de los problemas que tiene en el mundo real: padres ausentes, conflictos familiares, etc.

Sin embargo, la realidad es algo relativo que se constituye en base a relaciones, así cada quien tiene su propia realidad, su propia percepción del mundo de acuerdo sus vivencias. Es ahí, donde entran a tallar los dibujos o programas de TV en general, que crean y transmiten todo un

universo de personajes con sus propios valores; que los niños y jóvenes asumen no solo en forma simbólica sino como parte de tu realidad.

En niños de tres a cuatro años, los límites entre lo real y lo imaginario no existen. Lo imaginario puede ser más real para ellos ya que no tienen conciencia de la frontera, del límite como pudiera tenerlo un niño mayor de 10 años.

En lo concerniente al mensaje sexual, la situación es aún más grave, porque les están llegando mensajes no aptos para su edad y puede derivar en sujetos con serias alteraciones emocionales.

## **2.7. Los valores**

Los valores no son meramente objetivos, ni meramente subjetivos, sino ambas cosas a la vez: el sujeto valora las cosas, y el objeto ofrece un fundamento para ser valorado y apreciado.

Los valores no existen con independencia de las cosas, los valores se confunden con las cosas. La perspicacia intelectual del hombre ha de servir para descubrirlos, es decir, saber solo es posible a quien mira positivamente el mundo, al que previamente ha comprendido que todo lo que existe, "existe por algo y para algo", que cualquier ser por pequeño que sea, tiene su sentido y su razón de ser, es decir, vale.

Valor, es aquello que hace buenas a las cosas, aquello por lo que las apreciamos, por lo que son dignas de nuestra atención y deseo.

Hablar de valores humanos es una redundancia, porque no puede hablarse de valores sino en relación con el hombre. Toca a éste hacer una valoración de las cosas, es decir, establecer una jerarquía de importancia entre los bienes que le solicitan y a los que naturalmente aspira. Así, podemos comprender que hay valores cuyo destino no es otro que el de ser

sacrificados en aras de valores más altos. Que el dinero, por ejemplo, deber servir a la persona y no la persona al dinero; que el sexo es un medio de expresar amor y no un fin en sí mismo; que se puede renunciar a la propia comodidad para dar un minuto de felicidad a alguien.

Los sujetos valoramos las cosas en función de nuestras circunstancias especiales, puesto que siempre nos encontramos en interacción con el mundo, es decir, con las cosas, los bienes, los valores.

La valoración que hacemos de las cosas no la efectuamos con la razón sino con el entusiasmo, sentimientos, actitudes, obras, etc.

El mundo de los valores puede servir de guía a la humanidad en sus aspiraciones de paz y fraternidad, por la misma razón, deben servir de guía al individuo en sus deseos de autorrealización y perfeccionamiento. La educación debe orientar sus objetivos a la ayuda al educado para que aprenda a guiarse libre y razonablemente por la escala de valores con la mediación de su conciencia como norma máxima de obrar.

Educar en valores es lo mismo que educar moralmente o simplemente “educar”, porque son los valores los que enseñan al individuo a comportarse como hombre, ya que solo el hombre es capaz de establecer una jerarquía entre las cosas, y esto resulta imposible si el individuo no fuera capaz de sacrificio y renuncia. Kleiber señala respecto a la segunda etapa de la niñez (de 7 a 12 años): “podemos relacionar el proceso de valoración en esta etapa, con aquellos aspectos que tipifican en conjunto el desarrollo de estos años en el niño: lo intelectual y lo social, matizado por la reflexión y la voluntad... De allí que los factores más significativos del proceso de valoración se manifiestan en los sujetos de esta edad, en relación con la elección o la preferencia, en relación a la comunicación o expresión de los valores elegidos.

... La influencia que puede tener el contexto social que rodea al niño, sobre

todo la dimensión socializadora que ofrece el centro educativo como ámbito para el aprendizaje cognoscitivo, normativo, afectivo y axiológico. Este contexto no podemos reducirlo a la escuela, cada vez es más amplio el ámbito social del niños. En esto, la influencia de los medios de comunicación es clave pues introduce al educando a un mundo cada vez más complejo, lleno de valores contradictorios o en crisis.”

Como afirmara Raths, deberíamos incluir entre las causas y generadores de problemas serios en el aprendizaje, a la confusión y desorientación de valores que sufren los educandos permanentemente.

Casi al finalizar esta etapa del desarrollo, el niño empieza a encontrar contradictorias o sin fundamento convincente muchas de las normas y modelos que se están recibiendo en la familia o en la escuela.

Un enfoque de educación en valores, reducido a presentar modelos o a dictar normas y reglas de conducta se convierte en fuente de conflictos en los umbrales de la adolescencia. De ahí, Raths, presenta como alternativa a estos modelos, el de “Clarificación de valores” e insiste en el empleo del llamado “dialogo clarificado” que favorece todo lo que lleva al razonamiento personal en el sujeto, desde una toma de conciencia con sus valores y que supone elegir... el educador debe tener en cuenta en la orientación de los niños a esta edad, el relacionar permanentemente los factores típicos del proceso de socialización propios de esta etapa (cooperación, paso del yo, del nosotros, crecimiento de la responsabilidad y la capacidad relacional).

### **2.7.1. La autoestima y la motivación en el desarrollo personal**

#### **¿Qué es la autoestima?**

Es el conjunto de pensamientos, evaluaciones, sentimientos, actitudes dirigidas hacia nosotros mismos, hacia nuestra manera de ser, hacia los

rasgos de nuestro carácter. Es una percepción evaluativa de nosotros mismos y puede ser positiva o negativa.

“Un pez debe ser un pez”. Debemos aprender a aceptarnos como somos.

### **Orígenes de la autoestima**

Un niño tiene buena autoestima si sus padres:

- Respetan su dignidad personal desde pequeño
- Aceptaron sus sentimientos y pensamientos
- Le enseñaron a ser cada vez mejor (sin humillaciones, sentimientos de ridículo, vergüenza, comparaciones, etc.)
- Marcaron límites definidos, generando seguridad y autoconfianza

### **¿Por qué es importante tener autoestima positiva?**

La autoestima es el fundamento de nuestra valía personal y autoconfianza.

- Compromete nuestra manera de pensar, sentir, decidir y actuar en el mundo.
- Favorece el aprendizaje y la sensación de ser competente (atención y concentración).
- Desarrolla el criterio propio para decidir correctamente.
- Fomenta la responsabilidad y el compromiso.
- Ayuda a tener metas, afrontar retos y superar obstáculos y dificultades.
- Permite tomar la iniciativa y hacer cosas originales, creativas.
- Posibilita una relación social saludable.
- Permite que podamos amar y ser amados por los demás.
- Contribuye a establecer una relación de pareja digna y satisfactoria.

- Garantiza la proyección futura de la persona en la sociedad.
  - Es el fundamento de cualquier tipo de liderazgo.
  - Alienta en desarrollo de la misión que cada uno tiene en el mundo.
  - Impulsa el desarrollo personal.
- Perfil de la persona que tiene una autoestima positiva
    - Acepta serena y tranquilamente sus logros y fracasos.
    - Cabe que siempre puede mejorar.
    - Puede dar y recibir expresiones de aprecio y afecto con soltura.
    - Vive el presente.
    - Es alegre y espontánea.
    - No se ensalza ni se menosprecia y tampoco lo hace a los demás.
    - No domina ni manipula ni deja que otros lo hagan con él o ella.
    - Cuando llama la atención a alguien por sus debilidades, lo hace con sensibilidad y tacto.

### **Programación por Televisión Nacional**

La programación de dibujos animados que tiene mayor aceptación, como Pokemon, Digimon se transmite en doble horario diariamente, de media hora cada uno. Estos dibujos son transmitidos en horario vespertino.

Otros tipos de programas que gustan a la audiencia infantil son de otro estilo como “La paisana Jacinta”, “Los cómicos ambulantes”, “Los gladiadores”, “El chavo del ocho”, “Pataclaun”, etc.

La programación del fin de semana (sábado y domingo) se transmite en horario diurno. Los niños al ver sus programas favoritos, desarrollan un mundo de imaginación y fantasía, se identifican con su personaje predilecto y asumen un lenguaje característico de estos programas.

Al ver la televisión los niños se entretienen y la toman como un momento de relaxo y distracción.

El ver televisión trae consecuencias que afectan, alteran y producen cambios en la conducta del niño. Estas manifestaciones se reflejan en el lenguaje, agresividad, violencia y nuevas actitudes frente a los demás.

### **Programación por cable**

La programación de la televisión por cable, varía según los canales y los meses en que se encuentren.

Por ejemplo, el canal 23 “Cartoon Network”, pasa de lunes a viernes 11 horas diarias de dibujos animados, haciendo un total de 55 horas a la semana; mientras que los fines de semana pasan a más de 15 horas y 30 minutos diariamente, haciendo un total de 31 horas cada semana.

El canal 24 “Fox Kids” da de lunes a viernes 10 horas y 30 minutos diarios, haciendo un total de 52 horas y 30 minutos semanalmente, mientras que los fines de semana dan 17 horas y media de programación haciendo un total de 30 horas semanalmente.

El canal 25 “Discovery Kids” pasa de lunes a viernes 11 horas al día, haciendo un total de 55 horas semanales, mientras que los fines de semana emiten 17 horas y media de programación diaria, haciendo un total de 35 horas semanales.

Ahora, entre los dibujos animados que tienen mayor audiencia se ubican Digimon, Pokemon, entre otros, estos dibujos son transmitidos solo media hora al día, especialmente en las tardes, y a veces dan el llamado “maratón” los días domingos, donde pasan todo el día sin interrupción capítulo tras capítulo. No hay duda que esto trae como consecuencia el marcado interés de los niños hacia la pantalla del televisor.

Generalmente los niños recurren a estos programas por cable, para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir tensiones y en algunos casos obtener información.

Para algunos niños, nada les parece más interesante que los actuales dibujos animados, por el momento nada supera en entretenimiento a este rápido lenguaje audiovisual que captura todos los sentidos. Muchas veces es de aquí, que los niños forman su propia conducta.

### **¿DÓNDE ESTAN LOS PADRES?**

Los padres cumplen un rol activo en la recepción televisiva de sus niños, son ellos mismos quienes buscan la forma de cómo sus hijos se van a relacionar con el televisor percibiendo o estimulando formas de ser o maneras de actuar de sus hijos. De esta manera para conocer como los niños se relacionan en la televisión es preciso indagar en las conductas, hábitos y percepciones que rodean la ausencia o presencia de los padres con las estrategias televisivas de control.

La presencia o ausencia de los padres tiene un marco socioeconómico. La lejanía de los padres ha producido cambios en los patrones tradicionales de la educación social puesto que la crisis económica ha sido un detonante para que las madres incursionen en el ámbito laboral, fuera del hogar y que encarguen a sus hijos con otros familiares o simplemente los abandonen a su suerte.

Los padres por lo tanto estimulan menos el juego fuera o dentro de casa y optan por reemplazarlo por consumo televisivo, también la privación económica obliga a sacrificar el entretenimiento y el juego, puesto que representan gastos, es por eso que particularmente en los niños de los asentamientos humanos, el televisor es la única fuente inagotable de diversión.

Muchos niños pasan la mayor parte de su tiempo frente a la pantalla, incluso muchos padres estimulan que sus hijos vean televisión para despreocuparse de

ellos, además la mayoría de sus niños escogen por si mismos los canales y programas que quieren ver.

Las pocas oportunidades en que la televisión es usada por los padres de manera formativa se reproducen cuando padres e hijos están frente al televisor o cuando la usan para castigar ciertas conductas.

### **Juntos frente a la pantalla**

La visualización de la televisión no es un acto pasivo de pura recepción de mensajes sino un momento de resignificación donde todo lo que es ofertado por la televisión es alimentado o transformado por los padres o por los propios niñovidentes.

### **Preocupaciones, normas y contradicciones de los padres frente a la televisión**

Lo que de verdad preocupa a los padres

A los padres les preocupa el tiempo que sus hijos dedican a la televisión, mucho a juicio de todos, les preocupa la publicidad, pero sobre todo les preocupan los contenidos que son inadecuados para niños, que tienden a concretar sobre todo en violencia.

Aunque se quejan, la mayoría acepta y acaba reconociendo sus contradicciones: “Nosotros mismos fomentamos que vean la televisión, pues desde pequeños los hemos puesto frente a ella para entretenerlos, para que nos dejen tranquilos, o como recurso para hacerlos comer”, “Critizamos la televisión en relación con los niños cuando nos interesa”, “Los mayores estamos muy ocupados y así los niños son los dueños del mando a distancia y están continuamente viéndola”.

La apreciación de los padres coincide con lo que los niños dicen de si mismos que estos dedican a ver televisión más tiempo que a cualquier otra actividad,

salvo un segmento de padres que afirma más el tiempo e impulsan a sus hijos a realizar otras actividades.

Llevados de un discurso social predominante por la carga de sexo y violencia presente en la televisión, sobre todo este último. Les inquieta que los niños aprendan comportamientos agresivos de determinadas series de dibujos animados, pero todo se queda en la pura queja ya que reconocen que los hijos acaban viendo tal o cual serie criticada por violenta. “Los hijos son los que nos manejan a nosotros a la hora de ver televisión y nos tenemos que aguantar”-afirman los padres más o menos resignados.

Algunos padres distinguen entre violencia real y de ficción, manifestando una mayor preocupación por esta última.

## **Normas**

En verdad, así se explican los padres, que los niños más pequeños (de 3 a 6 años) suelen ver programas específicamente infantiles, de dibujos sobre todo (para estos el video es un recurso habitual); que los medianos (de 7 a 10 años), sin dejar de ver dibujos, ven también concursos, deportes y algunas series; y que los mayores (de 11 a 14 años) ven programación particularmente adulta. Pero esos matices por edades son para distinguir los intereses que marcan cada segmento, pues la impresión sincera de los padres es que hoy “los niños ven de todo”. Esto lo achacan a la cantidad de tiempo que los hijos están frente a la pantalla y el escaso control que ellos mismos ejercen sobre estos hábitos de los niños.

Los padres no quieren que sus hijos vean violencia y sexo “fuerte”. Pero en la práctica parecen prohibirles más el ver sexo que violencia. Siguen el discurso social sobre violencia y televisión y luego en la práctica solo ponen énfasis en prohibir u obstaculizar el visionado de contenidos sexuales.

Cuando se profundiza dentro de los estilos educativos familiares, sobre la existencia de posibles normas implícitas o explícitas a la hora de ver televisión en casa encontramos estos datos:

- a. Realmente hay pocas normas explícitas sobre este aspecto de la educación, los criterios se barajan sobre la marcha y en general sin una base sólida estudiada o reflexionada de antemano.
- b. Sobre horarios, parece estar claro “teóricamente” que entre semana hay que acostarse temprano y en consecuencia a partir de una hora no se les deja ver televisión. Pero esa norma en muchos casos tiene una aplicación más flexible.
- c. En cuanto a los contenidos parece no existir normas y criterios previos enseñados a los niños y asimilados por estos. Se actúa en función de que salgan escenas de violencia o de sexo y si en ese momento los padres están delante se cambia de canal. Reconocen los padres que de hecho ellos no controlan la programación previendo determinados contenidos, que hay cosas que se les escapan y que no se tiene tiempo o no apetece estar sentado con el hijo viendo televisión para vigilar todo lo que contempla.
- d. En definitiva se trata de una educación improvisada e impulsiva. La mayoría de los padres no enseña a sus hijos criterios para ver la televisión y no lo hacen porque es un tema que les desborda. Actúan en consecuencia por impulso y así, por ejemplo, cuando ven que el niño lleva muchísimo tiempo viendo televisión, especialmente programas con alto contenido violento o erótico, le mandan cortar o pasar a otro canal.

### **Contradicciones**

Estudiando las respuestas de los padres sobre el tema de los niños y la televisión, no hay pocas contradicciones en su discurso.

- a. Existe un desfase entre lo que dicen que ven que preocupa (por ejemplo, programas violentos) y lo que luego hacen (no orientar, no limitar): “No importa

tanto que vean la violencia real porque ver eso enseña”, en cuanto a la violencia de ficción, “si le quitan a los niños los dibujos animados violentos, les quitan todo, y se quedarían sin ver nada”. Estas y otras expresiones suenan evidentemente a “razones” auto-tranquilizadoras, tendentes a quitar la culpabilidad.

- b. Afirman también los padres que no es bueno que los niños vean tanta televisión, pero ya hemos constatado el tiempo que dedican a ellos unos a otros. Justificaciones aportadas por los padres: “la televisión también es un medio educativo y de adquisición de conocimiento”, “los niños de hoy están mucho más informados que los de antes, gracias a la televisión, saben mucho mas y captan las cosas con más rapidez”.
- c. Esos mismos padres reivindican para sí el derecho y el deber de educar a sus hijos en lo que concierne a ver televisión, pero reconocen al mismo tiempo que la cuestión se les va de las manos, considerando que la televisión ha evolucionado de tal forma y tiene tal protagonismo en las casas, especialmente para los niños, que no hay más remedio que resignarse a que las cosas sean como son. “Hay que aceptar cosas y hay que pasar por el aro”, “es inevitable con el tiempo, que corran”.
- d. Experimentan los padres sentimientos de culpa (ver ellos mismos mucha televisión o utilizarla de canguro de los niños), lo que los lleva a moderar sus exigencias sobre las conductas de los hijos a pesar que habría que actuar de otro modo. Así se expresan: “La televisión es un electrodoméstico que nos ha venido a pelo porque nos ha evitado muchas veces aguantar al niño y luego cuando hemos querido marcha atrás no hemos podido. La televisión es un pretexto para no dedicar tiempo a los niños”, “nosotros también estamos enganchados”.

## **TELEVISIÓN, PADRES, HIJOS Y EDUCACIÓN**

Incidencia de la televisión según los padres

¿Qué es aquello positivo y negativo que los niños toman de la televisión? Este es un tema controvertido en toda investigación de comunicaciones. En muchos se ha prestado mayor importancia a la incidencia desde los padres que como todos sabemos tienen un rol fundamental en la relación del niño con la televisión:

**a. La percepción sobre la incidencia de la televisión**

La percepción que los padres poseen sobre la incidencia televisiva es sus hijos no es rígida, es decir, no perciben que es positivo y que es negativo en su totalidad. En tal sentido no existe una posición de autoridad o dualidad, pues relativiza la influencia dependiendo de la oferta que los canales de televisión ponen a diario en los hogares.

Los padres enfatizan lo mal que esta la televisión actualmente, mientras en paralelo a lo que hacen los niños, también dedican mucho tiempo a verla. No se refleja por otro lado ningún criterio educativo en el discurso de los padres en relación con la calidad sobre si un programa está o no bien hecho y por qué. La mayoría de los padres no discriminan clínicamente el medio y sus mensajes y en consecuencia no están educando a sus hijos a que aprendan a usar la televisión con criterio.

La percepción de la infancia acerca de la televisión se reduce por lo tanto a la imitación de modelos o situaciones pero poco se aprecia la incidencia formativa en la personalidad e identidad del niño.

**b. La incidencia vista desde los programas**

Los programas que los padres consideran óptimos para sus hijos son los infantiles y educativos ya que de cierta forma distraen y entretienen al niño para que de alguna manera estén ocupados y alivien la carga familiar.

**Pautas para un uso educativo de la televisión en la familia**

Hay tres aspectos que dibujan en nuestros días el marco social de la televisión:

- b. La televisión es un medio más de la dinámica social y cultural de las personas. Hoy los niños nacen con la televisión y ello explica la importancia del medio en su desarrollo psicosocial. La televisión crea unos modelos de simbolización (la fijación de determinados significados en la cultura de los individuos) que trasciende a los programas o a los géneros. La televisión no produce principalmente efectos de comportamiento inmediato, sino sobre todo modelos de simbolización. Estos modelos aportan concepciones de la realidad que acaban siendo compartidas socialmente y como tales modelos generan también procesos de aprendizaje.
- c. La televisión es percibida por el público como un medio para contar historias. La información diaria, las películas, las series de televisión, los anuncios publicitarios, son formas narrativas estables que los espectadores buscan y esperan en la televisión.
- d. La televisión es un medio de comunicación moderno pero esencialmente un fenómeno cultural de masas, y su impacto en la sociedad es indiscutible a gran escala y en relación con los individuos concretos. La familia es filtro mediador entre la televisión y el niño. Está demostrado que los efectos del mundo televisivo en éste son de una u otra forma en función de cómo actúan en su mediación familiar.

Existe una relación directa entre el nivel de desarrollo evolutivo del individuo y su competencia ante el medio de la televisión. Hasta los 11 u 12 años de edad el telespectador infantil está desarrollando las competencias necesarias (cognitivas, emocionales) que le posibilitarán un uso autosuficiente del medio. Por ello, antes no puede ser considerado ni mental ni emocionalmente maduro en la percepción y decodificación de los contenidos, ni autosuficiente para elegir el tiempo y frecuencia de uso, ni para adoptar los criterios de selección de programación adecuados, a la evolución psicosocial.

El telespectador infantil precisa, pues, de la mediación de un adulto, mediación que requiere actitudes y estrategias diferentes según la etapa psicológica del niño y para cuya correcta ejecución, los mediadores (padres, sobre todo), deberían recibir información y formación.

Importa por tanto enseñar al niño a que aprenda a ver televisión. Ver televisión es una conducta, y como toda conducta, se aprende; pero ello constituye un reto y una tarea aún por hacer, en la escuela y sobre todo en la familia. El aprendizaje para ver televisión es un proceso comunicativo e interactivo. Importa suministrar al niño “herramientas”, recursos, para que por sí mismo, aprenda.

La familia es clave, sobre todo porque es un factor de primer orden a la hora de enseñar al niño a procesar la información que recibe. La familia encierra muchas variables y en función de ellas ese procesamiento de información se produce influyendo sobre todo en los métodos y estilos educativos de cada familia.

### **Criterios para ver televisión con los niños**

Cuando las situaciones se refieren a la madre o al padre singularmente considerados en su relación son los hijos y en el contexto del día a día se observa:

- a. La actividad de ver televisión sigue teniendo gran importancia en comparación con las demás actividades.
- b. Se habla más con la madre y se ve más televisión junto al padre.
- c. Ayudar a los niños con los deberes aparece como tarea secundaria tras hablar y ver televisión.
- d. Hacer cosas en y de la casa se vincula con la colaboración con la madre

y excesivamente con el padre.

- e. La actividad de jugar con los hijos aunque no se excluye, es la menos frecuente de todas.
- f. El hablar con la madre se da más en los niños de colegios privados que en los de colegios públicos y quienes más realizan cosas de la casa con la madre, son los niños, lo que implícitamente está induciendo a un reparto de papeles masculino-femenino desde la casa.
- g. La madre aparece más “atractiva” en la relación con los hijos, frente a la
- h. actitud del padre.

Es por ello que la inmensa mayoría de los padres centra sus críticas a la televisión en los contenidos, mientras son excepciones quienes caen en la cuenta que en el uso y atribución de los tiempos está también el núcleo principal del problema.

Partimos de la idea que la televisión es buena, aunque admitimos una crítica muy acentuada hacia la programación televisiva actual de calidad.

Aun independientemente de este factor, son los padres y educadores los que deben enseñar a los niños y adolescentes a utilizar la televisión más allá de lo que puedan las cadenas televisivas con sus programas; debemos estar capacitados para ver y saber distinguir los buenos programas de los malos y si estar dispuestos a perder; el tiempo frente al televisor, ya que esa sabiduría no nos puede venir directamente del cielo, hay que ejercitarse.

Si usted ve la televisión con sus hijos, y plantea frente a los contenidos de los programas televisivos una exigencia mínima de reflexión sobre qué han visto y cómo lo han visto, los estaremos capacitando, les estaremos ayudando a que sean más autónomos frente a la televisión. Eso posibilitará a la larga que actúen y se organicen mejor frente al televisor; no solo en el tiempo que le dediquen, sino en relación a lo que ven y cómo lo ven.

Esto produce un desenganche sobre la atención atrapada y sus hijos se capacitarán en utilizar este medio de comunicación. Hágalo con cualquier programa que usted considere que es apto para él o ella.

### **Identificar y Analizar**

Sea exigente a la hora de analizar en concreto algo que ve, una escena, un comentario, un gesto; la impresión general de un programa, lo que hay debajo de una imagen o un sonido que nos llame la atención.

Usted debe enseñarle a su hijo a que identifique núcleos críticos y que analice la mecánica de ellos.

Por ejemplo:

Frente a un anuncio de muñecas

- Podemos identificar el tema: Es un juguete dirigido a las niñas. Los trucos de la publicidad: cómo aparece la muñeca, cómo sale la niña o las niñas, cómo está iluminada y lo grande que parece, la rapidez de las imágenes y la música pegadiza, cómo sale el nombre de la muñeca.
- Y analizamos: Todos los aspectos identificados: por qué se dice determinada frase, por qué interesa que aparezca la muñeca más grande de lo que es, por qué las muñecas van dirigidas a las niñas; por qué las imágenes son tan rápidas y la marca sale tantas veces y la música es tan pegadiza. Si yo fuera el fabricante de la muñeca cómo haría el anuncio, qué resaltaría y por qué.

Se puede hacer muchos ejercicios de este tipo con cualquier programa de televisión jugando a la idea de identificar y analizar.

### **Captar y Controlar**

Hay que provocar en los hijos que *captan* aquello que ven y oyen, y, lo que hay debajo o sea que no están frente al televisor inactivos totalmente, sumergidos o embobados con el “cerebro plano” (televisión).

Deben estar pendientes mentalmente: pensando si aquello que se ve y oye va con su modo de pensar y sentir, si está bien o mal hecho desde su punto de vista, si merece la pena lo que ve, hasta qué punto es real o irreal...

Una vez que la mente esta activada captando un sentido analítico y crítico de lo que ve en televisión, el paso siguiente es *controlar*. Se trata de tomar decisiones para que sus hijos aprendan a reaccionar frente al televisor, y como consecuencia de lo que aceptan. Si es algo que no tiene calidad, no es de interés, va contra los propios principios... ¡Hay que apagar la televisión!

### **Tomar conciencia**

Lo importante es darnos cuenta, ser conscientes de las funciones que nos están intentando poner en juego, para aceptarlas o rechazarlas. Si lo que vemos es un documental, las funciones que se disparan son cognitivas, es decir, recordamos nuestra experiencia sobre lo que estamos viendo, nos informamos y aprendemos.

Además es necesaria una *planificación*.

Ver televisión bien exige dos cosas como mínimo:

- a. Tiempo para verla
- b. Otro para fijar lo que vamos a ver

Son dos aspectos importantes para saber ver televisión: no más de un tiempo limitado diario y cuidar el contenido de lo que se consume.

Por ejemplo:

Los niños no más de 50 minutos diarios y solo ver lo que se ha consensuado con los padres, incluyendo un tiempo para ver televisión analizándola y criticándola (al menos una vez por semana).

### **Comprobación**

Si vemos la televisión con nuestros hijos de modo educativo, tenemos que verificar que se avanza a la hora de ver la televisión. Conviene *evaluar* observando, que con el tiempo nuestros hijos hablen de los programas con un sentido responsable y maduro; y ejercer también un *control autónomo* sobre el tiempo y la calidad de los programas que se ven.

### **Organización**

Los hijos deben aprender a organizarse frente a la televisión. Esta organización es un proceso que consta como mínimo de dos fases:

#### **a. Fase de ensayo y error**

Hay un tiempo para grabar programas, seleccionar temas audiovisuales de discusión, establecer ejercicios que nos ayuden a dominar y entender lo que estamos viendo. En esta fase hay que ser precavidos y no marcarse metas demasiado ambiciosas. Es una fase que puede vivirse con cariz negativo por el esfuerzo; pero esto también nos vale, ya que comenzamos a aprender a controlar la televisión y aprendemos a saber que verla bien es algo que hay que trabajar.

#### **b. Fase de automatización**

Observamos que poco a poco el control que hacemos sobre el televisor es automático y aplicamos de manera natural y sin esfuerzo, casi de modo

inconsciente, todo lo que hemos aprendido a hacer durante la primera fase; y se identificará, captará, analizará y controlará lo que vemos de modo automático; y se planificará, se dará un tiempo a lo que interesa de la televisión sin esfuerzo.

### **Desorganización**

La peor forma de ver televisión es hacerlo de modo aleatorio, desorganizadamente. Aquí los niños corren el peligro de ver su propia identidad; ya hemos dicho que la televisión exhibe productos elaborados intelectualmente por personas y entidades que siempre dan, quieran o no, un bagaje de ideologías, de actitudes e intencionalidad. Pueden quedar atrapados de modo que generen en ellos, malos hábitos, sufren de hiperacción poco beneficiosa, a pesar de adormecer el intelecto, la creatividad y la imaginación, ya que las capacidades psíquicas quedan planas al análisis y la crítica que no están presentes

### **Mentalmente activos**

Hay que lograr un conocimiento de cómo uno mismo ve televisión. Hay que estar mentalmente activos, sabiendo como un programa determinado me está afectando, me informa o desinforma, potencia mis actitudes, mis facultades, me ayudan en la imaginación o me embota, afecta mi sensibilidad o me hunde en la indiferencia. Debemos revisar el tipo de programas que seleccionamos para que nuestro influjo sea positivo.

### **Ser buen televidente**

Tenemos que aprender a darnos cuenta de cómo funciona nuestra mente delante de los estímulos televisivos. Si frente a la televisión soy totalmente crédulo y no someto a crítica y análisis nada de lo que veo, seguro que soy un mal televidente.

Si sobre todo lo que veo en la televisión me mantengo con un control de separación y logro mantener mi propio criterio, soy un buen televidente.

## **ESTRATEGIAS DE SUPERVISIÓN TELEVISIVA**

La recepción televisiva no se agota en el momento de ver televisión, igualmente la actividad de los padres no se reduce a las expresiones y verbalizaciones cuando están juntos frente a la pantalla; los padres, antes y después de ver televisión desarrollan una serie de hábitos, reglas y estrategias tanto para el uso de la televisión como para su acceso y supervisión.

La supervisión realizada por los padres es muy escasa y débil cuando se refiere al contenido de la programación televisiva.

### **La supervisión televisiva: Dinámica y variada**

La televisión tiene incorporado varios menús, siendo algunos no convenientes para los niños; a eso, las familias recurren a una serie de estrategias de supervisión menos tecnologizadas.

Según resultados encontrados, por ejemplo en una familia, la madre controla lo que los hijos ven de lunes a viernes, pero cuando llega el fin de semana el padre deja que sus hijos vean lo que quieren. En esta ocasión surgen conflictos entre los cónyuges.

La edad de los niños algunas veces origina criterios distintos entre familias; por ejemplo, en las familias que tienen niños menores de 8 años hay una mayor supervisión que en las familias que tienen niños mayores de 8 años. Pero entre los padres también puede existir criterios distintos; por ejemplos, para algunos padres el control de programas violentos es muy importante, peor para otro estos programas son positivos para sus hijos.

La estrategia de control de la recepción son diversas, pero siempre guardan una relación con la estructura familiar y las relaciones aficionadas entre sus

miembros, cuando el padre sintoniza los canales, por ejemplo, lo hace sin el acuerdo de quienes ven junto a él, “zapeando”, yendo de canal en canal, generalmente corresponde a relaciones familiares verticales con escasa comunicación entre sus miembros.

### **Escoger los programas: Mediación y autoridad**

Los niños escogen lo que quieren ver en la televisión y cambian según su interés por lo tanto son pocos los padres o madres que eligen en vez de sus hijos, los programas que ellos deben ver y menos aún, son los hijos quienes se enfrentan a la elección de un programa frente a sus padres.

Por un lado los niños son dueños de su elección y desarrollan criterios y clasificaciones de los programas. Pero por otro lado no tiene una debida orientación al momento de elegir y menos en el momento de procesar la oferta televisiva. En la mayoría de las familias, la madre es la que se encarga de la educación de los hijos y de su entretenimiento, cuando el padre está presente (mayormente los fines de semana) asume la autoridad y atribuye los permisos y prohibiciones. En esto se observa que los criterios varían según la persona y también el momento en que se aplica.

Esto refuerza la idea que la responsabilidad que establecen los padres con el consumo de sus hijos, de su rol socializante, es decir, por el tiempo que pasa junto a sus hijos, la madre es pieza clave para entender los usos de la televisión por los padres y la recepción televisiva de los niños. Pero además nos indica que el rol socializante frente a la televisión es una de las múltiples tareas en las que casi no participa el hombre.

Suele ocurrir por ejemplo que mientras el padre está ausente los niños escogen lo que quieren ver, pero cuando el padre llega del trabajo, se adueña de la televisión sin importarle que estén viendo los niños. Él sintoniza simplemente el programa que él quiere ver.

### **Normas y acuerdos de acceso televisivo**

El consumo infantil no es siempre una imposición vertical de los padres, sino que en algunas familias existe una construcción conjunta, y “un ponerse de acuerdo” para definir que ven y también cuando lo ven.

Existe una diversa gama de acuerdos, arreglos y pactos al interior de la unidad social (familia), que sostiene una convivencia y le dan continuidad a lo que comúnmente llamamos recepción y consumo televisivo. Estas reglas de uso y apropiación son diversas y múltiples, pues varían según las estructuras familiares y sus intercambios simbólicos.

Algunos padres utilizan el recurso a premio o intercambio de algo. Es decir, se discute sobre algo deseable para el niño tras verlo anunciado y se llega al compromiso de que aquello hay que ganarlo con buenas notas y buen comportamiento.

La estructura familiar tiene mucho que ver con la manera de ponerse de acuerdo, pero no es la única. La familia cambia en su interior según su rol en la sociedad, el trabajo materno fuera de la casa, la sobrecarga laboral y la ocupación de los padres, el uso y destreza de los niños sobre los aparatos televisivos, introduciendo cambios en las familias, sobre todo en la noción de autoridad.

La relación entre padres e hijos cada día va decreciendo y con ello también la forma de establecer “las reglas de juego y convivencia familiar”, particularmente se trata de elementos tecnológicos ante los cuales la brecha generacional aboga a favor de los más jóvenes.

### **2.3. CONCEPTOS BASICOS**

- a) **Clase Social:** Grupo de individuos que poseen un lugar históricamente determinado en el seno de la sociedad y que se distinguen por su modo de vida. Las Clases Sociales son grandes grupos de hombres que se

diferencian entre sí por el lugar que ocupan en un sistema de producción social, históricamente determinado, por las relaciones en que se encuentran respecto a los medios de producción.

- b) **Clase Media:** Se tipifica como aquella agrupación socio-económica de individuos que satisface no solo sus necesidades vitales de supervivencia sino que goza de un bienestar de educación, salud, bienes y servicios acorde con sus ingresos económicos por su actividad laboral. Grupo social en permanente ebullición de crecimiento y progreso familiar con características de estabilidad y desarrollo socio-económico.
- c) **Influencia:** Acción y efecto de influir, de causar unas cosas ciertos efectos.  
Influir: desempeñar un papel en la determinación de un suceso. Figurativamente, ejercer una persona o cosa predominio en el ánimo.
- d) **Masa:** Conjunto de individuos albergados en determinado espacio geográfico. Una masa se caracteriza porque en ella sus componentes individuales no tienen relación directa con los demás.
- e) **Medios de Comunicación:** Cualquier sistema de transmisión de un mensaje a través de la palabra, de gestos o de signos e imágenes. Todo soporte técnico que permite transmitir información a un grupo determinado de personas; lo cual genera la comunicación de masas.
- f) **Medios de Comunicación de Masas:** (locución inglesa “mass media”), sistema de transmisión de un mensaje a un público numeroso, disperso y heterogéneo a través de los diferentes instrumentos técnicos existentes
- g) **Motivación:** Incitación del organismo para lograr cierta acción o reacción por medio de variables internas o externas. Razones que explicarían el acto de un individuo o de un agente social cualquiera.
- h) **Manipulación:** Efecto o consecuencia aplicado sobre la masa de público.

Las comunicaciones manipuladas o manipuladoras, son formas propagandísticas típicas, tendientes a crear situaciones que imposibilitan o facilitan la formación de juicios racionales,

encontrándose comúnmente en los mensajes en apariencia más inofensivos, ya sean políticos, publicitarios, consumistas, etc.

- i) **.Rendimiento escolar:** Proceso evaluativo que se evidencia en la capacidad del escolar en reflejar el aprendizaje de contenidos educativos sistematizados.
- j) **Televisión:** Soporte técnico de las telecomunicaciones que permite transmitir a distancia un conjunto de imágenes.
- k) **Valores:** Definiciones específicamente sociales de los objetos del mundo circundante, que expresan su significado positivo o negativo para el hombre y la sociedad. En relación con el sujeto Valores constituyen objetos de su interés, y para su conciencia ejercen una función de orientadores cotidianos en la realidad objetiva y social.

### CAPÍTULO III RESULTADOS

#### 3.1. Tablas y gráficos estadísticos.

**TABLA 1:** Resultados globales sobre Comunicación  
Familiar (Preguntas 1, 2, 3, y 4)

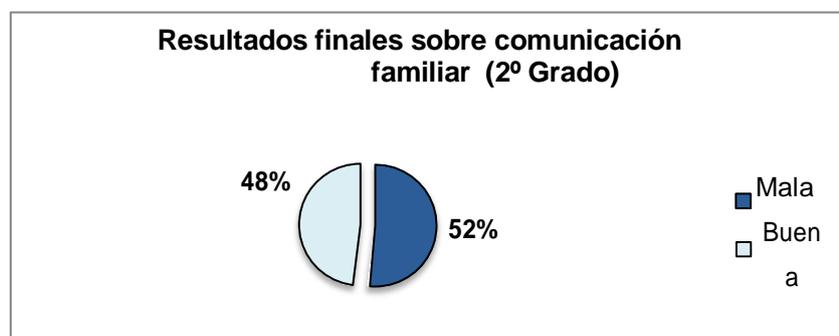
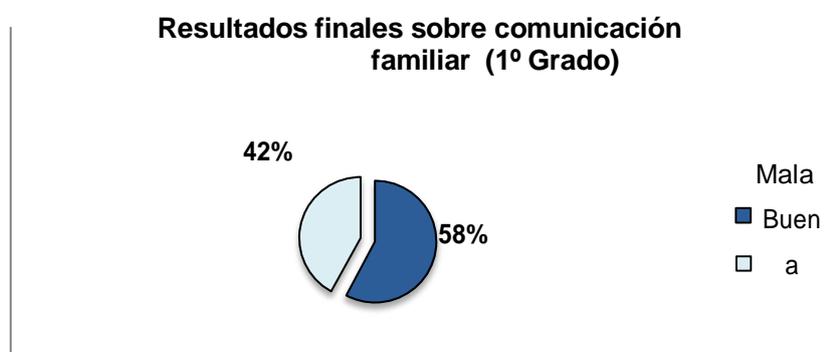
Por año de estudio, debajo de cada ítem aparece su ponderación

GRADOS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	PADRE TRABAJA 0.1	PROPORCIÓN	MADRE TRABAJA 0.2	PROPORCIÓN	PADRE NO SE QUEDA 0.4	PROPORCIÓN
1	3	37	1.02777777	2	0.58333333	2	0.63888889
2	3	38	0.97297297	2	0.67567567	2	0.62162162
3	7	70	0.97222222	5	0.72222222	6	0.86111111
4	7	71	0.95945945	5	0.67567567	6	0.85135135

MADRE NO SE QUEDA 0.2	PROPORCIÓN N	NO DIALOGA CON LOS PADRES (O A VECES) 0.3	PROPORCIÓN N	PADRES NO LEEN CUENTOS (O A VECES) 0.1	PROPORCIÓN N
1	0.416666667	18	0.5	24	0.666666666
1	0.405405405	8	0.216216216	31	0.83783783
2	0.388888888	21	0.291666667	62	0.861111111
2	0.391891892	20	0.27027027	72	0.97297297

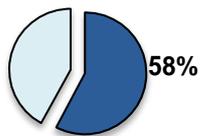
**TABLA 2:** Resultados finales (Proporciones muestrales) sobre Comunicación Familiar por año de estudio

GRADOS	PROPORCIÓN MUESTRAL Mala comunicación padres-hijos
1	0.583333333
2	0.524324324
3	0.579166667
4	0.572972973



**Resultados finales sobre comunicación familiar (3º Grado)**

42%



Mala

■ Buen

□ a

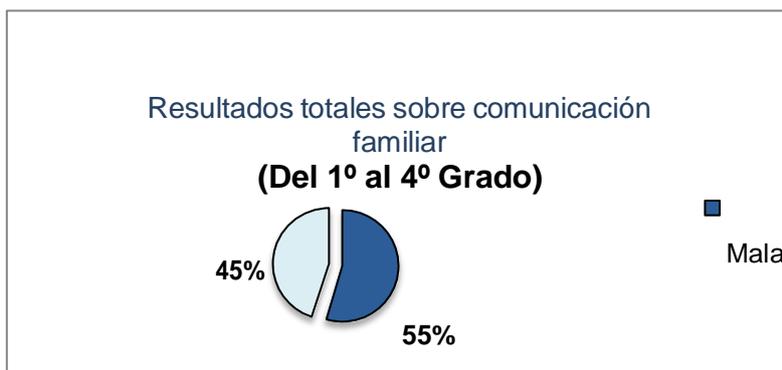
**43% Resultados finales sobre  
comunicación familiar (4º  
Grado)**



■

□

## RESUMEN DE LAS TABLAS 1 Y 2



En el tópic referente a la **Comunicación familiar** el 100% de los encuestados, el 55% no tiene buena comunicación con sus padres

**TABLA 3:** Resultados globales sobre Afición Televisiva (Preguntas 5, 6, y 7)

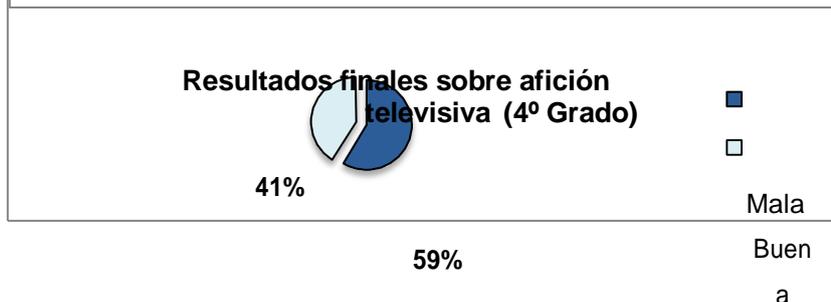
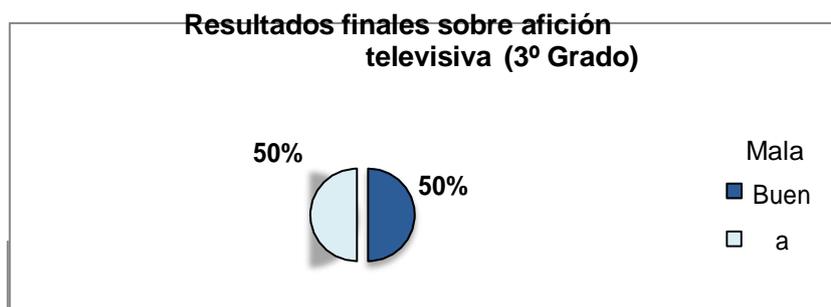
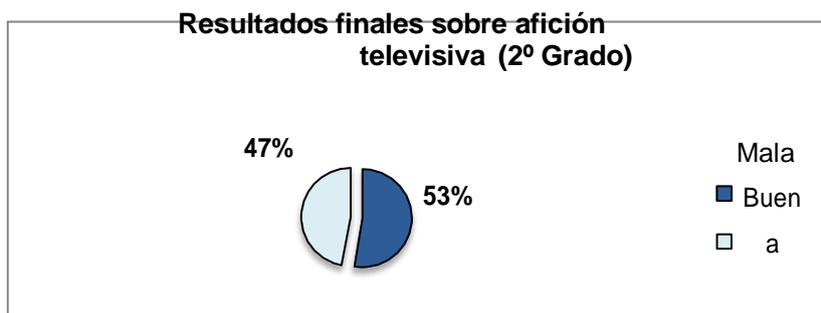
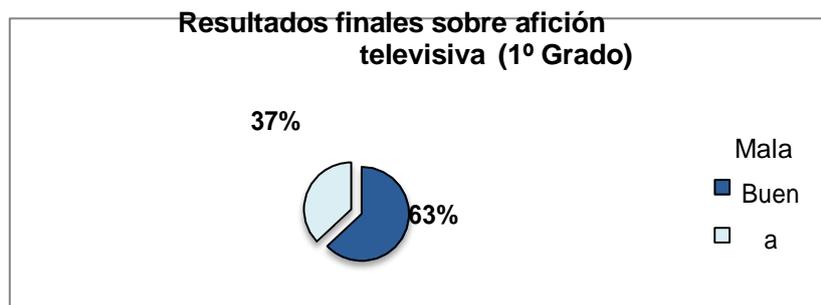
Por año de estudio, debajo de cada ítem aparece su ponderación

GRADOS	NÚMERO DE ENCUESTADOS	VE LA TV 0.1	PROPORCIÓN N	VE MÁS DE 2 HORAS DE TV AL DÍA 0.3	PROPORCIÓN
1	36	32	0.888888889	21	0.583333333
2	37	28	0.756756757	16	0.432432432
3	72	57	0.791666667	25	0.347222222
4	74	63	0.851351351	42	0.567567568

VE MÁS DE 4 HORAS DE TV AL DÍA 0.15	PROPORCIÓN	VE MÁS DE 4 PROGRAMAS DIARIOS 0.25	PROPORCIÓN
17	0.472222222	17	0.472222222
12	0.324324324	18	0.486486486
10	0.138888888	40	0.555555555
18	0.243243243	37	0.5

**TABLA 4:** Resultados finales (Proporciones muestrales) sobre Afición Televisiva por año de estudio

GRADOS	PROPORCIÓN MUESTRAL Afición televisiva alta
1	0.6305555
2	0.5270270
3	0.5013888
4	0.5871621



## RESUMEN DE LAS TABLAS 3 Y 4

En lo referente al área de **afición televisiva** (agrupados en las preguntas 5, 6, 7) del 100% de los niños encuestados, el 56% tiene una alta afición televisiva. Variando sus notas entre los que ven televisión entre 1 y 2 horas diarias (entre 9 y 19 de nota) y los que ven de 2 a 4 horas (entre 10 y 19 de nota). Los que van más de 4 horas se asemeja a los casos anteriores.

**TABLA 5:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 8:  
¿Qué programa ves con la persona que te acompaña?

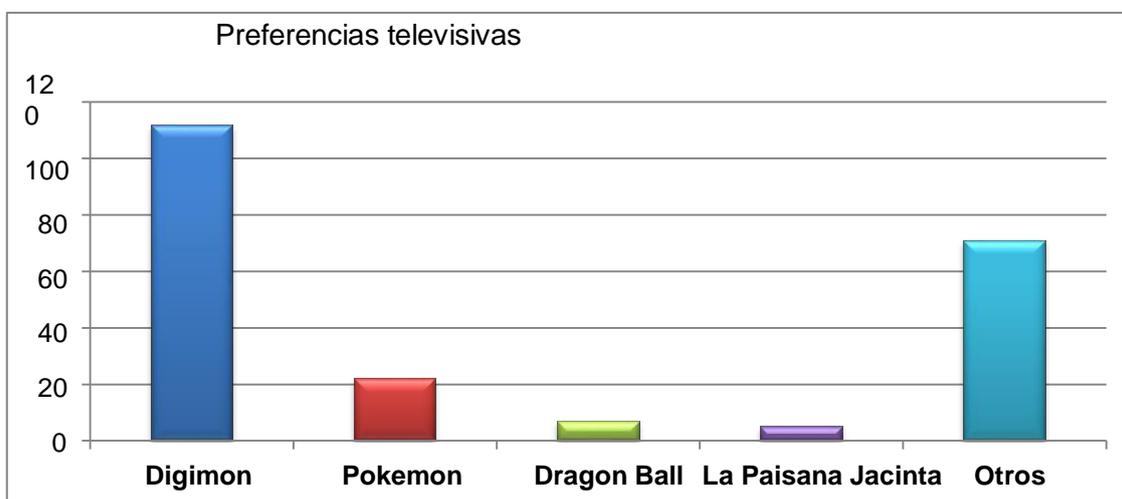
PROGRAMAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuenc	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia relativa %
Digimo	73	33.640553
Pokemo	21	9.677419355
La paisana Jacinta	8	3.686635945
Otro	11	52.99539171
TOTA	21	10



Del 100% de los niños encuestados, que ven televisión acompañados de adultos, señalan que los programas que ven son los siguientes: el 34% Digimon; el 10%, Pokemon; el 4%, La Paisana Jacinta y otros el 52%.

**TABLA 6:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 9:  
Preferencias Televisivas

PROGRAMAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
Digimo	11	51.61290323
Pokemo	22	10.13824885
Dragon Ball	7	3.225806452
La paisana Jacinta	5	4.273504274
Otro	71	32.71229401
<b>TOTAL</b>	21	10
	7	0



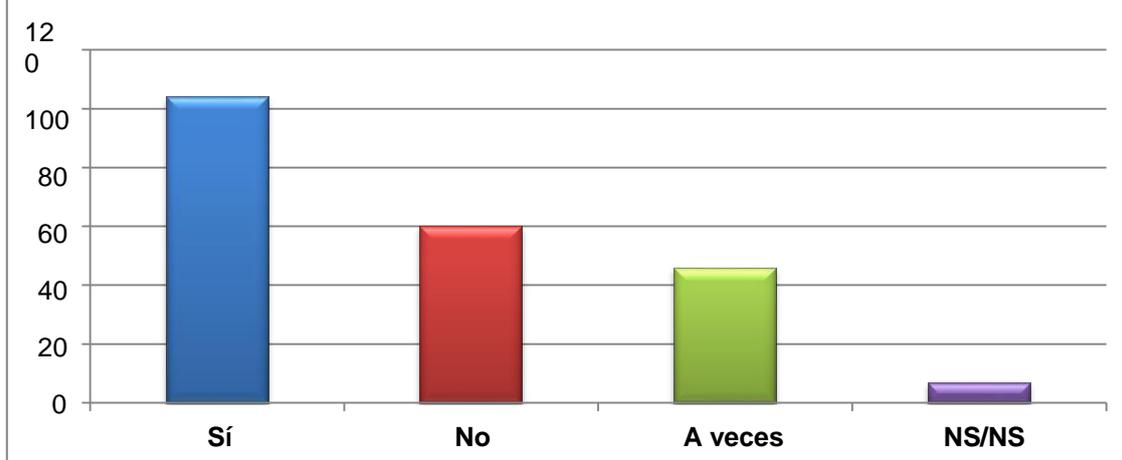
Del 100% de los niños encuestados, el 52% prefiere el dibujo animado Digimon, el 10% prefiere Pokemon, el 3% prefiere Dragon Ball, el 4% prefiere La Paisana Jacinta y otros un 33%.

**TABLA 7:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 10:

¿Utilizas en tus juegos el lenguaje de tus personajes favoritos?

RESPUESTAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
SÍ	10	47.92626728
N	60	27.64976959
A	46	21.19815668
NS/N	7	3.225806452
<b>TOTAL</b>	21	10
<b>L</b>	7	0

¿Utilizas en tus juegos el lenguaje de tus personajes favoritos?



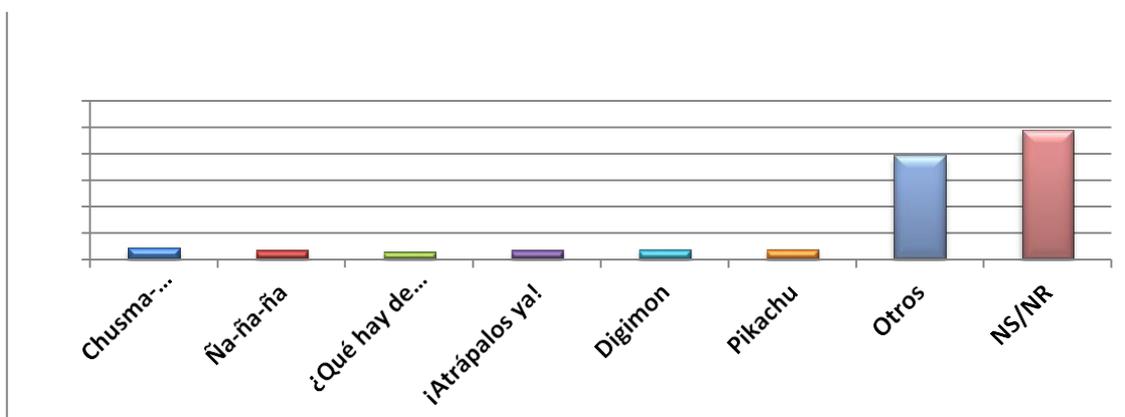
Del 100% de los niños, el 48% utiliza en sus juegos el lenguaje de sus personajes favoritos.

**TABLA 8:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 10.1:

¿Qué palabras usas de tus personajes favoritos?

PALABRAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
Chusma-chusma	9	4.147465438
Ña-ña-ña	6	2.764976959
¿Qué hay de nuevo viejo?	5	2.304147465
¡Atrápalos ya!	6	2.764976959
Digimon	7	3.225806452
Pikach	7	3.225806452
Otros	79	36.40552995
NS/NR	98	45.16129032
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

¿Qué palabras usas de tus personajes favo

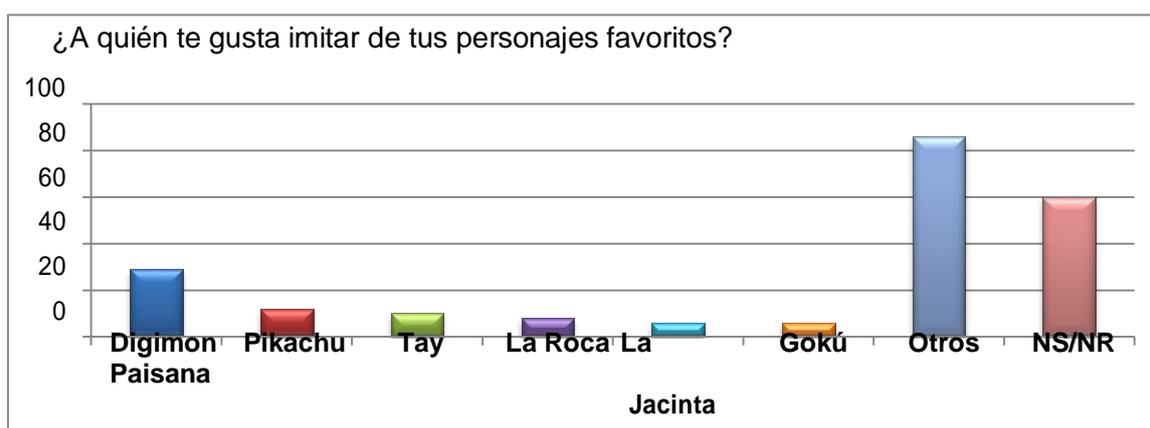


Del 100% de los niños encuestados, las palabras más usadas de sus personajes favoritos son: "Chusma-chusma", con un 4%, "Ña-ña-ña", "¡Atrápalos ya!", "Digimon" y "Pikachu", con 3% cada una y "¿Qué hay de nuevo viejo?" con 2%; mientras que un 36% usa otras frases.

**TABLA 9:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 11:

¿A quién te gusta imitar de tus personajes favoritos?

PERSONAJES	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
Digimon	29	13.3640553
Pikachu	12	5.529953917
Tay	10	4.608294931
La Roca	8	3.686635945
La Paisana Jacinta	6	2.764976959
Gokú	6	2.764976959
Otros	86	39.63133641
NS/NR	60	27.64976959
<b>TOTAL</b>	<b>217</b>	<b>10</b>



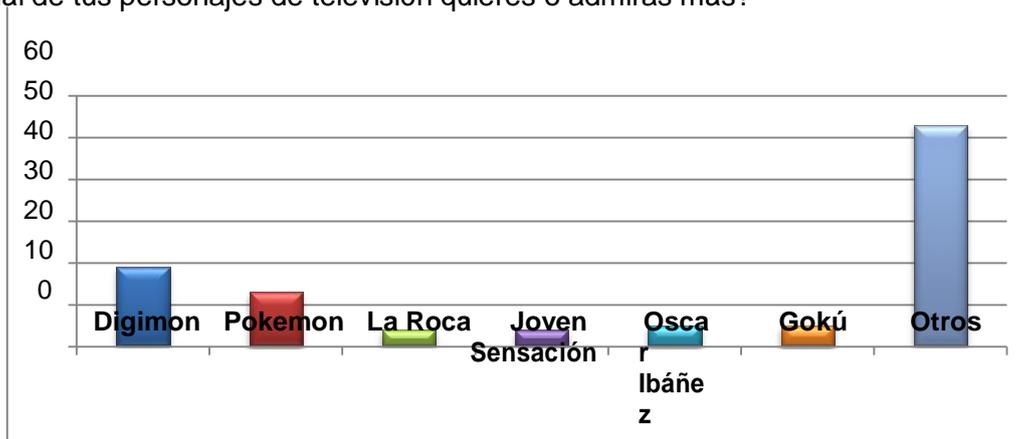
Del 100% de los niños encuestados, al 13% le gusta imitar personajes de Digimon; al 6%, a Pikachu; al 5%, a Tay; al 4% a La Roca; al 3% a La Paisana Jacinta y al 3% a Gokú; mientras que un 40% prefiere imitar otros personajes.

**TABLA 10:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 12:

¿A cuál de tus personajes de televisión quieres o admiras más?

PERSONAJES	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
Digimon	19	18.44660194
Pokemon	13	12.62135922
La Roca	4	3.883495515
Joven Sensación	4	3.883495515
Oscar Ibáñez	5	4.854368932
Gokú	5	4.854368932
Otros	53	51.45631068
<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>10</b>	<b>10</b>

¿A cuál de tus personajes de televisión quieres o admiras más?

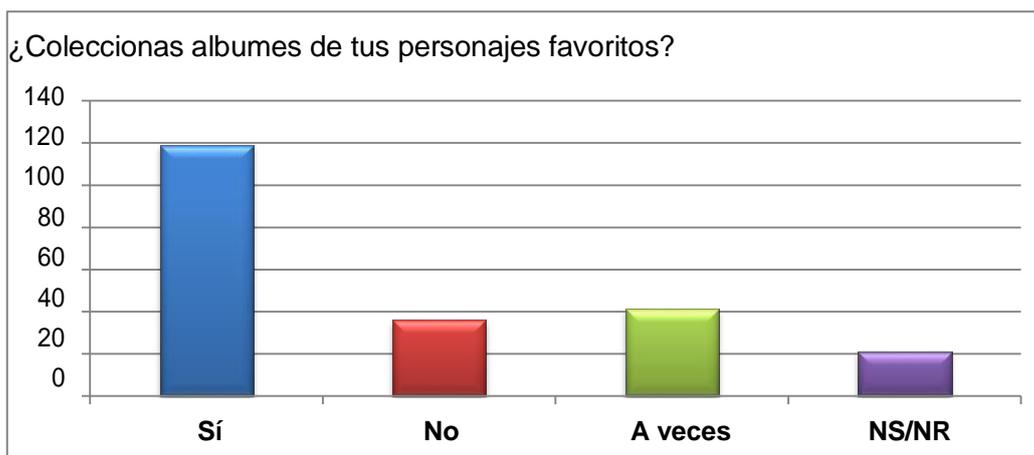


Del 100% de los niños encuestados, el 18% admira más a Digimon; el 13%, a Pokemon; el 4%, a La Roca; el 4% a Joven Sensación; el 5%, a Gokú; el 5%, a Oscar Ibáñez y el 52% a otros personajes.

**TABLA 11:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 13:

¿Colecionas álbumes de tus personajes favoritos?

RESPUESTAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia relativa %
Sí	11	54.83870968
No	36	16.58986175
A veces	41	18.89400922
NS/NR	21	9.677419355
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

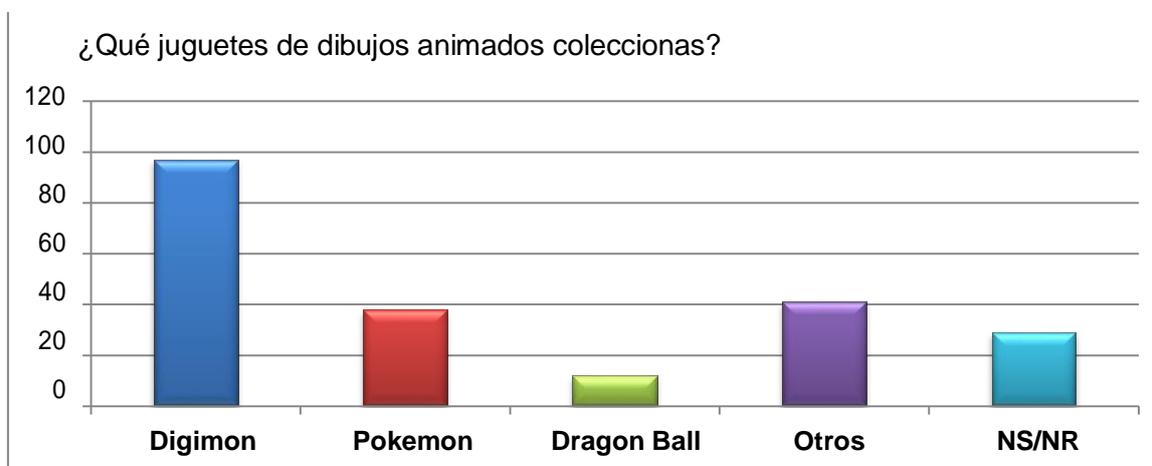


Del 100% de los niños encuestados, el 55% coleccionan álbumes asiduamente, mientras que un 19% los colecciona de vez en cuando y un 17% no los colecciona.

**TABLA 12:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 14:

¿Qué juguetes de dibujos animados coleccionas?

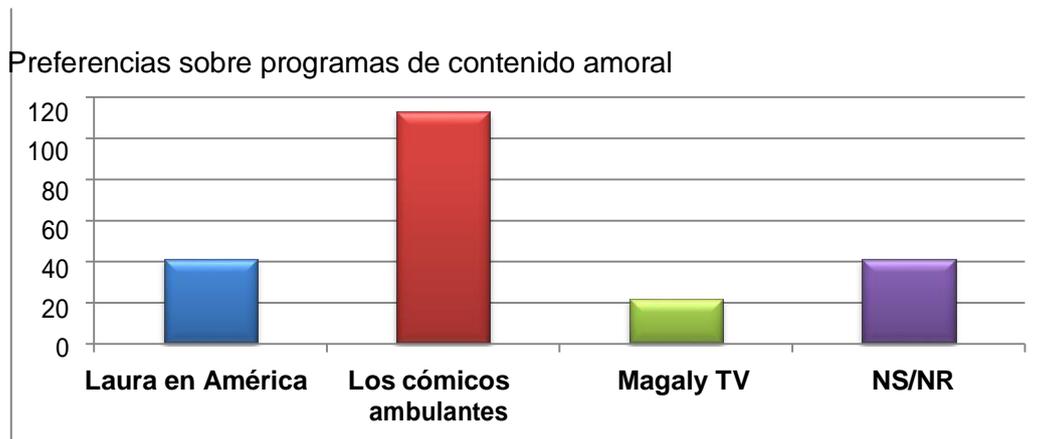
DIBUJOS ANIMADOS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia relativa %
Digimon	97	44.700460
Pokemon	38	17.511520
Dragon Ball	12	5.5299539
Otros	41	18.894009
NS/NR	29	13.364055
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>



Del 100% de los niños encuestados, el 88% colecciona juguetes de sus dibujos animados favoritos el 45%, juguetes de Digimon; el 18%, de Pokemon; el 6% de Dragon Ball; y el 19% colecciona juguetes de otros dibujos animados.

**TABLA 13:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 15: Preferencia sobre programas de contenido amoral

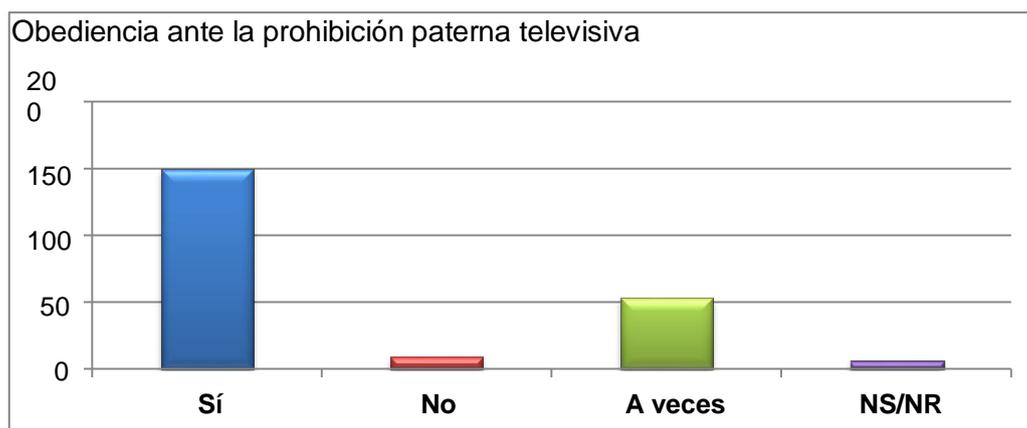
PROGRAMAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuenc	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
Laura en América	41	18.89400922
Los cómicos ambulantes	11	52.07373272
Magaly TV	22	10.13824885
NS/NR	41	18.89400922
<b>TOTA</b>	<b>21</b>	<b>10</b>



Del 100% de los niños encuestado, el 81% ven programas que tienen contenido amoral, siendo Los cómicos ambulantes el de mayor audiencia infantil con un 52%; después, Laura en América con un 19% y Magaly TV con un 10%.

**TABLA 14:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 16: Obediencia ante la prohibición paterna televisiva

RESPUESTAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia relativa %
Sí	14	68.66359447
No	9	4.147465438
A veces	53	24.42396313
NS/N	6	2.764976959
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

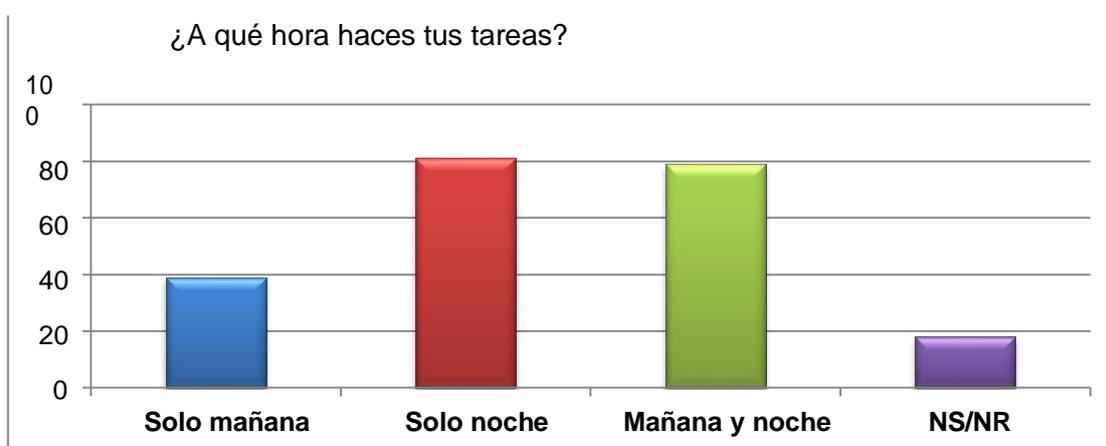


Del 100% de los niños encuestados, el 69% son obedientes ante la prohibición televisiva de los padres, mientras un 24% obedece a veces, y el 4% hace caso omiso a la prohibición.

**TABLA 15:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 17:

¿A qué hora haces tus tareas?

RESPUESTAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
Solo mañana	39	17.97235023
Solo noche	81	37.32718894
Mañana y noche	79	36.40552995
NS/NR	18	8.294930876
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

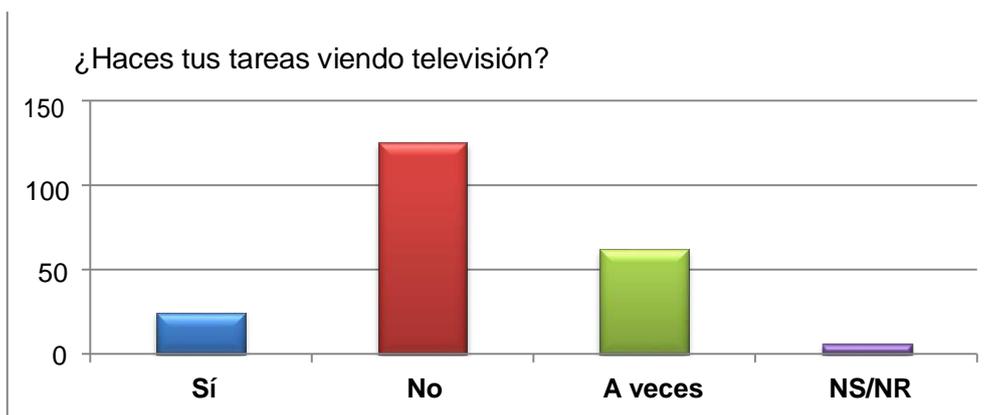


Del 100% de los niños encuestados, el 37% realiza sus tareas escolares en horario nocturno, un 36%, prefiere desarrollarlas por la mañana y en las noches; y un 18% solo las realiza en horario diurno.

**TABLA 16:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 18:

¿Haces tus tareas viendo televisión?

RESPUESTAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
Sí	24	11.05990783
N	12	57.60368664
A	62	28.57142857
NS/N	6	2.764976959
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

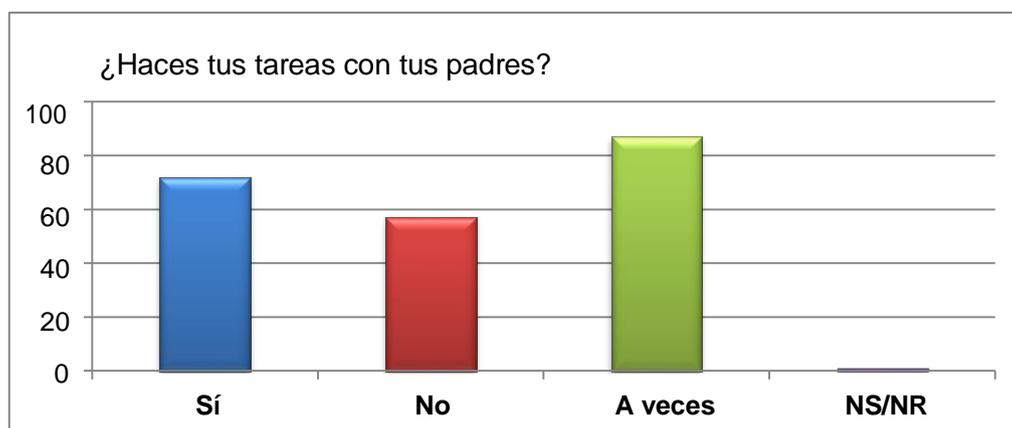


Del 100% de los niños encuestados, el 58% no ve televisión mientras hace sus tareas, un 29% ocasionalmente ve la televisión mientras hace sus tareas y un 11% siempre ve televisión mientras hace sus tareas.

**TABLA 17:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 19:

¿Haces tus tareas con tus padres?

RESPUESTAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia relativa %
Sí	72	33.17972
No	57	26.26728111
A veces	87	40.09216
NS/NR	1	0.460829493
<b>TOTAL</b>	<b>217</b>	<b>100</b>



Del 100% de los niños, el 33% si realiza sus tareas con sus padres, el 40% en algunas ocasiones recibe asistencia de sus padres y el 26% las desarrolla solo.

**TABLA 18:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 20:

¿Te gusta cumplir tus tareas?

RESPUESTAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia relativa %
<b>Sí</b>	19	91.70506912
<b>No</b>	3	1.382488479
<b>A veces</b>	15	6.912442396
<b>NS/NR</b>	0	0
<b>TOTAL</b>	21	100



Del 100% de los niños encuestados, al 92% les gusta cumplir con sus tareas, un 7% respondió que solo en algunas ocasiones y a un 1% no les gusta cumplir con sus tareas.

**TABLA 19:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 21:  
Autoevaluación de Acciones Meritorias

<b>¿RESPETAS A TUS COMPAÑEROS?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA %</b>
<b>Sí</b>	19	90.322580
<b>No</b>	12	5.5299539
<b>NS/NR</b>	9	4.1474654
<b>TOTAL</b>	21	100

<b>¿OBEDECES A TUS PROFESORES?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA %</b>
<b>Sí</b>	19	90.32258065
<b>No</b>	5	2.304147465
<b>NS/NR</b>	16	7.373271889
<b>TOTAL</b>	21	100

<b>¿TE CONSIDERAS BUEN ALUMNO?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA %</b>
<b>Sí</b>	18	87.09677419
<b>No</b>	25	11.52073733
<b>NS/NR</b>	3	1.382488479
<b>TOTAL</b>	21	100

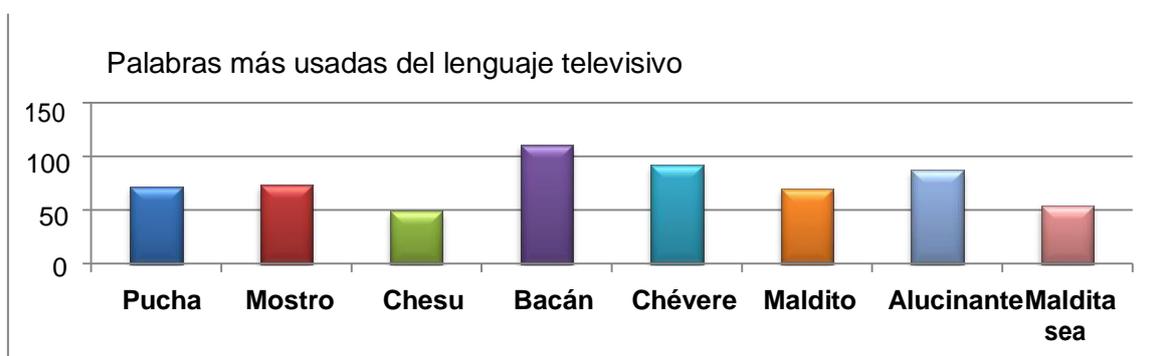
<b>¿COMPARTES TUS JUGUETES?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA %</b>
<b>Sí</b>	19	87.55760369
<b>No</b>	21	9.677419355
<b>NS/N</b>	6	2.764976959
<b>TOTAL</b>	21	100

<b>¿PRESTAS TUS CUADERNOS?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA %</b>
<b>Sí</b>	18	82.94930876
<b>No</b>	32	14.74654378
<b>NS/N</b>	5	2.304147465
<b>TOTAL</b>	21	100

Del 100% de los niños encuestados, podemos indicar, que el 88% recibe una buena formación moral donde predominan los valores, como por ejemplo: el respeto, obediencia a sus mayores, solidaridad, entre otros.

**TABLA 20:** Resultados globales del 1º al 4º Grado de la pregunta 22:  
Palabras más usadas del lenguaje televisivo

PALABRAS	NÚMERO DE NIÑOS Frecuencia	PORCENTAJE DE NIÑOS Frecuencia
Pucha	72	11.84210526
Mostro	73	12.00657895
Chesu	49	8.059210526
Bacán	11	18.25657895
Chéver	92	15.13157895
Maldito	70	11.51315789
Alucinante	87	14.30921053
Maldita sea	54	8.881578947
<b>TOTAL DE</b>	<b>60</b>	<b>100</b>



Del 100% de los niños encuestados, el 18% utiliza con más frecuencia la palabra “Bacán”, con un 18%; y la menos usada es “Chesu” con un 8%.

**TABLA 21:** Resultados globales del 1º al 4º Grado sobre el comportamiento alienado

NÚMERO DE ENCUESTADOS	COPIA LENGUAJE DE LA TV 0.3	PROPORCIÓN PORCENTUAL	COLECCIONA ALBUMES 0.2	PROPORCIÓN PORCENTUAL	OBEDECE A LOS PADRES 0.1	PROPORCIÓN PORCENTUAL	HACE TAREAS VIENDO TV 0.2	PROPORCIÓN PORCENTUAL
217	150	69.12442396	160	54.83870963	68	31.33640553	92	42.39631336

**PROPORCION GLOBAL: 0.539170507**

Del 100% de los niños encuestados, el 54% recibe influencia de sus personajes favoritos lo que se refleja en su comportamiento alienado (juegos, lenguaje, conducta, expresión corporal)

## **COMENTARIOS DE LOS DATOS ESTADÍSTICOS**

El diagrama de dispersión de rendimiento académico vs. Horas de observación televisiva, se puede comprobar el enunciado de hipótesis que sostiene que si el niño ve muchas horas de televisión entonces tendrá bajo rendimiento.

Hemos podido comprobar que esta hipótesis es nula, porque la televisión no influye en el rendimiento escolar del niño.

En la pregunta número 6 hemos observado que entre 1 a 2 horas los niños varían sus notas de 9 a 19. De igual manera sucede entre 2 a 4 horas sus notas son de 10 a 19 y los que ven más de 4 horas se asemejan a las notas académicas de los otros horarios.

Esto se debe a que los adultos controlan a los niños en sus horarios de hacer tareas y ver televisión. Dando como resultado lo que se refleja en la pregunta número 20 de la encuesta: a un 92% le gusta cumplir con sus tareas, y en la pregunta 18: un 58% no ve la televisión mientras hace sus tareas

Otro de los factores que influyen en el rendimiento académico del alumno, es el método de enseñanza que tiene el colegio porque refleja en las notas de los niños, que es 95% del alumnado tiene notas aprobatorias de 11 a 19.

### **3.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS**

“La falta de comunicación familiar incrementa la afición televisiva de los niños”

Para probar este enunciado, expuesto en la hipótesis, se hace una diferenciación por grado de estudio; ya que incluye automática una diferenciación de edad y madurez psicosocial. Se usa como parámetro la proporción y población, las cuales se han estimado muestralmente por cada grado como se muestra en las tablas 2 y 4.

Sean

$g_1$  = Proporción de niños con mala comunicación con sus padres

$g_2$  = Proporción de niños con alta afición televisiva

$\hat{g}_1$  = Proporción muestral de niños con mala comunicación con sus padres

$\hat{g}_2$  = Proporción muestral de niños con alta afición televisiva

$n_1$  = Tamaño de la muestra para la proporción  $g_1$

$n_2$  = Tamaño de la muestra para la proporción  $g_2$

### EJECUCIÓN DE LA PRUEBA (1º GRADO)

Hipótesis nula ( $H_0$ ):  $g_1 = g_2$  Hipótesis alternativa ( $H_1$ ):  $g_1 \neq g_2$  Nivel  
de significación:  $= 0.01$

**Región crítica:**  $[-z_{\alpha/2}, z_{\alpha/2}]$

$$z_{\alpha/2} = -2.58 \text{ (de tablas)}$$

$$z_{1-\alpha/2} = 2.58 \text{ (de tablas)}$$

**Cálculos:**  $\hat{g}_1 = 0.5722222222$

$$\hat{g}_2 = 0.6305555556$$

$$\hat{g} = 0.5736111111$$

$$\hat{q} = 0.426388889$$

El estadístico que prueba será:  $Z = -0.5000397852$

### Conclusión e Interpretación:

Como  $Z = -0.5000397852$  se encuentra dentro de la región crítica, se acepta la hipótesis nula. Y por lo tanto:

Se puede afirmar que entre los niños de 1º grado, la falta de comunicación con los padres aumenta la afición televisiva de los niños, con un nivel de significación de 0.01

### EJECUCIÓN DE LA PRUEBA (2º GRADO)

**Hipótesis Nula ( $H_0$ ):**  $g_1 = g_2$  **Hipótesis Alternativa ( $H_1$ ):**  $g_1 \neq g_2$  **Nivel de Significación:**  $= 0.01$

$x_1$  = número de casos favorables al calcular  $\hat{g}_1$

$x_2$  = número de casos favorables al calcular  $\hat{g}_2$

Z sigue una distribución normal estándar N (0,1)

**Cálculos:**

$$\hat{g}_1 = 0.524324324$$
$$\hat{g}_2 = 0.527027027$$
$$\hat{g} = 0.494594595$$
$$\hat{q} = 0.505405500$$

El estadístico que prueba será:  $Z = -0.0227698$

Conclusión e Interpretación:

Como  $Z = -0.0227698$  se encuentra dentro de la región crítica, se acepta la hipótesis nula. Y por lo tanto:

Se puede afirmar que entre los niños de 2º grado, la falta de comunicación con los padres aumenta la afición televisiva de los niños, con un nivel de significación de 0.01

### EJECUCIÓN DE LA PRUEBA (3º GRADO)

**Hipótesis Nula ( $H_0$ ):**  $g_1 = g_2$

**Hipótesis Alternativa ( $H_1$ ):**  $g_1 \neq g_2$

**Nivel de Significación:**  $= 0.01$

$x_1$  = número de casos favorables al calcular  $\hat{g}_1$

$x_2$  = número de casos favorables al calcular  $\hat{g}_2$

Z sigue una distribución normal estándar N (0,1)

**Cálculos:**  $\hat{g}_1 = 0.579166667$

$$\hat{g}_2 = 0.501388889$$

$$\hat{g} = 0.540277778$$

$$\hat{q} = 0.459722000$$

El estadístico que prueba será:  $Z = -1.067946299$

Conclusión e Interpretación:

Como  $Z = -1.067946299$  se encuentra dentro de la región crítica, se acepta la hipótesis nula. Y por lo tanto:

Se puede afirmar que entre los niños de 3º grado, la falta de comunicación con los padres aumenta la afición televisiva de los niños, con un nivel de significación de 0.01

#### **EJECUCIÓN DE LA PRUEBA (4º GRADO)**

**Hipótesis Nula ( $H_0$ ):**  $g_1 = g_2$

**Hipótesis Alternativa ( $H_1$ ):**  $g_1 \neq g_2$

**Nivel de Significación:**  $= 0.01$

$x_1$  = número de casos favorables al calcular  $\hat{g}_1$

$x_2$  = número de casos favorables al calcular  $\hat{g}_2$

Z sigue una distribución normal estándar  $N(0,1)$

**Cálculos:**  $\hat{g}_1 = 0.572972973$

$$\hat{g}_2 = 0.587162162$$

$$\hat{g} = 0.580067500$$

$$\hat{q} = 0.419932500$$

El estadístico que prueba será:  $Z = -0.174875684$

Conclusión e Interpretación:

Como  $Z = -0.174875684$  se encuentra dentro de la región crítica, se acepta la hipótesis nula. Y por lo tanto:  $7_1$

Se puede afirmar que entre los niños de 4º grado, la falta de comunicación con los padres aumenta la afición televisiva de los niños, con un nivel de significación de 0.01

### **RESULTADOS FINALES:**

Como se observa en los 4 casos estudiados se puede afirmar que hay una influencia marcada en la afición televisiva de los niños por parte de la falta de comunicación con los padres. Como conclusión se puede anotar que:

La falta de comunicación entre padres e hijos provoca un incremento en las horas que estos últimos ven televisión.

### **PRUEBA DE HIPÓTESIS**

En el enunciado si “la televisión influye en el comportamiento de los niños”

Se usa como parámetro la proporción poblacional, las cuales se han estimado muestralmente como se ve en el gráfico adjunto y la tabla 22.

Sean

$g_1$  = Proporción de niños con mala comunicación con sus padres

$g_2$  = Proporción de niños con alta afición televisiva

$\hat{g}_1$  = Proporción muestral de niños con mala comunicación con sus padres

$\hat{g}_2$  = Proporción muestral de niños con alta afición televisiva

$n_1$  = Tamaño de la muestra para la proporción  $g_1$

$n_2$  = Tamaño de la muestra para la proporción  $g_2$

### **EJECUCIÓN DE LA PRUEBA**

Hipótesis nula ( $H_0$ ):  $g_1 = g_2$

Hipótesis alternativa ( $H_1$ ):  $g_1 \neq g_2$

Nivel de significación:  $= 0.01$

$x_1$  = número de casos favorables al calcular  $\hat{g}_1$

$x_2$  = número de casos favorables al calcular  $\hat{g}_2$

Z sigue una distribución normal estándar  $N(0,1)$

**Región crítica:**  $[-z_{\alpha/2}, z_{1-\alpha/2}]$

$$z_{\alpha/2} = -2.58 \text{ (de tablas)}$$

$$z_{1-\alpha/2} = 2.58 \text{ (de tablas)}$$

**Cálculos:**  $\hat{g}_1 = 0.539170507$

$$\hat{g}_2 = 0.551598100$$

$$\hat{g} = 0.542112260$$

$$\hat{q} = 0.457887802$$

El estadístico que prueba será:  $Z = -0.259823615$

Conclusión e Interpretación:

Como  $Z = -0.259823615$  se encuentra dentro de la región crítica, se acepta la hipótesis nula. Y por lo tanto:

Se puede afirmar que la afición televisiva entre los niños influye en su comportamiento con un nivel de significación de 0.01.

□

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PADRES DE FAMILIA CON NIÑOS ENTRE 5-12 AÑOS

Total de encuestados: 194 padres

### DATOS GENERALES

#### 1. Sexo de los padres encuestados

SEXO	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
M	96	49.5
F	98	50.5
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

#### 2. Edad de los padres

EDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
23-30	54	27.8
31-40	91	46.9
41-50	49	25.3
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

#### 3. Número de hijos

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
1	74	38.1
2	84	43.3
3	25	12.9
Más de 3	11	5.7
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

#### 4. Edades de los niños

EDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
5-7	120	36.6
8-10	99	30.2
11-12	72	22.0
Más de 12	37	11.3

#### 5. Número de televisores en casa

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
1	44	22.7
2	107	55.2
3	33	17.0
Más de 3	10	5.2
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

6. Personas que tienen cable

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	109	56.2
No	85	43.8
<b>TOTAL</b>	194	100

7. Horario en que los niños ven TV, según los padres.

HORARIO	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Tarde	156	80.4
Noche	14	7.2
Tarde-Noche	13	6.7
Mañana	6	3.1
Mañana-Tarde	3	1.5
Mañana-Noche	1	0.5
Mañana-Tarde-Noche	1	0.5
<b>TOTAL</b>	194	100

8. El número de horas que ven TV los niños

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
2	68	35.1
3	86	44.3
Más de 3	40	20.6
<b>TOTAL</b>	194	100

9. Entre qué horas ven los niños TV

L-V	Cantidad de padres	Porcentaje (%)	S-D	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
5-7	95	49.0	10-12	44	35.2
3-5	58	29.9	8-10	23	18.4
7-9	21	10.8	8-12	22	17.6
3-7	10	5.2	12-2	15	12.0
5-9	10	5.2	10-2	12	9.6
			8-2	9	7.2
<b>TOTAL</b>	194	100	<b>TOTAL</b>	125	100

10. Preferencia televisiva de los niños: Local o Cable

TIPO DE TELEVISIÓN	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Cable	111	57.2
Local	83	42.8
<b>TOTAL</b>	194	100

### 10.1. Tipo de programa que prefieren los niños

TIPO DE PROGRAMA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Variado	64	33.0
Dibujos	58	29.9
Infantiles	33	17.0
Series	10	5.2
Novelas	7	3.6
Cómicos	6	3.1
Musicales	5	2.6
Películas	5	2.6
Otros	4	2.1
Deportes	2	1.0
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

### 10.2. Programas preferidos por los niños

PROGRAMAS	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Pokemon	82	19.8
Karina y sus amigos	35	8.4
Dragon Ball	34	8.2
Nickelodeon	35	8.2
Digimon	24	5.8
Rugrats	22	5.3
María Pia y Timoteo	19	4.6
Sabrina	18	4.3
El Chavo del 8	15	3.6
Silvestre y Piolín	12	2.9
Pataclaun	12	2.9
Discovery Kids	10	2.4
Musicales	9	2.2
Cómicos ambulantes	9	2.2
Ranma ½	7	1.7
Betty, la fea	7	1.7
Candy	6	1.4
Clarissa	6	1.4
La Paisana Jacinta	5	1.2
Fox Kids	5	1.2
Barney	5	1.2
Suave Veneno	5	1.2
Películas de acción	4	1.0
Escalofríos	4	1.0
South Park	4	1.0
María la del barrio	3	0.7
Carita de Ángel	3	0.7
Cebollitas	3	0.7
Magaly TV	3	0.7
Mónica	2	0.5
Pocahontas	2	0.5
Teletubbies	2	0.5
Mil disculpas	2	0.5
X-Men	1	0.2
Documentales	1	0.2

**11. Canal más sintonizado por los niños**

<b>CANAL</b>	<b>Cantidad de padres</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
4	44	22.7
2	42	21.6
Otros	31	16.0
2-4	29	14.9
2-5	21	10.8
5	17	8.8
9	3	1.5
15	3	1.5
7	2	1.0
11	2	1.0
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

**12. Canales que considera mejor o peor el padre, según el horario de los hijos**

<b>CANAL</b>	<b>Mejor</b>	<b>(%)</b>	<b>Peor</b>	<b>(%)</b>
4	55	28.4	17	8.8
2	35	18.0	28	14.4
Otros	21	10.8	10	5.2
15	13	6.7	7	3.6
5	10	5.2	16	8.2
7	8	4.1	27	13.9
9	4	2.1	10	5.2
11	2	1.0	11	5.7
13	1	0.5	17	8.8
No sabe	45	23.2	51	26.3
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

**13. ¿Cree que la programación local está hecha para los niños?**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Cantidad de padres</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Si	57	13.9
No	154	79.4
Algunos	13	6.7

**14. ¿Acompaña a sus hijos a ver TV?**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Cantidad de padres</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Si	46	23.7
No	30	15.5
A veces	118	60.8
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

15. ¿Conversa con sus hijos sobre los programas?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	60	30.9
No	36	18.6
A veces	98	50.5
TOTAL	194	100

16. ¿Sus hijos se identifican con algún personaje de TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	79	40.7
No	115	59.3
TOTAL	194	100

16.1. ¿Cuál (es)?

PERSONAJES	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Ash	22	25.6
Gokú	18	20.9
Pikachu	10	11.6
Digimon	4	4.7
La Paisana Jacinta	4	4.7
Lily	3	3.5
La Roca	3	3.5
Hogan	2	2.3
Angélica	2	2.3
Sabrina	2	2.3
Karina	2	2.3
María Pia	2	2.3
Ceferino	1	1.2
Candy	1	1.2
Ruth Karina	1	1.2
Patricia Fernández	1	1.2
Regina	1	1.2
Luis Fernando	1	1.2
Lulú	1	1.2
Tommy	1	1.2
El chavo	1	1.2
La chilindrina	1	1.2
Thalía	1	1.2
Carlitos	1	1.2

17. ¿Ha observado algún cambio en la conducta de su hijo?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	98	51
No	96	49
TOTAL	194	100

17.1. ¿Cuáles son los cambios?

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje (%)
Más inquieto	55	56.1
Más violento	22	22.4
Movimiento mayor para su edad	9	9.2
Más dócil	7	7.1
Más tranquilo	4	4.1
Movimiento menor para su edad	1	1.0

18. ¿El niño ha incorporado palabras nuevas a su vocabulario?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	121	62
No	73	38
TOTAL	194	100

18.1. ¿Qué clase de palabras?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Groserías	24	20
Frases graciosas	97	80
TOTAL	121	100

19. Dentro de los castigos, ¿esta prohibirle la TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	73	38
No	69	36
A veces	52	27
TOTAL	194	100

20. ¿Lo premian con ver la TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	41	21
No	105	54
A veces	48	25
TOTAL	194	100

21. ¿El niño puede ver lo que desea o alguien lo controla?

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje (%)
Existe alguien que lo controla	138	71
El niño ve lo que quiere	56	29
TOTAL	121	100

### 21.1. ¿Quién lo controla?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Padres	99	51
Empleada	16	8
Abuelos	8	4
Tíos	6	3
Hermanos	5	3
Otros	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100</b>

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA PILOTO DIRIGIDA A PADRES DE FAMILIA Total de encuestados: 194 padres

### DATOS GENERALES

#### Sexo de los padres encuestados

SEXO	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
M	71	36.6
F	123	63.4
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

#### Edad de los padres

EDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
20-30	73	37.63
31-40	121	62.37
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

#### Número de hijos

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
1	j	35.57
2	89	45.88
3	29	14.95
Más de 3	7	3.61
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

### Edades de los niños

EDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
5-7	125	43.86
8-10	105	36.84
11-12	55	19.30

### Número de televisores en casa

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
1	35	18.04
2	87	44.85
3	55	28.35
Más de 3	17	8.76
TOTAL	194	100

### Personas que tienen cable

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	111	57.22
No	83	42.78
TOTAL	194	100

### Horario en que los niños ven TV, según los padres.

HORARIO	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Mañana	10	5.15
Tarde	147	75.77
Noche	16	8.25
Mañana-Tarde	10	5.15
Tarde-Noche	10	5.15
Mañana-Tarde-Noche	1	0.52
TOTAL	194	100

### El número de horas que ven TV los niños

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
2	70	36.08
3	75	38.66
Más de 3	49	25.26
TOTAL	194	100

### Preferencia televisiva de los niños: Local o Cable

TIPO DE TELEVISIÓN	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Cable	99	51.03
Local	92	47.42
TOTAL	194	100

### Tipo de programa que prefieren los niños

TIPO DE PROGRAMA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Cómicos	48	17.65
Dibujos	168	61.76
Novelas	11	4.04
Películas	28	10.29
Deportes	11	4.04
Otros	6	2.21

### Programas preferidos por los niños

PROGRAMAS	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Pokemon	100	37.04
Dragon Ball Z	51	18.89
Digimon	31	11.48
Rugrats	26	9.63
Chavo del 8	19	7.04
Discovery Kids	18	6.67
Cómicos ambulantes	10	3.70
Candy	8	2.96
Nickelodeon	7	2.59

### Canal mas sintonizado por los niños

CANAL	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
2	85	30.58
4	89	32.01
5	19	6.83
7	1	0.36
9	6	2.16
Otros	78	28.06

### ¿Acompaña a sus hijos a ver TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	73	37.63
No	88	45.36
A veces	33	17.01
TOTAL	194	100

### ¿Conversa con sus hijos sobre los programas?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	126	64.95
No	51	26.29
A veces	17	8.76
TOTAL	194	100

¿Sus hijos se identifican con algún personaje de TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	90	46.39
No	102	52.28
No opinó	2	1.03
TOTAL	192	100

¿Ha observado algún cambio en la conducta de su hijo?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	98	51
No	96	49
TOTAL	194	100

¿Cuáles son los cambios?

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje (%)
Más violento	66	76.74
Más dócil	17	19.77
No identificó	3	3.49

¿El niño ha incorporado palabras nuevas a su vocabulario?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	156	80.41
No	38	19.59
TOTAL	194	100

Dentro de los castigos, ¿esta prohibirle la TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	103	53.09
No	91	46.91
TOTAL	194	100

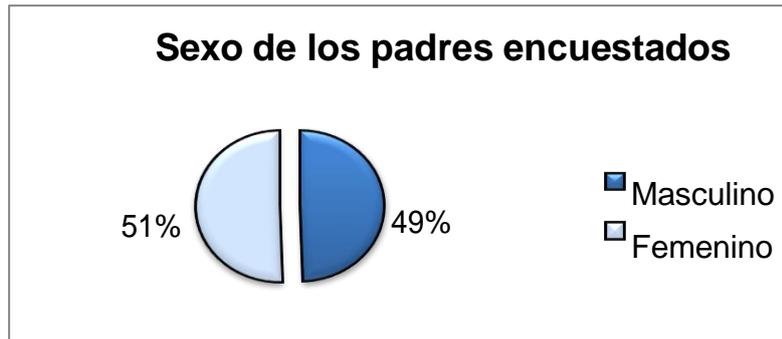
¿Lo premian con ver la TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	56	28.87
No	138	71.13
TOTAL	194	100

## INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

### 1. Sexo de los padres encuestados

SEXO	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
M	96	49.5
F	98	50.5
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

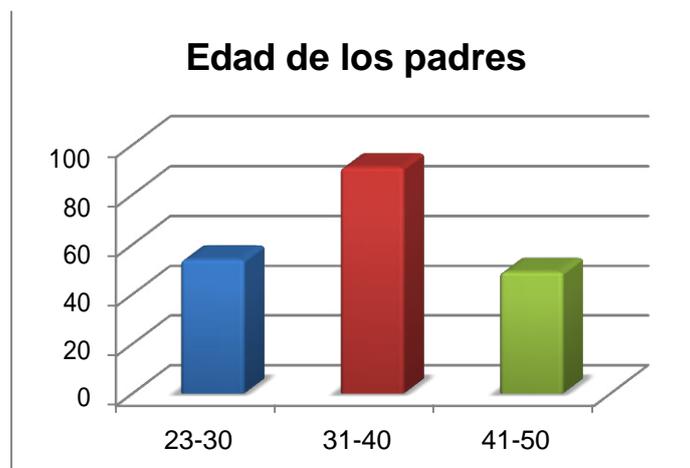


### INTERPRETACIÓN:

De la población total de entrevistados, 194 padres, el mayor porcentaje es del sexo femenino

### 2. Edad de los padres

EDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
23-30	54	27.8
31-40	91	46.9
41-50	49	25.3
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

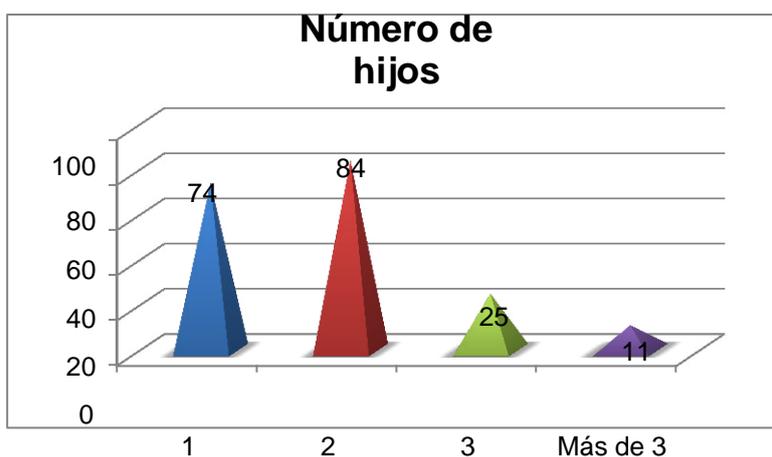


### INTERPRETACIÓN:

La mayor parte de los encuestados se encuentra entre los 31 a los 40 años de edad.

### 3. Número de hijos

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
1	74	38.1
2	84	43.3
3	25	12.9
Más de 3	11	5.7
<b>TOTAL</b>	194	100

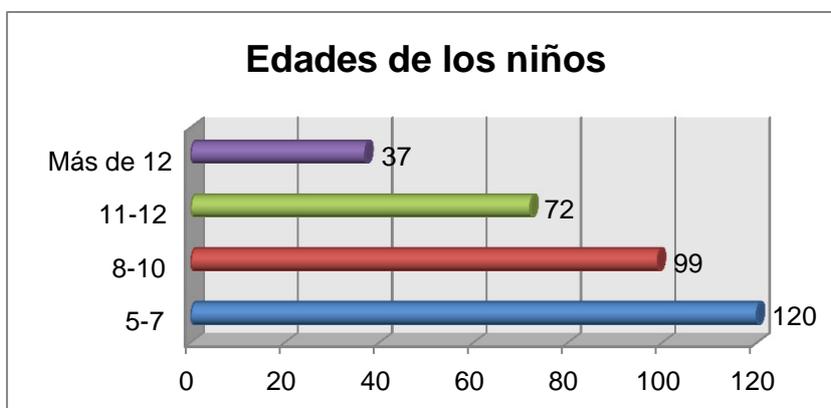


#### INTERPRETACIÓN:

El mayor porcentaje es de padres que tienen 2 hijos (43.3%) y el menor porcentaje pertenece a los padres con más de 3 hijos (5.7%).

### 4. Edades de los niños

EDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
5-7	120	36.6
8-10	99	30.2
11-12	72	22.0
Más de 12	37	11.3

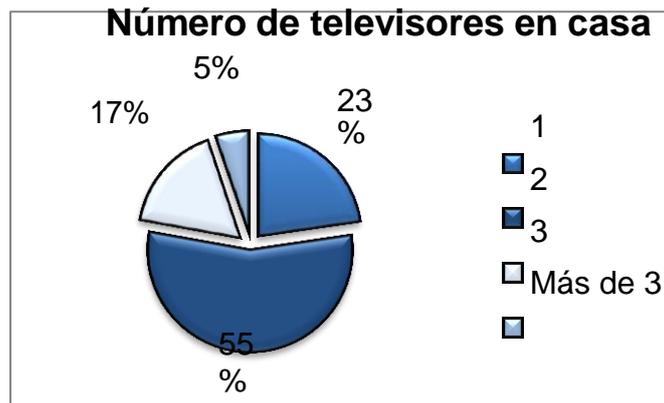


#### INTERPRETACIÓN:

La mayoría de niños tienen entre 5 y 7 años, lo que representa el 36.6% del total de los encuestados.

5. Número de televisores en casa

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
1	44	22.7
2	107	55.2
3	33	17.0
Más de 3	10	5.2
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>



INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los padres entrevistados tienen 2 televisores en sus hogares

6. Personas que tienen cable

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	109	56.2
No	85	43.8
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>



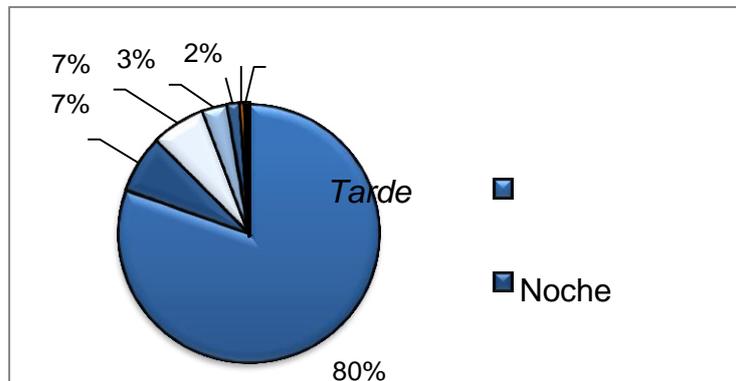
INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los padres entrevistados tiene cable en sus hogares.

7. Horario en que los niños ven TV, según los padres.

HORARIO	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Tarde	156	80.4
Noche	14	7.2
Tarde-Noche	13	6.7
Mañana	6	3.1
Mañana-Tarde	3	1.5
Mañana-Noche	1	0.5
Mañana-Tarde-Noche	1	0.5
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

**Horario en que los niños ven TV**



INTERPRETACIÓN:

Los niños prefieren ver TV en las tardes, en ese horario se encuentran en sus casas y la programación es más adecuada para ellos.

8. El número de horas que ven TV los niños

CANTIDAD	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
2	68	35.1
3	86	44.3
Más de 3	40	20.6
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

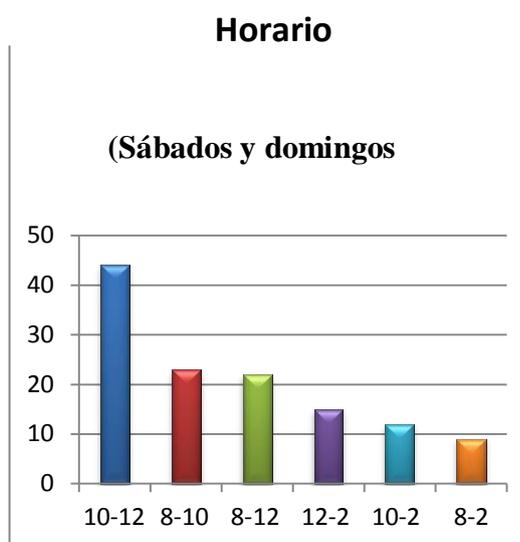
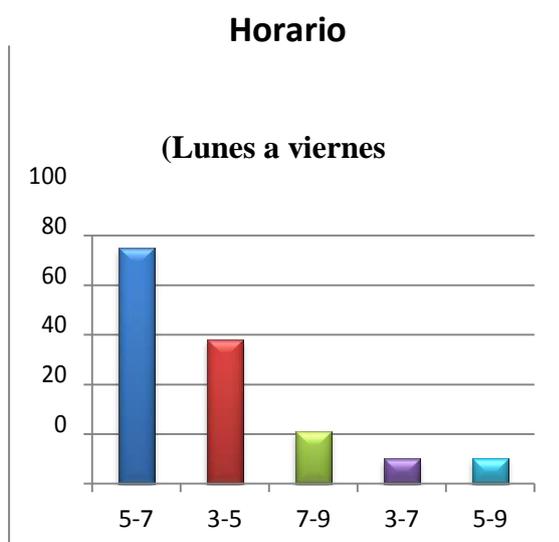


9. Entre qué horas ven los niños TV

L-V	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
5-7	95	49.0
3-5	58	29.9
7-9	21	10.8
3-7	10	5.2
5-9	10	5.2

<b>TOTAL</b>	194	100
--------------	-----	-----

S-D	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
10-12	44	35.2
8-10	23	18.4
8-12	22	17.6
12-2	15	12.0
10-2	12	9.6
8-2	9	7.2
<b>TOTAL</b>	125	100



**INTERPRETACIÓN:**

**De lunes a viernes:**

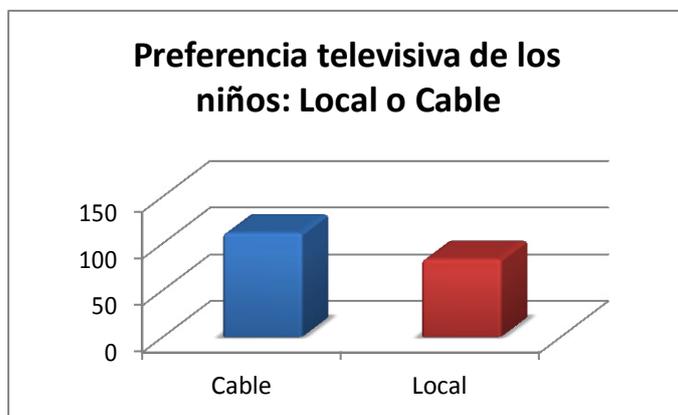
El horario de mayor frecuencia para los niños es de 5 a 6 de la tarde, debido a la programación que presentan las televisoras.

**De sábados y domingos:**

La mayoría prefiere ver la televisión entre las 10 y las 12 del día.

## 10. Preferencia televisiva de los niños: Local o Cable

TIPO DE TELEVISIÓN	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
<b>Cable</b>	111	57.2
<b>Local</b>	83	42.8
<b>TOTAL</b>	194	100



### INTERPRETACIÓN:

El 57.2%, que representa la mayoría de los niños, prefieren ver la programación de la TV por cable

### 10.1. Tipo de programa que prefieren los niños

TIPO DE PROGRAMA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
<b>Variado</b>	64	33.0
<b>Dibujos</b>	58	29.9
<b>Infantiles</b>	33	17.0
<b>Series</b>	10	5.2
<b>Novelas</b>	7	3.6
<b>Cómicos</b>	6	3.1
<b>Musicales</b>	5	2.6
<b>Películas</b>	5	2.6
<b>Otros</b>	4	2.1
<b>Deportes</b>	2	1.0
<b>TOTAL</b>	194	100



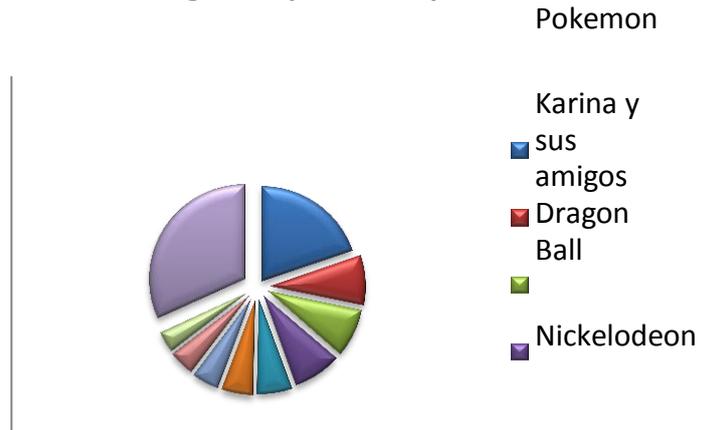
### INTERPRETACIÓN:

La mayoría de niños entre 5 y 12 años prefieren ver dibujos animados y programas infantiles, mientras los tipos de programas menos observados son los de deportes.

#### 10.2. Programas preferidos por los niños

PROGRAMAS	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Pokemon	82	19.8
Karina y sus amigos	35	8.4
Dragon Ball	34	8.2
Nickelodeon	35	8.2
Digimon	24	5.8
Rugrats	22	5.3
María Pia y Timoteo	19	4.6
Sabrina	18	4.3
El Chavo del 8	15	3.6
Silvestre y Piolín	12	2.9
Pataclaun	12	2.9
Discovery Kids	10	2.4
Musicales	9	2.2
Cómicos ambulantes	9	2.2
Ranma ½	7	1.7
Betty, la fea	7	1.7
Candy	6	1.4
Clarissa	6	1.4
La Paisana Jacinta	5	1.2
Fox Kids	5	1.2
Barney	5	1.2
Suave Veneno	5	1.2
Películas de acción	4	1.0
Escalofríos	4	1.0
South Park	4	1.0
María la del barrio	3	0.7
Carita de Ángel	3	0.7
Cebollitas	3	0.7
Magaly TV	3	0.7
Mónica	2	0.5
Pocahontas	2	0.5
Teletubbies	2	0.5
Mil disculpas	2	0.5
X-Men	1	0.2
Documentales	1	0.2

### Programas preferidos por los niños

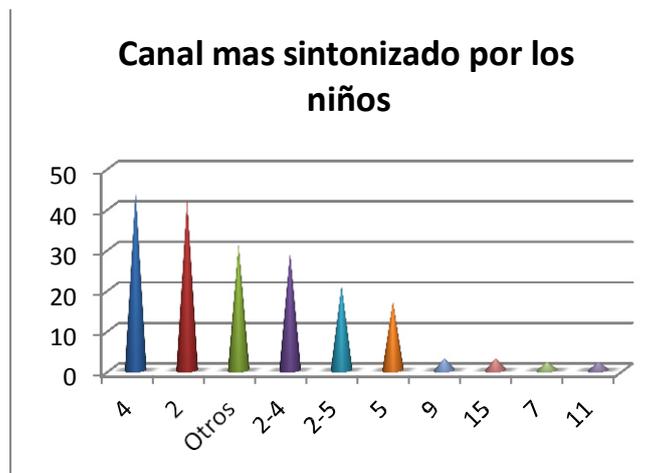


### INTERPRETACIÓN:

Entre los programas que tienen mayor sintonía entre los niños encontramos los dibujos animados, a comparación de los documentales que tienen menos aceptación.

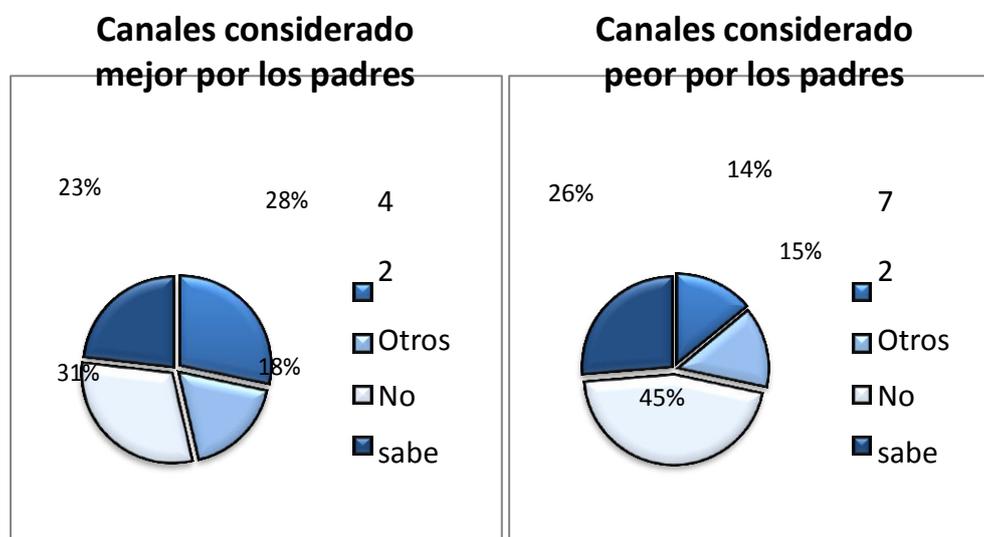
### 11. Canal más sintonizado por los niños

CANAL	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
4	44	22.7
2	42	21.6
Otros	31	16.0
2-4	29	14.9
2-5	21	10.8
5	17	8.8
9	3	1.5
15	3	1.5
7	2	1.0
11	2	1.0
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>



12. Canales que considera mejor o peor el padre, según el horario de los hijos

CANAL	Mejor	(%)	Peor	(%)
4	55	28.4	17	8.8
2	35	18.0	28	14.4
Otros	21	10.8	10	5.2
15	13	6.7	7	3.6
5	10	5.2	16	8.2
7	8	4.1	27	13.9
9	4	2.1	10	5.2
11	2	1.0	11	5.7
13	1	0.5	17	8.8
No sabe	45	23.2	51	26.3
TOTAL	194	100	194	100



INTERPRETACIÓN:

**Canales considerados mejores por los padres**

Tanto el canal 4 como el canal 2 son los que alcanzan mayor preferencia entre los padres, estos opinan que ofrecen un mayor porcentaje de programas adecuados para los niños.

**Canales considerados peores por los padres**

Por otro lado los canales que son considerados inadecuados para los niños por sus padres son en su mayoría el canal 2 y el canal 7.

13. ¿Cree que la programación local está hecha para los niños?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	57	13.9
No	154	79.4
Algunos	13	6.7



INTERPRETACIÓN:

Mayoritariamente los padres opinan que la programación local no brinda programas adecuados para sus niños, no presentan un contenido adecuado y propio en sus programas.

14. ¿Acompaña a sus hijos a ver TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	46	23.7
No	30	15.5
A veces	118	60.8
TOTAL	194	100



15. ¿Conversa con sus hijos sobre los programas?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	60	30.9
No	36	18.6
A veces	98	50.5
TOTAL	194	100

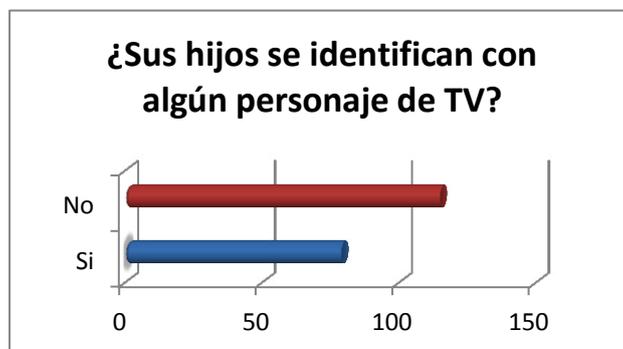


INTERPRETACIÓN:

Gran parte de los padres, solo conversan con sus hijos a veces acerca de los programas que ven, esto se debe en muchos de los casos a la falta de comunicación entre ambos, o porque no toman ni los niños ni los padres, los programas que ven.

16. ¿Sus hijos se identifican con algún personaje de TV?

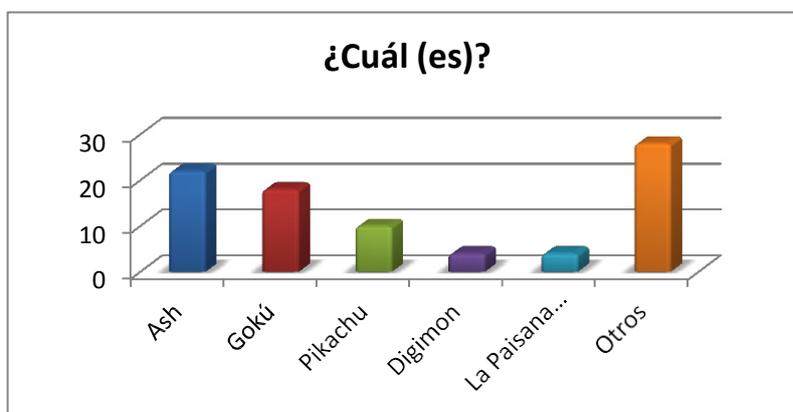
RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	79	40.7
No	115	59.3
TOTAL	194	100



INTERPRETACIÓN:

16.1. ¿Cuál (es)?

PERSONAJES	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Ash	22	25.6
Gokú	18	20.9
Pikachu	10	11.6
Digimon	4	4.7
La Paisana Jacinta	4	4.7
Lily	3	3.5
La Roca	3	3.5
Hogan	2	2.3
Angélica	2	2.3
Sabrina	2	2.3
Karina	2	2.3
María Pia	2	2.3
Ceferino	1	1.2
Candy	1	1.2
Ruth Karina	1	1.2
Patricia Fernández	1	1.2
Regina	1	1.2
Luis Fernando	1	1.2
Lulú	1	1.2
Tommy	1	1.2
El chavo	1	1.2
La chilindrina	1	1.2
Thalía	1	1.2
Carlitos	1	1.2

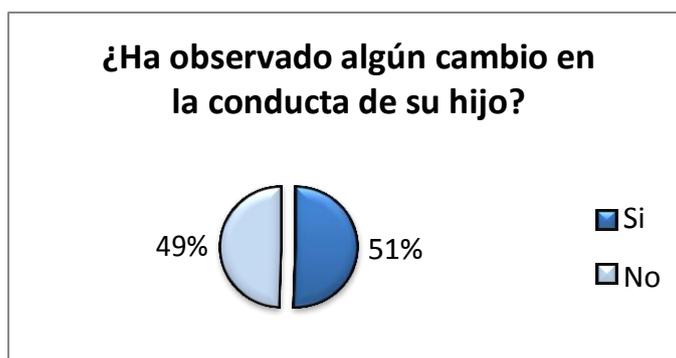


INTERPRETACIÓN:

En este caso los niños se identifican en su mayoría con el personaje Ash de Pokemon, Gokú de Dragon Ball y Pikachu de Pokemon.

17. ¿Ha observado algún cambio en la conducta de su hijo?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	98	51
No	96	49
<b>TOTAL</b>	194	100

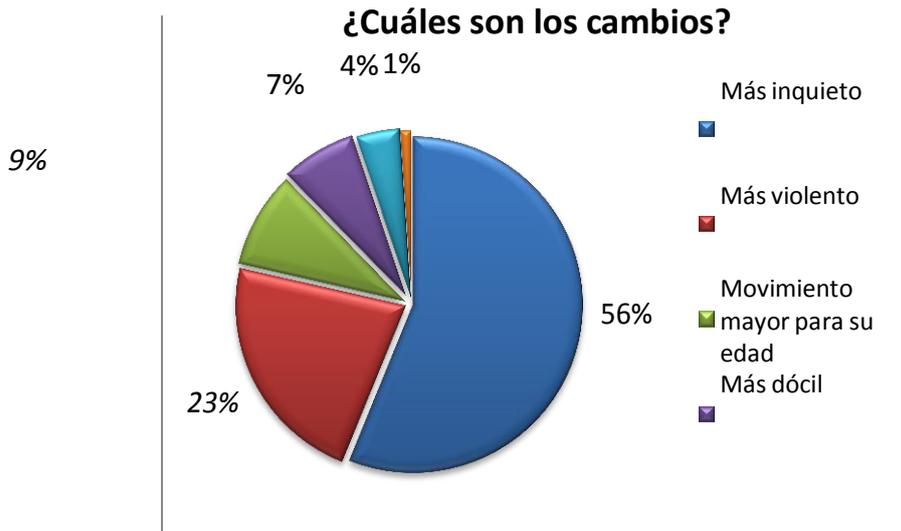


#### INTERPRETACIÓN:

Entre los padres encuestados, un 51% afirma que ha notado cambios en la conducta de sus hijos, mientras un 49% sostiene no haber notado ningún cambio.

17.1. ¿Cuáles son los cambios?

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje (%)
Más inquieto	55	56.1
Más violento	22	22.4
Movimiento mayor para su edad	9	9.2
Más dócil	7	7.1
Más tranquilo	4	4.1
Movimiento menor para su edad	1	1.0



**INTERPRETACIÓN:**

A los padres que se les realizó esta pregunta fueron solo los que afirmaron que habían notado un cambio en la conducta de sus hijos.

La mayoría de padres (55) afirmaron que ven a sus hijos más inquietos, lo que representa un 56%, mientras una proporción del 23% afirma que ve a sus hijos más violentos.

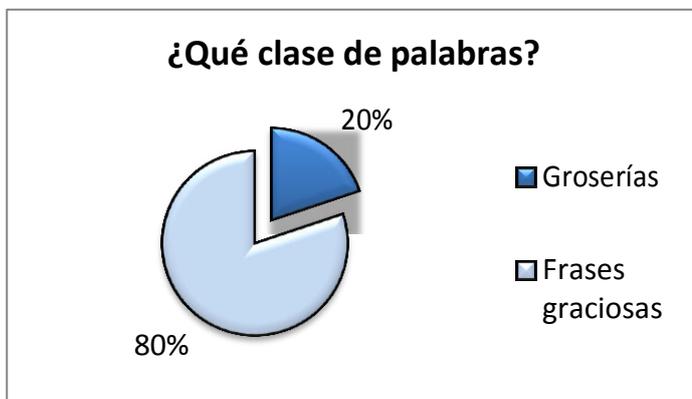
**18. ¿El niño ha incorporado palabras nuevas a su vocabulario?**

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	121	62
No	73	38
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>



18.1. ¿Qué clase de palabras?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
<b>Groserías</b>	24	20
<b>Frases graciosas</b>	97	80
<b>TOTAL</b>	121	100

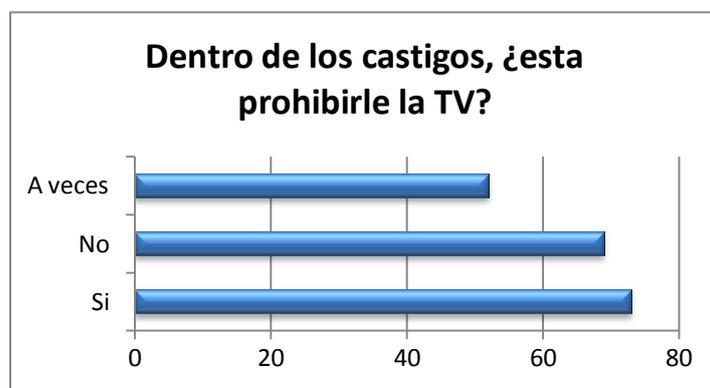


**INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de los padres encuestados que representan un porcentaje de 80% afirman que las palabras que sus hijos han incorporado en su vocabulario son frases graciosas, mientras que un 20% afirma que sus hijos han incorporado groserías.

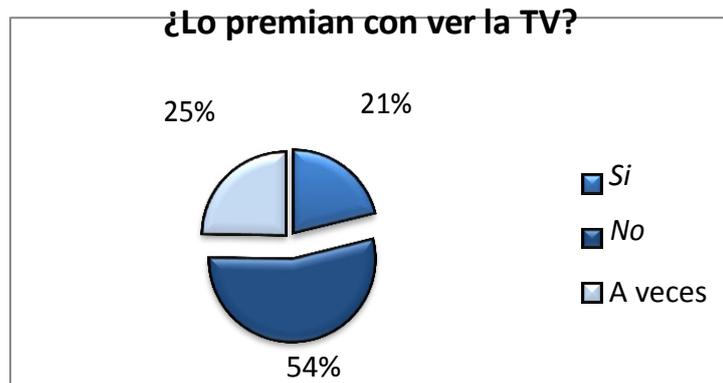
19. Dentro de los castigos, ¿está prohibirle la TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
<b>Si</b>	73	38
<b>No</b>	69	36
<b>A veces</b>	52	27
<b>TOTAL</b>	194	100



20. ¿Lo premian con ver la TV?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
Si	41	21
No	105	54
A veces	48	25
<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100</b>

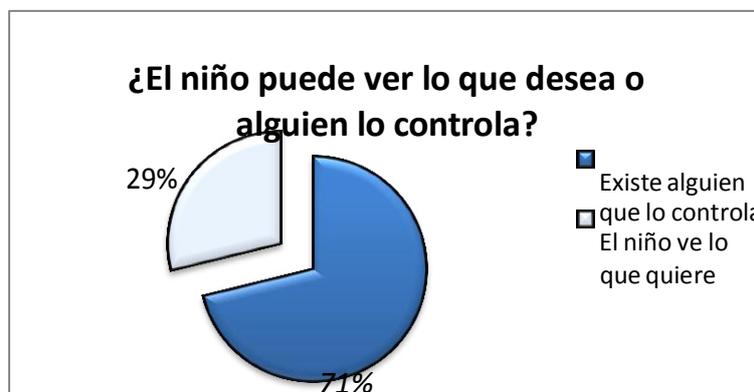


INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los padres (54%) negaron premiar a sus hijos con la TV, mientras que un 21% afirmó hacerlo y un 25% lo hace a veces.

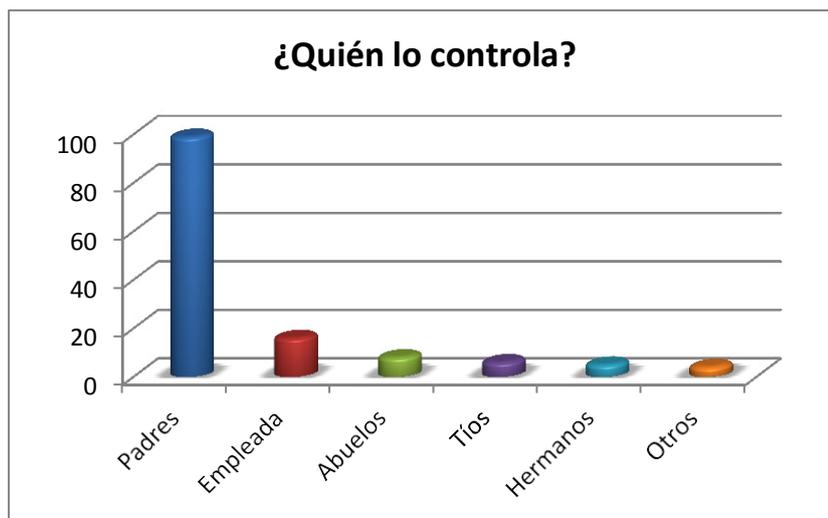
21. ¿El niño puede ver lo que desea o alguien lo controla?

RESPUESTA	Cantidad	Porcentaje (%)
Existe alguien que lo controla	138	71
El niño ve lo que quiere	56	29
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100</b>



### 21.1. ¿Quién lo controla?

RESPUESTA	Cantidad de padres	Porcentaje (%)
<b>Padres</b>	99	51
<b>Empleada</b>	16	8
<b>Abuelos</b>	8	4
<b>Tíos</b>	6	3
<b>Hermanos</b>	5	3
<b>Otros</b>	4	2



#### INTERPRETACIÓN:

Los mismos padres respondieron que ellos eran los que controlan lo que ven en la televisión sus hijos en un 51%, mientras con menor frecuencia son los hermanos quienes supervisan a los niños (3%).

## TABLA DE TABULACIÓN DE PROGRAMAS PARA NIÑOS

Setiembre del 2000

Canal 2: Frecuencia Latina

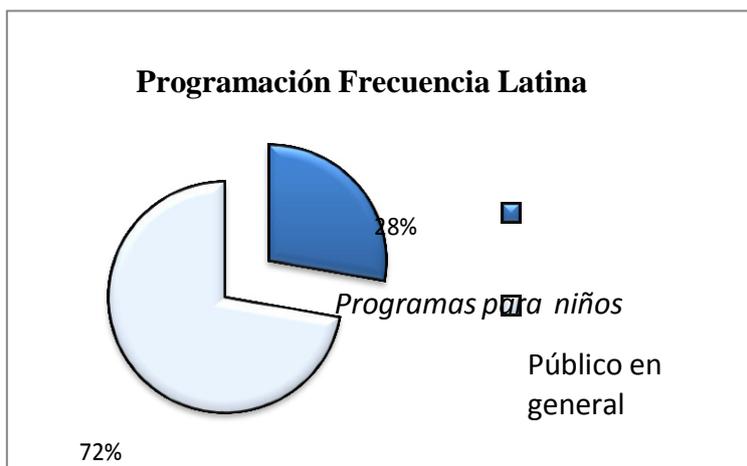
### HORAS

PROGRAMAS	NRO. DE HORAS	%
Programas para niños	5	27.8
Público en general	13	72.2
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

**18** horas de programación **total**

**13** horas de programación **para público en general**

**5** horas de programación **para niños**



INTERPRETACIÓN:

El 27.8% de la programación está dirigida a los niños.

El 72.2% de horas de la programación está dirigido al público en general.

Canal 2: Frecuencia Latina

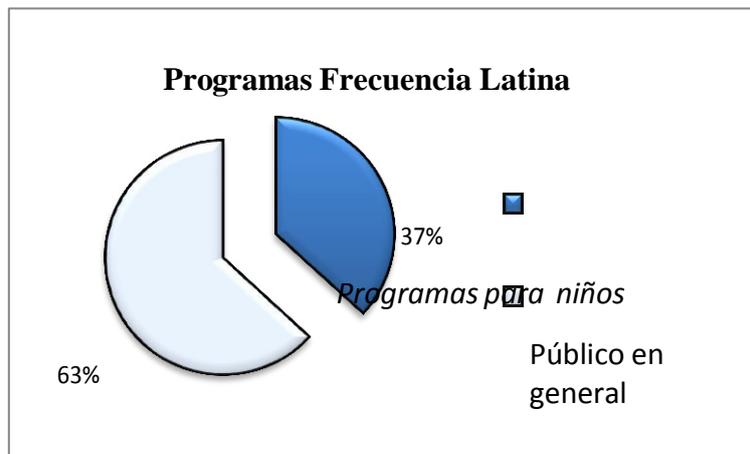
PROGRAMAS

PROGRAMAS	NRO. DE PROGRAMAS	%
Programas para niños	7	36.8
Público en general	12	63.2
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

19 programas en total

12 programas para público en general

7 programas para niños



## INTERPRETACIÓN:

El 36.8% de los programas de Frecuencia Latina están dirigidos a los niños. El 63.2% representa los programas dirigidos al público en general.

Canal 4: América TV

## HORAS

PROGRAMAS	NRO. DE HORAS	%
Programas para niños	4	22.2
Público en general	14	77.9
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

**18 horas de programación total**

**14 horas de programación para público en general**

**4 horas de programación para niños**



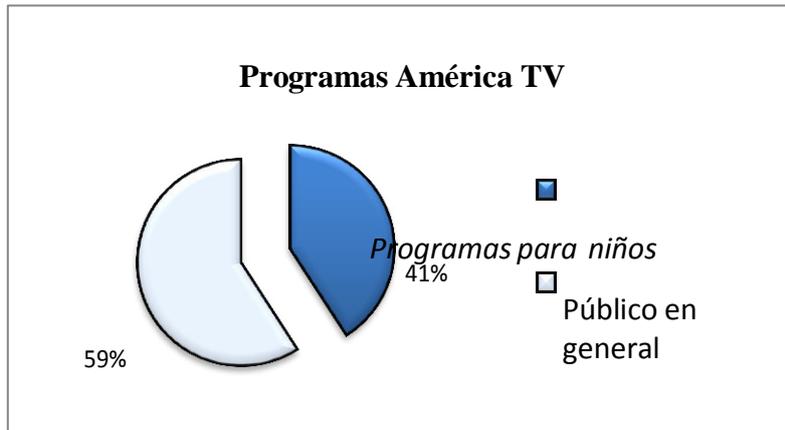
El 77.9% de horas de la programación está dirigido al público en general.

Canal 4: América TV

## PROGRAMAS

PROGRAMAS	NRO. DE PROGRAMAS	%
Programas para niños	9	40.9
Público en general	13	59.09
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

**22 programas en total**  
**13 programas para público en general**  
**9 programas para niños**



**INTERPRETACIÓN:**

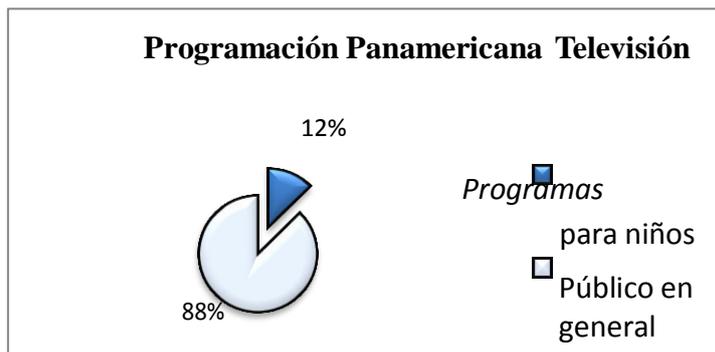
El 40.9% de los programas de América TV están dirigidos a los niños. El 59.1% representa los programas dirigidos al público en general.

Canal 5: Panamericana Televisión

**HORAS**

PROGRAMAS	NRO. DE HORAS	%
<b>Programas para niños</b>	2	12.5
<b>Público en general</b>	14	87.5
<b>TOTAL</b>	16	100

**16 horas de programación total**  
**14 horas de programación para público en general**  
**2 horas de programación para niños**



**INTERPRETACIÓN:**

El 12.5% de la programación está dirigida a los niños.

El 87.5% de horas de la programación está dirigido al público en general.

Canal 5: Panamericana Televisión

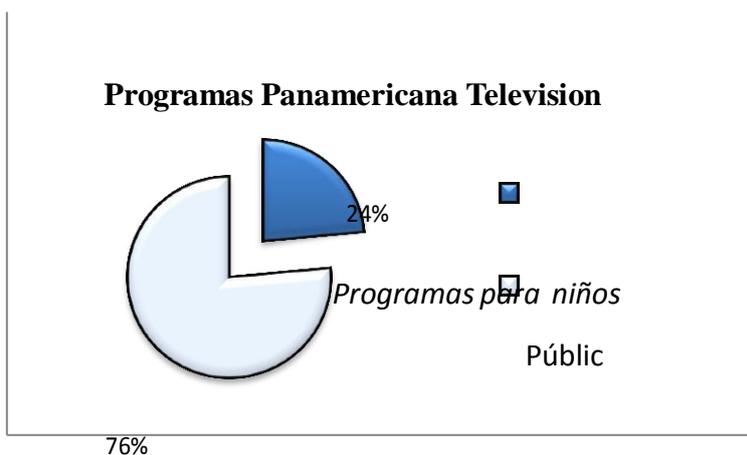
**PROGRAMAS**

PROGRAMAS	NRO. DE PROGRAMAS	%
<b>Programas para niños</b>	4	23.5
<b>Público en general</b>	13	76.5
<b>TOTAL</b>	17	100

**17 programas en total**

**13 programas para público en general**

**4 programas para niños**



Canal 7: TNP

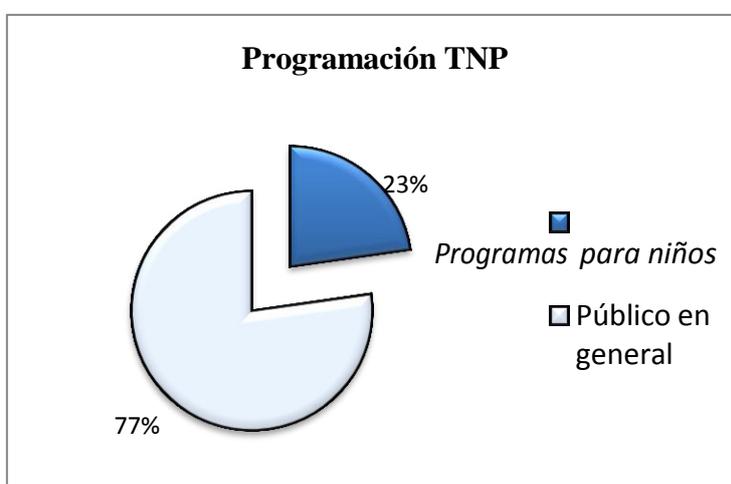
HORAS

PROGRAMAS	NRO. DE HORAS	%
Programas para niños	5	22.7
Público en general	17	77.3
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

**22 horas de programación total**

**17 horas de programación para público en general**

**5 horas de programación para niños**



INTERPRETACIÓN:

El 22.7% de la programación está dirigida a los niños.

El 77.3% de horas de la programación está dirigido al público en general.

Canal 7: TNP

**PROGRAMAS**

PROGRAMAS	NRO. DE PROGRAMAS	%
Programas para niños	10	45.5
Público en general	12	54.5
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

**22 programas en total**

**12 programas para público en general**

**10 programas para niños**

Canal 13: RED GLOBAL

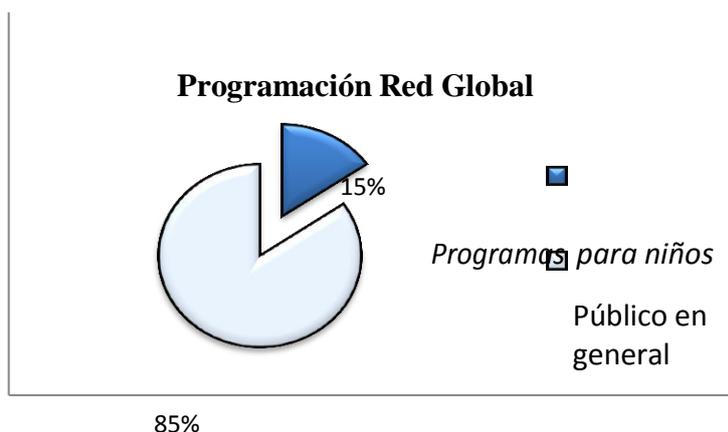
### HORAS

PROGRAMAS	NRO. DE HORAS	%
Programas para niños	2	15.4
Público en general	11	84.6
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100</b>

**13** horas de programación **total**

**11** horas de programación **para público en general**

**2** horas de programación **para niños**



Canal 13: Red Global

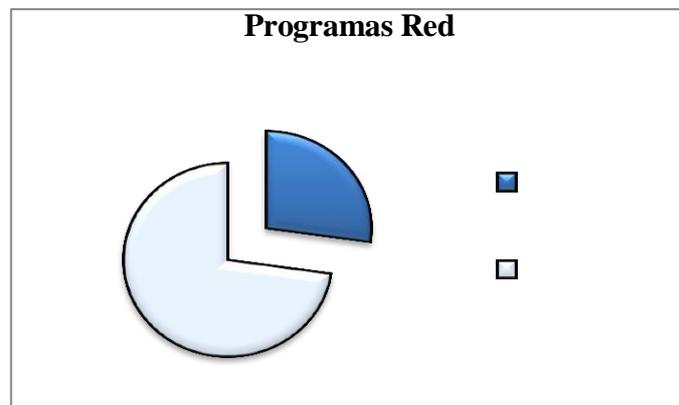
### PROGRAMAS

PROGRAMAS	NRO. DE PROGRAMAS	%
Programas para niños	3	27.3
Público en general	8	72.7
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

**11** programas **en total**

**8** programas **para público en general**

**3** programas **para niños**



**INTERPRETACIÓN:**

El 27.3% de los programas de Red Global están dirigidos a los niños. El 72.7% representa los programas dirigidos al público en general.

## CONCLUSIONES

Luego de haber realizado la investigación en curso, podemos arribar a las siguientes conclusiones:

- La incomunicación familiar lleva al niño a estar muchas horas frente a la pantalla de la televisión, según lo indica más del 50% de los niños encuestados. Afirmándose el criterio que la televisión se configura en un estímulo que influye en el comportamiento de los niños, reflejado en el uso de frases y términos lingüísticos en una indudable relación verbo-icónica, expresada por los personajes de los programas; además de la imitación de los mismos con posturas y ademanes, y la relación lúdica, bailes y manifestaciones alegóricas de diversos tipos; demostrando de esa manera que la imitación es el primer mecanismo de aprendizaje que tienen los niños, el problema es que éstas no son selectivas en lo bueno o lo negativo que imitan y lo realizan a partir de modelos reales o de ficción. Además de la afición por coleccionar objetos alegóricos, inanimados, figuritas, posters, entre otros productos del entretenimiento.
- No obstante ello, podemos comprobar que la televisión no es una influencia negativa en el bajo rendimiento académico (escolar) del niño, como lo demuestran los resultados de la pregunta nº 16 de las encuestas realizadas; donde más del 50% de los niños cumplen con realizar tareas académicas, respetando a su vez sus horarios destinados al estudio. Tal vez uno de los factores que contribuyen a tal fin son la exigencia y la rigurosidad del colegio Claretiano, con su metodología pedagógica, que se constituye en una barrera para ver la “tele”, antes que cumplir con las obligaciones académicas.
- A la luz de lo expresado en los acápites del diagrama de dispersión de **rendimiento académico** vs **horas de observación televisiva**, se pudo comprobar el enunciado de hipótesis que sostiene que si el niño ve muchas horas de televisión entonces tendrá bajo rendimiento

escolar podemos indicar que se **comprueba que esta hipótesis es nula, porque la Televisión no influye en el rendimiento académico.**

Mientras que las conclusiones de la segunda parte son las siguientes:

- Después de haber analizado tanto la encuesta piloto y la encuesta de profundización realizada a 194 padres sobre sus hijos de 5 a 12 años, se llegó a comprobar que la TV sí influye en los niños como medio persuasivo y de captación.
- La mayoría de los padres afirmaron que sus hijos tenían una marcada preferencia, en ver la televisión en las tardes, pues era la hora en que llegaban de sus actividades escolares.
- Luego se comprobó que los niños veían más programas animados como por ejemplo: Pokemon (canal 4), Karina y sus amigos (canal 2), Dragon Ball (canal 4), Digimon (canal 4), como marcada preferencia se tomó que el canal 4 es el más sintonizado por los niños por tener una gran variedad de programación y fue también con la pregunta que se hizo a los padres sobre cuál era el mejor canal de televisión coincidiendo que era dicho canal el mejor.
  - Muchos padres afirmaron que por motivos de trabajo a veces no acompañaban a sus hijos a ver la televisión, pero si tenían un control sobre los programas que veían sus hijos.
  - También se pudo comprobar que la televisión emite programas no aptos para niños y que producen cambios en la conducta de estos a la vez que introduce nuevas palabras a su vocabulario, por lo general frases graciosas de los programas preferidos de los niños.
  - La gran mayoría de padres encuestados negaron que dentro de los castigos estaba prohibirles ver la televisión a sus hijos y también afirmaron que no los premian con verla, pues dentro de las reglas de los padres habían otras prioridades más cercanas a los niños.

## RECOMENDACIONES

- 1) Que se establezca como política educativa una directiva orientada a establecer un **Programa de Educación Familiar** destinado a orientar a los padres de familia sobre el consumo de la televisión por los niños y fortalecer aspectos críticos sobre los contenidos de los programas y sus efectos en los mismos.
- 2) Que en los Programas Extracurriculares de los colegios se incluya actividades sobre Análisis de Mensajes de los programas de televisión que se emiten (en el Plano del Contenido qué programas ver y cuándo y con quién ver la televisión). A cargo de profesionales competentes sobre Lenguaje de los Medios y el Desarrollo de contenidos, sobre todo la lectura de los contenidos subliminales.
- 3) Como política Pública que se exija a las empresas de radiodifusión que antes de cada programa indiquen en pantalla a quién está destinado el programa a emitir y en condiciones los deben de Ver. Sobre todos los sujetos receptores como son los niños.
- 4) Que la comunidad esté informada, a través de la prensa diaria, sobre la programación televisiva diaria de cada Canal de Televisión, como era habitual desde la aparición de la televisión comercial en el Perú. Ello contribuiría de que el público, especialmente los padres de los niños en edad escolar, estén informados sobre los Programas y sus respectivos horarios, con la finalidad de tener juicios de Valor que orienten a los niños de lo que deben ver y cuándo ver la Televisión.
- 5) Insistir, desde la Escuela, la imperiosa necesidad de promover el diálogo constante de los padres de familia con los niños a cerca de las narrativas que realizan los Medios en su conjunto y la importancia de lo fantástico y lo real. Y los comportamientos Verbo Icónico que evidencien los niños, muchas veces intrascendentes para el quehacer cotidiano.

## BIBLIOGRAFÍA

ALFARO, Rosa María y MACASSI, Sandro. (1995), *Seducidos por la Tele*. Primera Edición. Puno: Asociación de Comunicadores Sociales, CALANDRIA.

ALMANAQUE MUNDIAL 1997.

AYZANO DEL CARPIO, Gerardo. (1986). Evaluación del rendimiento escolar. Puno, Ministerio de Educación.

BERGER, Peter y LUCKMANN, (1995) Thomas. *La construcción de la realidad social*. BB.AA. Amorrortu Editores.

BROWN, Laurene, (1996) Cómo utilizar bien los Medios de Comunicación. México. PAIDOS.

DE LA MOTA, Ignacio. (1988). Diccionario de la Comunicación. Madrid.

PARANINFO. DEL RÍO, P., ÁLVAREZ, A y DEL RÍO, M. Pigmalión. (2004) *Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid. Fundación infancia y aprendizaje.

DIARIO EL COMERCIO, (1998) Secciones: Niños, Espectáculos, Juventud.

Puno. EL PEQUEÑO LAROUSSE ILUSTRADO. (2002). Diccionario Enciclopédico. Bogotá.

GARCÍA G, María del Carmen. (2000). *Televisión, violencia e infancia*. Barcelona. PAIDOS.

GONZALÉZ, Carlos. (2005). Principios básicos de comunicación. México.

Trillas. KLAIBER, Jeffrey, (1988) *Violencia y crisis de Valores en el Perú*. Puno. PUCP. KUBEY, R y CSIKSZENTMIHALVI, M. *Television and the quality of life: How viewing shapes everyday experience*. (1990). Hillsdale, NJ. LEA.

LOPÈZ VIERA, Luis *Comunicación Social: Selección de textos*. (2003) La Habana. Edit. Félix Varela

MARTIN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. (1986) México.

G.Gilli. OROZCO, Guillermo. *Televisión y Audiencias*. (1996) Madrid. Univ. Iberoamericana.

OROZCO, Guillermo. (1992). *La influencia de la televisión en la educación de niños y jóvenes: opiniones, mitos y hechos*. México. Universidad Iberoamericana. Reporte ocasional n° 3 PROII-COM

PINEDA, Migdalia. *Las ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI*. (2004) Maracaibo-Venezuela. Ediluz.

REVISTA CARETAS N° 22 (1999) Puno.

ROSENTAL, M.M. (1990). *Diccionario Filosófico*. Buenos Aires. Ediciones pueblos Unidos.

SERRANO, Rafael. *Reproducción e innovación*. (1988) México. UNM-ENEAP. Acatlán. Cuadernos de Función docente n° 25.

TARCE, Jorge. (1993) *Televisión y familia*. Madrid. G. Gilli.

TARRONI, Evelina. *Los niños, La radio y la televisión*. (1962). Madrid. Studion.

TORRES BARBOSA, Aurora. *Comunicación e información en la sociedad del conocimiento*. Cuba, 2004. ZERUS S.A.

UNESCO, *Impacto de la Televisión educativa en la Infancia*. (1983). Paris. Talleres Unesco.

VILCHEZ, Lorenzo. *La Televisión: los efectos del bien y del mal*. (1996). Madrid. PAIDOS.

VILCHEZ M, Luis Fernando. (1999). *Televisión y familia*. Madrid. PPC.

VYGOTSKY, Lev S. *Pensamiento y Lenguaje: Comentario críticos de Jean Piaget*. (1973) BB., AA. La Pléyade.

WARREN, Howard. (1990). *Diccionario de Psicología*. México. Fondo de Cultura Económica.

WOLF, Mauro. (1987) *Los efectos sociales de los medios*. Barcelona. PAIDOS.

# **ANEXOS**

ENCUESTA PILOTO

**ENCUESTA**

Niños: 5 a 12 años

A = 20-30 años

B = 31-40 años

**Datos:**

1. Sexo:                                    M                                    F
2. Edad:                                    A                                    B
3. Distrito de procedencia: \_\_\_\_\_
4. Nº de hijos:                            1                                    2                                    3                                    Más
5. Edades: \_\_\_\_\_
6. Nº de Tv en el hogar:                    1                                    2                                    3                                    Más
7. ¿Tiene cable?: Si                                    No
8. ¿En qué horarios ven sus hijos Tv?:                                    Mañana                                    Tarde                                    Noche
9. ¿Cuántas horas ven TV?                                    2                                    3                                    Más
10. ¿Qué programas prefieren?  
 Tipo:                                    Cómicos                                    Dibujos                                    Novelas  
                                   Películas                                    Deportes                                    Otros
- Título(s): \_\_\_\_\_
11. ¿Qué canal sintoniza más el niño?:                    2                                    4                                    5                                    7                                    9                                    Otros
12. ¿Los acompañan a ver TV?                                    Si                                    No
13. ¿Conversan o comentan los programas?                                    Si                                    No
14. ¿Se identifican sus hijos con algún personaje? Si                                    No  
                                   ¿Cuál?: \_\_\_\_\_
15. ¿Ha observado algún cambio en el comportamiento de su hijo?  
                                   Si                                    No  
                                   ¿Cuál?:                                    Más violento                                    Más dócil
16. ¿Su hijo ha incorporado nuevas palabras en su vocabulario provenientes de la TV?

	Si	No
17. Entre los castigos, ¿esta prohibirle la TV?:	Si	No
18. ¿Lo premian con ver TV?	Si	No

**ENCUESTA**

**ENCUESTA**

Niños: 5 a 12 años

A = 20-30 años  
 B = 31-40 años  
 C = 41-50 años

**Datos:**

1. Sexo: M F
2. Edad: A B C
3. Distrito de procedencia: \_\_\_\_\_
4. Nº de hijos: 1 2 3 Más
5. Edades: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_
6. Nº de Tv en el hogar: 1 2 3 Más
7. ¿Tiene cable?: Si No
8. ¿En qué horarios ven sus hijos Tv?: Mañana Tarde Noche
9. ¿Cuántas horas ven TV?: 2 3 Más
10. ¿Entre qué horas ven TV?:  
 Lunes-Viernes  3-5 pm 5-7 pm 7-9 pm  
 Sábado-Domingo  8-10 am 10-12 m 12-2 pm
11. ¿Qué programas prefieren?  
 Tipo: Cómicos Dibujos Novelas Películas Deportes Otros  
 Título(s): \_\_\_\_\_
12. ¿Qué canal sintoniza más el niño?: 2 4 5 7 9 Otros: \_\_\_\_\_
13. Según el horario en que su hijo ve TV:  
 ¿Cuál es el canal que considera mejor?: \_\_\_\_\_ ¿Cuál el peor? \_\_\_\_\_
14. ¿Piensa que la TV nacional está pensada en los niños?: Si No
15. ¿Los acompañan a ver TV? Si No A veces
16. ¿Conversan o comentan los programas? Si No A veces
17. ¿Se identifican sus hijos con algún personaje? Si No  
 ¿Cuál?: \_\_\_\_\_
18. ¿Ha observado algún cambio en el comportamiento de su hijo? Si No  
 ¿Cuál?: Más violento Más dócil
19. ¿Su hijo ha incorporado nuevas palabras en su vocabulario provenientes de la TV? Si No
20. Entre los castigos, ¿esta prohibirle la TV?: Si No
21. ¿Lo premian con ver TV? Si No

22. ¿El niño por si solo puede ver todo lo que quiere o existe alguna persona que lo controla?

El niño ve lo que quiere

Alguien lo controla:

Padres	Hermanos
Empleada	Abuelos
Tíos	Otros



## ENCUESTA

Hola amigo(a):

Esta encuesta ha sido elaborada con el objetivo de conocer que sabes tú de la televisión.

Nombre: \_\_\_\_\_ N° de Orden: \_\_\_\_\_

Edad: 6  7  8  9  10  Sexo: F  M

Grado de estudio:

1° Grado  2° Grado  3° Grado  4° Grado

Distrito en que vives: \_\_\_\_\_

### INSTRUCCIONES:

Lee con atención y luego responde con un aspa (x) o escribe tu respuesta

1. ¿Tus padres trabajan?

Padre: Si  No

Madre: Si  No

2. ¿Con quién te quedas en casa cuando no vas al colegio?

Padre: Si  No

Madre: Si  No

Otros: \_\_\_\_\_

3. ¿Conversas con tus padres?

Si  No  A veces

**4. ¿Tus padres o familiares te leen cuentos?**

Si  No  A veces

**5. ¿Te gusta ver televisión?**

Si  No  A veces

**6. ¿Cuántas horas de televisión ves al día?**

1 a 2 horas  2 a 4 horas  Más de 4 horas

**7. ¿Cuántos programas de televisión ves al día?**

De 1 a 2  De 2 a 4  De 4 a 6  Más de 6

**8. ¿Qué programas ves con la persona que te acompaña?**

---

**9. ¿Qué programa te gusta ver más en la televisión?**

---

**10. ¿Utilizas el lenguaje de tus personajes favoritos en tus juegos?**

Si  No  A veces

¿Qué palabras?

---

**11. ¿A quién te gusta imitar de tus programas favoritos?**

---

**12. ¿A cuál de tus personajes de la televisión quieres o admiras más?**

---

**13. ¿Te gusta coleccionar álbumes de tus programas o personajes favoritos?**

Si  No  A veces

¿Cuáles?

---

**14. ¿Qué juguetes de los dibujos animados coleccionas?**

---

**15. ¿Te gusta ver los siguientes programas? Enumera del 1 al 3 según tu preferencia.**

- Laura en América
- Los cómicos ambulantes
- Magaly TV

**16. Cuando te dicen que no veas tu programa favorito porque tienes que estudiar, ¿Obedeces?**

Si  No  A veces

**17. ¿A qué hora haces tus tareas?**

Mañana  Noche

**18. ¿Haces tus tareas viendo televisión?**

Si  No  A veces

19. ¿Haces tus tareas con tus padres?

Si  No  A veces

20. ¿Te gusta cumplir con tus tareas?

Si  No  A veces

21. ¿Cuál(es) de las siguientes acciones practicas?

	Si	No
- Respetas a tus compañeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Compartes los juguetes con tus compañeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Obedeces a tus profesores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Prestas tus cuadernos a tus compañeros cuando lo necesitan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Te consideras buen alumno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. ¿Qué palabras que escuchaste en la televisión usas?

Pucha

Mostro

Chesu

Bacán

Chévere

Maldito

Alucinante

Maldita sea



## GRADO D

## BASE DE DATOS

## PREGUNTAS CERRADAS

N° ORDEN	EDAD	SEXO	GRADO	DISTRITO	1		2		3	4	5	6	7	10	13	15	16	17		18	19	20	21					22											
					.1	.2	.1	.2										.1	.2				.1	.2	.1	.2	.3	.4	.5	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.7	.8	.9	
1	4	2	3	7	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	0	3	0	0	6	7	8	9			
2	4	1	3	39	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
3	3	2	3	32	2	1	2	1	3	2	1	2	1	3	1	1	1	0	2	2	3	1	1	1	1	0	1	1	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	
4	3	2	3	2	1	1	0	0	3	2	1	2	1	3	2	2	3	0	2	2	2	3	0	1	1	1	1	0	2	0	4	5	0	0	0	0	0	0	
5	3	2	3	1(C)	1	1	1	2	3	3	1	1	4	3	1	0	1	0	2	3	3	1	1	1	1	2	1	0	0	0	4	5	0	7	0	9			
6																																							
7	3	2	3	1(C)	1	2	2	1	1	3	1	1	4	3	1	1	1	1	0	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	0	4	5	0	7	0	0			
8	3	2	3	21	1	1	2	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	5	0	7	0	9			
9	3	2	3	39	1	1	0	0	1	3	1	1	4	2	2	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	4	5	0	7	0	0	0			
10	3	1	3	32	1	1	0	1	1	1	3	2	3	1	2	3	1	0	2	2	1	3	1	1	1	1	1	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0		
11	3	2	3	39	1	1	0	1	1	3	1	2	2	1	1	2	1	0	2	2	3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	4	5	0	0	0	0	0		
12	3	2	3	1(C)	1	1	0	1	3	2	3	1	1	1	1	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0		
13	3	2	3	1(C)	1	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
14	3	1	3	32	1	1	2	1	1	2	3	1	2	2	1	0	1	0	2	2	3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
15	3	2	3	3	1	1	2	2	3	2	1	3	3	1	1	2	3	0	2	1	1	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0		
16	3	1	3	1(C)	1	1	0	0	1	2	1	1	4	1	2	3	1	0	2	3	3	1	1	1	1	1	0	0	0	4	5	0	7	0	0	0			
17	3	2	3	2	1	1	2	2	1	3	3	2	3	3	1	2	1	0	2	3	2	1	1	1	1	2	2	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0		
18	4	2	3	32	1	1	2	1	1	3	1	3	4	1	1	1	3	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	4	0	0	7	0	0	0			
19	3	2	3	0	1	1	2	2	1	2	1	3	2	3	3	2	3	0	2	2	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0			
20	3	2	3	1(C)	1	1	2	2	1	2	1	0	0	3	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	0	0	0	4	5	6	0	8	0	0			
21	4	2	3	32	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1	0	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0			
22	3	2	3	3	1	1	0	0	1	1	1	3	4	1	1	2	1	0	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	3	4	5	0	7	0	0	0			
23	4	2	3	2	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	3	0	0	0	7	0	0	0			
24	4	2	3	32	1	2	2	1	1	3	1	1	1	3	1	2	1	1	0	3	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0			
25	3	2	3	32	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	0	2	0	4	5	0	7	0	0	0			
26	3	1	3	32	1	2	0	1	3	1	1	2	3	3	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	4	5	0	0	8	0	0	0		
27	4	2	3	32	1	1	0	1	3	2	1	1	4	2	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0			
28	4	2	3	32	1	1	0	1	3	2	1	1	4	2	3	2	1	0	2	2	3	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
29	3	2	3	1(C)	1	2	2	1	1	2	3	1	2	2	3	2	1	0	2	2	3	1	1	1	1	2	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0		
30	4	2	3	32	1	1	0	1	1	2	1	1	2	3	1	2	1	0	2	3	2	1	1	2	1	1	2	0	4	5	6	0	0	0	0	0			
31																																							
32																																							
33																																							
34																																							
35	3	2	3	3	1	1	2	2	1	2	1	3	4	1	1	1	1	0	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	9			
36	3	2	3	17	1	1	2	2	1	2	1	1	4	3	3	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	0	4	5	0	7	0	0	0			
37	3	2	3	21	1	1	1	1	3	2	1	1	3	1	1	2	1	1	0	2	2	1	1	1	1	1	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0		
38	4	2	3	32	1	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	2	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	9			
39	4	1	3	32	1	0	0	1	1	2	1	2	4	1	1	0	3	0	2	3	2	1	1	1	1	1	0	0	0	4	5	0	7	0	0	0	0		

1=11 2=27

1=32 1=29 1=33 1=30 1=29 1=11 2=9 3=6 4=20 5=17 6=7 7=17 8=5 9=5

2=1 2=5 2=1 2=3 2=5





CUARTO GRADO C

BASE DE DATOS

PREGUNTAS CERRADAS

Nº ORDEN	EDAD	SEXO	GRADO	DISTRITO	1		2		3	4	5	6	7	10	13	15	16	17		18	19	20	21					22								
					.1	.2	.1	.2										.1	.2				.3	.4	.5	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.7	.8	.9		
1	4	2	4	1(C)	1	1	2	2	1	3	1	1	2	2	2	3	1	0	2	3	3	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	6	7	8	9
2	4	2	4	29	1	1	2	2	3	2	1	1	4	1	3	2	3	1	0	3	2	1	1	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	9
3	5	1	4	32	1	1	0	1	1	3	1	1	2	3	3	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	0	3	4	0	6	0	0	9
4	4	1	4	32	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	3	2	1	0	2	3	3	1	1	1	1	2	1	1	0	3	4	5	0	0	0	9
5	4	2	4	21	1	2	2	2	1	2	1	3	4	3	1	2	1	0	2	3	3	1	1	1	1	2	1	0	0	0	4	0	6	7	0	0
6	4	2	4	21	1	2	2	1	1	3	1	3	2	1	1	2	3	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0	3	4	0	0	0	0	0
7	4	2	4	32	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	3	3	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
8	5	2	4	0	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	0	1	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
9																																				
10	5	1	4	25	1	1	1	0	1	3	3	1	3	2	1	2	3	0	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	5	6	7	8	0
11	5	1	4	4(C)	1	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	3	0	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	0	3	0	0	6	7	0	9
12	4	2	4	32	1	2	0	0	1	1	1	1	2	1	1	2	1	0	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	4	5	0	0	0	0
13	5	2	4	32	1	2	0	1	3	2	1	3	3	2	1	1	3	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	5	6	7	8	0
14	4	2	4	32	1	1	2	1	1	2	1	3	4	3	1	1	1	1	0	3	3	3	2	2	2	1	2	1	0	0	4	5	0	7	0	0
15	5	2	4	2(C)	1	1	0	1	1	2	1	1	2	2	3	2	1	1	0	3	1	3	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	4	2	4	39	1	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	3	3	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	0	2	3	4	5	6	7	8	0
17	4	2	4	14	1	1	2	2	3	3	1	2	4	3	1	1	1	1	0	2	3	1	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	6	0	8	9
18	5	2	4	32	1	1	0	0	1	2	1	1	4	1	1	1	3	0	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	3	4	0	0	0	0	9
19	4	2	4	17	1	2	2	1	1	2	1	3	3	3	2	1	1	0	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	5	0	7	0	0
20	4	1	4	17	1	2	0	1	1	2	3	3	4	1	1	3	3	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	0	4	5	0	0	0	0
21	4	2	4	31	1	2	2	1	1	2	3	1	3	2	2	2	1	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	4	0	0	7	8	9
22	4	2	4	0	1	1	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	1	0	2	2	3	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	9
23	5	2	4	31	1	1	0	0	1	3	3	2	4	1	1	1	3	1	0	3	3	3	1	1	1	1	1	0	0	3	4	5	6	7	8	0
24	5	2	4	32	1	1	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	0	2	3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0
25	4	2	4	31	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	2	2	3	0	2	3	3	1	1	1	1	1	1	0	0	3	4	0	6	0	0	0
26	4	2	4	32	1	1	2	1	1	3	3	1	2	3	2	0	1	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
27	4	1	4	32	1	1	1	1	1	2	1	2	4	2	3	2	1	0	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	0	4	5	6	7	0	0
28	4	2	4	32	1	1	0	1	1	3	1	1	2	3	1	3	3	0	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	0	0	5	0	0	0	0
29																																				
30	4	2	4	32	1	1	0	1	1	2	3	1	1	2	3	2	3	1	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	4	0	6	0	0	0
31	4	2	4	21	1	1	1	1	3	2	3	1	2	1	3	2	2	0	2	2	3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	4	0	0	0	0	0
32	4	2	4	1	1	2	1	1	1	2	1	3	4	2	3	2	1	0	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	0	3	4	0	0	0	8	0
33	4	2	4	1	1	2	0	1	1	2	1	1	4	1	1	0	1	0	2	2	3	3	2	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	8	9
34	4	2	4	32	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	0	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
35	4	2	4	2(C)	1	1	0	0	3	2	1	3	3	2	2	2	2	1	0	1	2	3	2	1	2	2	1	1	2	0	4	5	6	0	8	0
36	4	2	4	21	1	2	0	1	3	3	1	2	4	1	1	2	2	1	0	1	3	1	1	1	1	1	1	2	0	4	5	6	0	8	0	
37	4	1	4	32	1	2	0	1	1	2	1	2	2	1	3	1	1	0	2	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	7	0	0
38	4	2	4	39	1	1	2	2	1	3	1	2	2	1	1	2	1	0	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	4	0	6	0	0	0

1=12 2=24

1=32 1=34 1=32 1=25 1=30 1=24 2=10 3=13 4=22 5=14 6=15 7=12 8=11 9=10

2=4 2=2 2=4 2=11 2=6

