



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE EDUCACIÓN

**LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN; REALITYS DE
COMPETENCIA Y LA SOCIALIZACIÓN DE LOS NIÑOS
DE 5 AÑOS DE LA I.E.P. "SAN IGNACIO DE LOYOLA"**

T E S I S

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN EDUCACIÓN
INICIAL Y ARTE**

PRESENTADO POR:

BACHILLER TATHIANA ARABELLA PICHILINGUE BARZOLA

ASESORA: PILAR R. CAMOS PICHILINGUE

HUACHO – PERÚ

2019

T I T U L O:

**LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN; REALITYS DE COMPETENCIA Y
LA SOCIALIZACIÓN DE LOS NIÑOS DE 5 AÑOS DE I.E.P. “SAN
IGNACIO DE LOYOLA”**

.....
MG. PILAR R. CAMOS PICHILINGUE
ASESORA

MIEMBROS DEL JURADO

.....
DRA. VICTORIA FLOR CARRILLO
PRESIDENTE

.....
MG. REGULO CONDE CURIÑAUPA
SECRETARIO

.....
DRA. GLADYS MARGOT GAVEDIA GARCIA
VOCAL

DEDICATORIA:

Esta TESIS está dedicada a mi madre que aunque no está físicamente en estos momentos acompañándome sé que siempre me acompaña en cada uno de los momentos importantes de mi vida, lograr el título de licenciada era uno de los sueños más grandes que teníamos en común y era una promesa que le debía y necesitaba cumplírsela.

INDICE

Portada	
Título	
Asesores y Miembros del Jurado	
Dedicatoria	
Índice	05
CAPÍTULO I: PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA	09
1.1 Descripción de la realidad problemática	09
1.2 Formulación del problema	14
1.2.1 Problema General	14
1.2.2 Problemas Específicos	15
1.3 Objetivos de investigación	15
1.3.1 Objetivo General	15
1.3.2 Objetivos Específicos	15
1.4 Justificación	15
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	17
2.1 Antecedentes de la Investigación	17
2.2 Bases Teóricas	43
2.3 Definición de Términos	66
2.4 Formulación de la Hipótesis	70
2.4.1 Hipótesis General	70
2.4.2 Hipótesis Específica	71
CAPITULO III: METODOLOGÍA	72
3.1 Diseño Metodológico	72
3.1.1 Tipo de Investigación	72
3.1.2 Enfoque	72

3.2 Población y Muestra	73
3.2.1 Población	73
3.2.2 Muestra	73
3.3 Operacionalización de variables e indicadores	74
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	77
3.4.1 Técnicas a emplear	77
3.4.2 Descripción de los instrumentos	77
3.5 Técnicas, análisis y procesamiento de datos	79
CAPITULO IV: RESULTADO	80
4.1 Análisis de Resultados	80
4.2 Contrastación de hipótesis	105
4.2.1 Prueba de la hipótesis específicas	108
CAPITULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
5.1 Discusión	118
5.2 Conclusiones	121
5.3 Recomendaciones	122
5.4 Fuentes de Información	123
ANEXOS	126

R E S U M E N

Objetivo General: Determinar de qué manera los programas de televisión: realitys se relacionan con la socialización de los niños de cinco años de la I.E.P. “San Ignacio de Loyola. Huacho”.

Objetivos Específicos:

Analizar de qué manera los programas de televisión; realitys de competencia se relacionan con la autoestima de los niños de cinco años.

Establecer de qué manera los programas de televisión; realitys de competencia se relacionan con la identificación de los niños de cinco años.

Determinar de qué manera los programas de televisión: realitys de competencia se relacionan con el comportamiento de los niños de cinco años.

Método: Se ha utilizado el método científico por observación, análisis y síntesis. El diseño, ha sido el no experimental correlacional, lo que se buscó es la relación entre variables: Realitys de competencia y Socialización de los niños de cinco años de la Institución Educativa particular “San Ignacio de Loyola”.

Conclusiones: El grado de correlación entre los Realitys de Competencia y Socialización de los niños de cinco años de la Institución Educativa Particular “San Ignacio de Loyola”, es de 0.689.

Palabras Clave: Reality de competencia, Autoestima, Comportamiento, Identificación

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de investigación realizado tuvo por objetivo conocer la relación que existe entre las variables Realitys de competencia y la Socialización de los niños de cinco años, lo que nos permite darnos cuenta en este nuevo milenio se ha evidenciado con gran preocupación que los medios de comunicación; entre ellos la televisión (objeto de estudio de nuestra investigación) ha olvidado los propósitos para la que fue creada como: mantener informada a la audiencia, educarla y entretenerla. Pues actualmente su fin es comercial, donde solo le interesa el rating que implica generar con ello ingentes ganancias.

Es por ello que más o menos hace una década las programaciones van variando radicalmente sobre todo la de la señal abierta. En horarios que eran especial para niños encontramos programas poco convenientes como programas juveniles (Realitys de competencia) y “dieron en el blanco” porque acertaron pues entre la teleaudiencia se encuentran muchos niños que han sido impactados por estos programas de competencias como por ejemplo **“ESTO ES GUERRA”**, **“COMBATE”**.

Los niños de cinco años que se encuentran en pleno desarrollo construyendo su identidad al ser captados por estos programas se desarrolla una distorsión en su actuar dejándose llevar por lo que presenta el programa particularmente en estos casos competidores que manifiestan actitudes negativas como por ejemplo: rendir culto a la belleza, pensar que lo más importante es tener un cuerpo muy bien trabajado con los ejercicios y que para ello no es necesario estudiar, la falta de respeto, bajo nivel cultural, poco interés en cuidar el material con el que trabaja, causando esto impacto en los pequeños que permite que lo adopten como modelos incorporando actitudes negativas que se ponen de manifiesto en la escuela lo que conlleva a desarrollar una socialización inadecuada al desarrollar la interacción social.

El estudio de investigación realizado tiene por objetivo determinar la relación que existe entre la variable Realitys de competencia y la Socialización de los niños de 5 años para ello se ha consultado diversos estudios que llegan a la conclusión que cuando están expuestos más horas a la televisión más actitudes negativas adoptan los niños que poco a poco va trastocando el entorno social donde se encuentran.

Para su mejor comprensión y cumpliendo con los requisitos metodológicos establecidos en la Facultad de Educación se ha dividido en cinco capítulos:

En el capítulo I: Planteamiento del Problema; donde se desarrolla la realidad del problema, formulación del problema, objetivos de la investigación y la justificación.

En el capítulo II: Asignado al marco teórico: desarrollando los antecedentes, bases teóricas en el que se considera todos aquellos temas que se encuentran en relación con las variables desarrolladas en el estudio: Programas de televisión; realitys de competencia, socialización, autoestima, comportamiento, etc. y las teorías que sustentan al estudio.

En el capítulo III: Trata sobre la metodología, está destinado al diseño metodológico: población, muestra, tipo de investigación, objetivo, hipótesis general, hipótesis específicas las variables del estudio, procesamiento de contratación de hipótesis.

Capitulo IV: se destina a resultados, con los cuales a permitido el análisis y la interpretación para el desarrollo de la discusión de resultados.

Capítulo V: finalmente se trata sobre las conclusiones a las que nos ha llevado la investigación, así como las recomendaciones pertinentes para darle un tratamiento adecuado a la problemática.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESARROLLO DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la segunda mitad del siglo XX los medios de comunicación masivos cobraron mayor relevancia, gracias al proceso de globalización, que permitió que los países se mantuvieran permanentemente intercomunicados. La información llegara con mayor fluidez y se conociera lo que pasaba en cualquier parte del mundo.

De los medios de comunicación que mayor sintonía acaparó fue la televisión por sus características, Zambrano, I. (2009) expresa:

La televisión presenta estímulos audiovisuales, los cuales son más efectivos que los visuales y auditivos por si solos. Se impone sobre los otros medios de comunicación para penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de nuestra época. Ellos gastan más tiempo viendo TV que haciendo cualquier otra cosa que no sea dormir.

Lo que manifiesta la autora se ha convertido actualmente en una preocupación para los países. Pues cada vez se va sofisticando más los equipos y son más cantidad de niños y adolescentes telespectadores convirtiéndose en una problemática muy difícil de parar.

Aldea (2004) refiere la realidad de España:

Se ha señalado y con razón que si el siglo pasado se caracterizó por la revolución industrial, el siglo XX ofreció como mayor característica la revolución en el terreno de las comunicaciones. Los datos más recientes revelan que cada ciudadano español ve la televisión 208 minutos al día, es decir, una media de 3 horas y media cada jornada (52 días enteros al año). En los últimos tiempos han surgido con audiencias millonarias los llamados "reality shows" o programas de telerealidad como "Gran Hermano", "El Bus", "Supervivientes", "Operación Triunfo", "Confianza Ciega", etc.

La televisión que muy sutilmente ingreso a los hogares, para quedarse en ellos. Como todo medio cumple con las funciones de informar, entretener, educar. Pero además cumple con la función de acompañar. Sobre todo, en

los hogares donde los padres salen a trabajar, y los adolescentes y niños salen de las instituciones educativas no encuentran en casa a ninguno de sus progenitores, entonces para no sentirse solos recurren a la televisión, para sentirse acompañados y entretenidos. En otros casos son los padres muy permisivos y no establecen límites, esto hace que los niños pequeños sean los que más consumen programas actos y no actos para su edad y madurez.

Otro de los países cuya realidad es preocupante con respecto a la televisión es México. Donde este medio se ha adueñado de las horas de los niños y jóvenes, demostrando ejercer gran influencia sobre ellos. Es lo que plantean Oliva y Castro; 2007) a continuación

La televisión llegó para quedarse formar parte ya de la vida cotidiana de la gran mayoría de los hogares mexicanos y ya no solamente dentro del medio ambiente urbano, sino también, crecientemente del ámbito rural. Por vía del sistema de satélites morelos, potencialmente, todos los hogares mexicanos pueden recibir la señal Televisa, aunque por razones “socioeconómicas” no todos cuentan con un aparato receptor. En los Estados con mayor desarrollo y en particular en las grandes ciudades de nuestro país, la televisión es ya un artículo “indispensable” en los hogares de los estratos medios y acomodados y en no pocos de las clases menos favorecidas. La “tele” es fuente de compañía, de información, nanas sustitutas creadora de mitos y modas, pasatiempo y maestra de la vida. Cumple muchas funciones para los ávidos televidentes aún para quienes desde posturas académicas o de “voz populi” la critican pero aunque sea ocasionalmente son testigos del final de la famosa telenovela, del campeonato de fútbol, o de cualquier otra cosa que de tan publicidad, se convierte en rito y en mito de la semana o el mes.

La realidad en el Perú también es preocupante, nos remitiremos a los datos extraídos de Concoctv (2015), diremos que el medio de comunicación más utilizado por las familias peruanas es la televisión 98% en Lima y en provincias 98%.

En cuanto a los hábitos de consumo de los medios de comunicación la que tiene el primer lugar es la televisión 98% en Lima, y en Provincias 93%. Las familias peruanas dedican 10 horas diarias al consumo de los medios de comunicación y dentro de ellos la televisión que la denominan como la más entretenida y sensacionalista. Y si nos remitimos a comentar sobre lo frecuente o más frecuente que ven son: violencia 78%, programas donde utilizan más palabras groseras e insultos 63%, situaciones de mal ejemplo para la sociedad 62%, trato discriminatorio 57%, escenas de sexo y desnudos 50% y contenidos para adultos en horario familiar 40%.

En los últimos años vemos que en los hogares ya no les basta un televisor sino un promedio de dos por hogar según niveles socioeconómicos, un 72%. Y algunos los tienen en los dormitorios de los hijos, esto es creemos que es contraproducente porque este hábito se acentúa, ya que el control de los padres es mínimo.

En los fines de semana la actividad principal de los niños y adolescentes peruanos es ver televisión 97% luego vienen actividad como la de jugar con sus amigos 66%. Utilizando 3 horas y media al día en ver lo que más le gusta. Es decir ven televisión 1,277 horas al año. La tarde hora de almuerzo, también se encuentra reservada para ver televisión 59%.

Los programas más vistos por la teleaudiencia infantil peruana son Novelas como Al fondo hay sitio (hasta el año pasado), Virgen de Guadalupe, Esto es guerra, etc.

En líneas generales, sabemos que la televisión aporta información que generalmente son los adultos los espectadores que son los noticieros, semanarios, reportajes, etc. Así mismo brinda entretenimiento a través de una serie de programas que en su mayoría son aptos para adultos. Pero como en los hogares no hay censura muchas veces, son los niños quienes también son espectadores a pesar que no son los programas propicios para ellos. Pues en su contenido se encuentra mucha violencia, intrigas, sexo, etc.

En cuanto, a los programas para niños encontramos que muchos de estos, están cargados de violencia, con lenguaje poco apropiado y los personajes muy agresivos.

Todo ello genera una gran influencia en los niños y, toda vez que las programaciones que brindan los canales de señal abierta, no son propicias para ellos, ni para su madurez psicológica como ya hemos afirmado.

En nuestro país, pasa algo similar, la televisión llegó a partir de los años 60 y como en todo país, se volvió un medio “necesario” para los hogares peruanos. Pues a la vez que cumpliría las funciones propias como medio de comunicación, también cumpliría la función de acompañamiento, como nana de los pequeños que son expuestos a estos medios desde los seis meses de nacido. Si el niño llora prenden la televisión, y se tranquilizan. Si se aburre igualmente la madre prende la televisión y el niño se entretiene. Ejerciendo el medio gran influencia en el hogar, tanto a los adultos, con programaciones como novelas, reallitys, futbol, etc. Y como el niño pequeño 5 años permanece muchas veces con los adultos, necesariamente va a ser partícipe de la programación poco conveniente para ellos. Si nos remitimos a la situación de los pequeños donde la madre no se encuentra en casa porque va a trabajar fuera, la televisión es la nana como decíamos líneas antes, el elige que ver y casi son programas poco convenientes, por la carga de violencia que presentan, escenas románticas especialmente las novelas, que el niño muchas veces reproduce en la escuela. Y si nos remitimos a las escuelas, observamos que existen profesoras que a las primeras horas, cuando el niño debe realizar actividades de juego trabajo, les prenden la televisión para que se entretenga y las deje preparar el material que necesitan para el día.

Detengámonos ahora un poco en el análisis de la programación de los canales de señal abierta que tiene una audiencia masiva, encontramos que son muy pobre y pocos los programas peruanos. Encontramos programas faranduleros, noticieros cargados de violencia, y alguna q otras novelas de muy mala calidad, incluyendo además el lenguaje procaz, hábitos inadecuados, etcétera. Pero que tiene una gran audiencia, y dentro de ellos se encuentran los niños. Es más gran parte de los programas son copia de programas de otros países, o comprados fuera, fundamentalmente de Norteamérica (series) México (novelas, reallitys, etcétera), Brasil (novelas, reallitys), y lo último Turquía (novelas). Y esta programación es que se les brinda a nuestros niños, siendo una preocupación porque tiene mucho que

ver con su desarrollo socioemocional y personal adecuado, manifestándose en las aulas de las instituciones educativas, pues encontramos singulares características.

Esta situación problemática se viene presentando en la Institución Educativa Particular San Ignacio de Loyola del Distrito de Huacho, donde encontramos niños especialmente de cinco años con características similares, juegan solos, son pocos creativos, no respetan consignas, no respetan los turnos que les corresponde, los juegos cooperativos no se llegan a concluir porque siempre se presentan conflictos, toda acción que realizan la relacionan con personajes de determinados programas de televisión, para ellos estos personajes son sus héroes, imitan comportamientos poco adecuados y por conversaciones que se realizan permanentemente con ellos se pasan buena parte del tiempo viendo televisión sin que les pongan límites. De no mejorar esta situación, la cual es una responsabilidad de la familia e institución educativa, tendremos niños con pobreza en habilidades socioemocionales, lo que repercutiría en las relaciones interpersonales, es decir en su socialización.

Por estas razones preocupantes, decidimos tomar esta problemática como objeto de estudio, en nuestra investigación.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿De qué manera los Programas de televisión; realitys de competencia se relacionan con la socialización de los niños de cinco años de la Institución Educativa Particular “San Ignacio de Loyola” Huacho. 2017?

1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera los Programas de televisión: realitys se relacionan con la autoestima de los niños?

¿De qué manera los Programas de televisión: realitys se relacionan con la identificación de los niños?

¿De qué manera los programas de televisión; reallitys se relacionan con el comportamiento de los niños?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivos General

Determinar de qué manera los programas de televisión: realitys se relacionan con la socialización de los niños de cinco años de la IEP San Ignacio De Loyola. Huacho.2017.

1.3.2 Objetivos Específicos

Analizar de qué manera los programas de televisión: reallitys se relacionan con la autoestima de los niños de cinco años.

Establecer de qué manera los programas de televisión: reallitys se relacionan con la identificación de los niños de cinco años.

Determinar de qué manera los programas de televisión: realitys se relacionan con el comportamiento de los niños de cinco años.

1.4. Justificación de la investigación

La investigación que realizaremos es de mucha importancia, porque es una problemática que se ha generalizado y no sólo atañe a nuestro país y específicamente a nuestra localidad sino que es preocupación para muchos países. Es por ello que a través del mismo queremos poner sobre aviso a los padres de familia de nuestra institución, dándole a conocer lo negativo que pueden ser los programas de televisión de mayor sintonía, para los niños menores de seis años, en cuanto al desarrollo de las relaciones interpersonales con sus pares, así como en su comportamiento. Cuando los padres por su misma situación laboral, donde los dos salen a laborar fuera de casa este medio se convierte en un complemento a la labor que deben realizar cada uno de ellos (padres), como es la de orientar a sus niños hacia programas que son propicios para su edad; el tiempo tope que deben permanecer frente al medio, y sobre todo el control que deben tener en casa con respecto a los programas para adultos como son novelas, realitys,

películas de “acción”. Pues los niños menores de seis años por su misma edad, quieren permanecer junto a los progenitores, y esto hace que también sean parte de la audiencia de estos programas. Ocasionalmente en ellos una confusión, que va a repercutir en su socialización porque no sabe si ciertas actitudes son adecuadas o no. Y muchas veces por imitación lo adquiere y adquiere una identificación con alguno de los personajes.

Es por ello que creemos que el estudio permitirá conocer la realidad de los niños menores de seis años para poder desarrollar una propuesta que mejorará esta situación. De no ser así el problema se seguirá desarrollando lo que repercutirá en las relaciones interpersonales con sus pares y con el entorno social que les rodea.

En este sentido, la justificación de nuestra investigación es teórica porque se pretende conocer como determinados programas de televisión se relacionan con el desarrollo socioemocional de los niños menores de seis años.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

No existen trabajos acerca del tema en estudio que se hayan desarrollado en nuestro medio, pero si existen materiales bibliográficos relacionados a nivel nacional e internacional que pueden profundizar el estudio de las variables que estamos tratando:

Bringas, C. (2001) en su tesis, Análisis de la violencia en televisión y su repercusión en la Infancia, plantea: El televisor es un **elemento socializador**, que impone pautas comportamentales reflejadas en la programación, y utilizado por los niños para ocupar su tiempo libre, haciendo que disminuyan las posibilidades de buscarse otras alternativas. A su vez, el ocio y el tiempo libre propician el aumento de consumo de televisión, lo que sienta ya de base una relación recíproca entre la televisión y el tiempo libre. La televisión tiende a sustituir otras actividades diversas que antes se realizaban, como pasear, leer, relacionarse con otras personas, etc.

Ahora, desde los primeros meses, los niños ya empiezan a socializarse con la televisión, llegando a ser consumidores habituales de ella hacia los cuatro o cinco años, cuando aún no saben leer ni escribir, y es que con la llegada de la televisión, ha aumentado mucho la gama de modelos con que cuentan los niños y adultos. Hoy, las personas pueden observar y aprender estilos de conducta a través de los diferentes modelos simbólicos que proporcionan los medios de comunicación. Estos modelos televisados, presentan una eficacia tal, que atraen la atención de los observadores, aprendiendo así muchas cosas.

Así, el papel que juega la televisión en los medios de socialización de los menores es cada vez mayor, pudiendo influir de manera notoria en las conductas de los niños en general, y particularmente en las conductas agresivas, ya que la televisión forma un modelo de referencia en los niños, generando ciertos comportamientos.

La televisión presenta a los niños los modelos a imitar, mostrando una apariencia de lo real, ya que la televisión lanza falsos estereotipos. A través de la televisión, los niños construyen su propia perspectiva del mundo, creando una visión falsa de la realidad.

Poco a poco, se ha ido produciendo el fenómeno de la “teleadicción”, que además de deteriorar la comunicación, introdujo dentro del seno de la familia una fuente de conflictos, dificultando su posible solución al impedir el diálogo, así como impidiendo en los niños el adecuado desarrollo de su sociabilidad e imaginación, convirtiéndolos en sujetos pasivos con falta de estimulación. Por otra parte, un efecto negativo de la televisión, es que el niño, al verla durante grandes períodos de tiempo, deja de adquirir otros medios de entretenimiento y estrategias cognitivas mediante juegos que impliquen imaginación y creatividad, que son imprescindibles e importantes durante sus primeros años, la televisión forma un modelo de referencia en los niños, generando ciertos comportamientos.

Brigas Molleda (2004), la agresión es cualquier forma de conducta que pretende herir física o psicológicamente a alguien. La palabra comunicación, significa “acción mediante la cual lo que era propio y exclusivo de uno viene a ser participado por otros”. Comunicar, es dar a conocer a otros una cosa que se sabe o que se hace, es algo más que informar. David K. Berlo (s/d) sostiene que “toda comunicación tiene como objetivo o meta producir una respuesta”.

La televisión, desde sus comienzos se ha asignado a sí misma una triple finalidad: informar, formar y entretener, esto puede ser cuestionable, ya que podemos decir que la televisión no busca en realidad informar, sino formar y entretener a su gusto. Requiere por parte del espectador poco esfuerzo para entender sus mensajes. Llega a producir dependencia, ya que puede sustituir a las relaciones sociales entre las personas.

Los niños pasan grandes cantidades de tiempo viendo todo tipo de programación, incluida la dirigida a los adultos. El papel que juega la televisión en los medios de socialización de los menores es cada vez mayor, pudiendo influir de manera notoria en las conductas agresivas. A través de la televisión, los niños construyen su propia perspectiva del mundo, creando una visión falsa de la realidad.

Por otro lado, se debe analizar el proceso de aprendizaje en niños y adolescentes. Para eso se puede utilizar como referencia a Jean Piaget, en su teoría, distinguen cuatro estados del desarrollo cognitivo del niño, que están relacionados con actividades del conocimiento como pensar, reconocer, percibir, recordar y otras. La caracterización de estos estados ayuda a

entender como incide en cada uno de ellos la televisión. Las mismas se caracterizan de la siguiente manera:

- En la primera etapa, la de la inteligencia sensorio motriz (del nacimiento a los 2 años aproximadamente). El niño pasa de realizar movimientos reflejos inconexos al comportamiento coordinado. Aún carece de la capacidad para la formación de ideas o para operar con símbolos.
- En la segunda etapa, del pensamiento pre operacional (de los 2 a los 7 años aproximadamente), el niño es capaz ya de formar y manejar símbolos. Esta aparición de la función simbólica está fundada básicamente en la imitación. El niño va jugar, dibujar, hablar, pensar y actuar en base a situaciones conocida que recordara en ausencia del objeto.
- En la tercera etapa, la de las operaciones intelectuales concretas (de los 7 a los 11 años aproximadamente), comienza a ser capaz de manejar las operaciones lógicas esenciales, pero siempre que los elementos con los que se realicen sean referentes concretos.
- Por último, en la etapa de las operaciones formales o abstractas (desde los 12 años en adelante), el sujeto se caracteriza por su capacidad de desarrollar hipótesis y deducir nuevos conceptos, manejando representaciones simbólicas abstractas sin referentes reales. Deja de sentirse subordinado al adulto y comienza a tallar los valores individuales y supraindividuales.

Los niños forjan sus valores, discriminan lo bueno de lo malo en base a lo que las autoridades que ellos reconocen le enseñan. Si esas autoridades están ausentes, los niños pueden llegar a basarse en la televisión como autoridad. Observando a los demás, aprender patrones de pensamiento que apoyan comportamientos agresivos. Al ver escenas violentas en los medios de comunicación, aprenden determinadas pautas de acción agresivas, así como creencias y actitudes.

La violencia en la televisión suele estar embellecida. Ello implica que, muchas veces, los protagonistas de la agresión suelen tener cualidades atractivas deseosas de imitarse y no existen resultados negativos de esa acción.

Caderón, M. (2007), en su tesis *Los programas de televisión y la agresión en los niños: el caso Power Rangers*, que fue desarrollado con una muestra de 23 niños. Cuyos objetivos son:

Objetivo General:

Reducir las conductas agresivas en los niños y niñas del aula de 4 años de la Guardería Infantil Santa Ana como impacto del visionado de la serie Los Power Rangers.

Objetivos Específicos:

Identificar las conductas agresivas con incidencia televisiva.

Aplicar actividades que promuevan el desarrollo de juicio crítico de los niños y niñas frente a programas televisivos infantiles.

Establecer pautas de comportamiento a cumplirse al interior del aula.

Calderón sostiene que: Actualmente los niños presentan un alto consumo de televisión que ocupa aproximadamente cuatro horas de su vida cotidiana, que aumentan en los fines de semana ya que no acuden a la escuela, lo que indicaría sólo un hábito de consumo, dispuesto a crecer sino que existe en ellos una afición por este medio convirtiéndolo en el entretenimiento más significativo por el tiempo invertido y por la afinidad que encuentran en la televisión con sus propios modos de comunicación, lo cual a su vez muestra una competencia cuantitativa en términos temporales con las horas dedicadas a la escena. Habiendo además varios casos donde la dedicación a la televisión es aún más alta.

Si a esto lo asociamos a las labores educativas, siguiendo la orientación de la autora, diremos que los niños están frente a dos aprendizajes, el que recibe de la televisión, el cual es atractivo a sus ojos, divertido recibiendo de ello lo que más le guste, frente a los aprendizajes de la escuela poco atractivos para sus ojos, desmotivantes, y sobre todo impositivo, hace que los niños sientan rechazo hacia ellos. (Ampuero, 2002).

Llegando a las siguientes conclusiones:

- La aglomeración es un factor que afecta directamente la agresión en los seres humanos, un ejemplo de ello son las aulas pequeñas que brindan un espacio muy reducido para el libre desenvolvimiento de un gran número de niños y niñas.

- Existe una fuerte relación entre la violencia y los programas de televisión y esta violencia televisiva se ve reflejada a nivel social.
- Cuando los niños y adolescentes están expuestos a la observación constante, muchas veces diaria, de programas violentos, aumentan las posibilidades de que tengan respuestas agresivas en su comportamiento con otros individuos en su vida cotidiana.
- Si se establece un auténtico vínculo afectivo entre la docente y sus alumnos
- Si se realiza un verdadero seguimiento de las conductas de los niños, si se es constante en reforzar los cambios de comportamiento, se pueden modificar y reducir las conductas agresivas ya que esto es significativo para los niños y niñas.
- Cuando se les explica a los padres directamente la situación que se pueda estar presentando en el aula, ellos buscan el comprometerse y ser más responsables con sus niños, convirtiéndose así en un gran apoyo para ellos.
- El comunicar a los padres los progresos y los logros de sus niños favorece a su vez él que ellos refuercen las conductas positivas y los cambios de comportamiento. Por ello es muy importante desarrollo Escuela para Padres al interior de las Instituciones Educativas.
- Los niños y niñas se sienten mejor consigo mismos, se eleva su autoestima y a su vez mejoran sus relaciones interpersonales, tanto con adultos como con niños (en este caso con sus compañeros) cuando reducen sus conductas agresivas.

Cortez y Ticse, C (2014) los programas de televisión de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I.E. N° 1233 Manuel Fernando, Cabrel Nicho, argumentan que los realitys que son programas juveniles de la televisión presentan una receta especial para lograr atraer a niños y jóvenes quienes ven con habido interés desde las primeras horas de la tarde hasta entrada la noche. Son competencias fáciles, juegos sensuales y peleas sin sentido en lo que se busca salir de la realidad o la dura realidad en la que viven.

Según Basquez, F (psiquiatra del hospital Honorio Delgado – Hideyo Nogushi) citado por Cortez y Ticse sostiene que estos programas dan un modelo negativo de vida además de artificiales son turbulentos porque se observan situaciones que no ocurren en la realidad, como los romances rápidos. Agrega que el horario es inadecuado. Así mismo advierte que los juegos están cargados de erotismo y eso promueve e incentiva que los chicos quieran hacer lo mismo con sus amigos o compañeros de clase.

En general la televisión constituye una fuente efectiva en la creación y formación de actitudes en los niños, ya que desde temprana edad, son sometidos a su influencia sabemos que los niños seleccionan los programas que divierten más que los que educan a pesar de que se transmiten programas educativos, pocos niños los prefieren sobre los programas divertidos y esa es una constante que se mantiene hasta adultos.

Los autores anteriormente citados explican claramente acerca de la influencia que la televisión ejerce sobre niños, jóvenes y adultos, pero es mucho más preocupante la situación de los niños pequeños quienes se encuentran en proceso de desarrollo.

En cuanto a su socialización y con ello autoestima, identificación con esto no se niega que el niño puede ser extrovertido, pero por efectos de la televisión manifiesta actitudes agresivas con sus amigos o compañeros.

Navarro (2014) en la tesis intitulada, *Los mensajes televisivos y la infancia. Retos socioeducativos. Expresa:*

Los creativos del medio televisivo modifican la televisión para que permanezca como un componente en nuestras vidas diarias. Por ello, introducen cambios y modificaciones en ella, reconocen que es un medio audiovisual básico para acceder a una gran parte de la población de forma sencilla e inmediata.

En todo este proceso de introducción de mejoras, no se han olvidado de cultivar el uso televisivo entre los futuros consumidores: los menores. Pasando a ser un target de edad específico para el que se compran contenidos especiales. En el último lustro se han establecido nuevos canales temáticos con contenidos exclusivos destinados al público infantil (4-12 años).

Encontrándose rentabilidad en este target de edad. Así, se afianzan que el mercado televisivo no se agote en el futuro.

Hace referencia a Baget (1975)

“La programación infantil de TVE ha estado sometido, a lo largo de los años, a numerosos vaivenes. No puede decirse, en efecto, que la misma haya tenido siempre la necesaria coherencia ni tampoco sería lícito afirmar que ha cumplido totalmente los fines que se había propuesto. No hay duda de que este sector es uno de los más difíciles y delicados, ya que para llevar adelante una programación infantil hay que contar inexcusablemente con la colaboración de los pedagogos y educadores...y también de los padres de familia. No hay ningún sector de la programación tan “especializado” como el infantil, y de ahí que sus espacios formen una categoría totalmente aparte”. (Baget, 1975:104)

Aquí es, en esta edad, donde vamos a centrar nuestra atención y vamos a desarrollar nuestra investigación. En los menores, exactamente en la edad de 3 a 6 años, por ser una edad en la que se asientan la bases del futuro adulto, el aprendizaje se produce de forma más espontánea, la curiosidad está aún muy intacta, el contacto con lo desconocido es más audaz y atrevido, y donde la mirada muestra la inocencia y la ausencia de miedos y prejuicios. Es una edad, donde los aprendizajes crean una marca que a veces configuran al adulto. Donde la heteronomía y falta de experiencia hacen necesario de la ayuda y supervisión de un adulto.

La televisión, entre los agentes socializadores, es uno de los que más curiosidad despierta e influye en mayor medida en nuestra sociedad actual.

Y aunque es cierto, que las generaciones más mayores siempre encuentran diferencias sociales y educativas, respecto a las generaciones posteriores, la televisión y la influencia que genera en la cultura ayudan a acrecentar las diferencias generacionales que quizás en sociedades menos televisivas pueden existir

Objetivo General:

Conocer la actitud y consumo del niño/a ante la televisión y la influencia de los mensajes televisivos en diversos ámbitos del desarrollo socioeducativo.

Objetivos específicos:

- Conocer la televisión y su normativa con respecto a los menores.
- Conocer las corrientes teóricas de la investigación del medio televisivo.
- Analizar su influjo en los niños y niñas.
- Recoger datos de diferentes investigaciones centradas en el consumo de mensajes televisivos de los menores.
- Elaborar y adaptar instrumentos de recogida de información adecuados a la edad de la muestra.
- Determinar el tiempo de los niños y niñas ante la televisión.
- Conocer el modo de permanencia de los menores frente a la pantalla en lo relativo a: acompañamiento, disposición de televisores en sus dormitorios y visionado de contenidos no adaptados a la edad.
- Contraponer el tiempo dedicado al visionado de programas televisivos frente a otra actividad como es la lectura de cuentos.
- Analizar la implicación educativa de los padres ante el televisor.
- Valorar la influencia de las imágenes y mensajes televisivos, frente a unos dibujos visualizados.
- Analizar las producciones pictóricas de los menores tras un visionado de dibujos seleccionados.

Hace referencia al efecto de desinhibición conductual. Es decir la exposición a la violencia televisiva que hace que emerjan las conductas agresivas que ya posee el receptor.

Es decir, el niño tiene patrones violentos en su personalidad y la televisión influye en que se olviden las normas sociales establecidas y se estimulen ese tipo de comportamientos. Dentro de esta tipología, encontramos el estudio realizado por Berkowitz (1965), en el que muestra a un grupo de niños una escena de una pelea sangrienta extraída de la película *"El campeón"*. El experimento consistía en que a varios de los participantes se les insultaba e intentaba enfadar antes de ver las imágenes y, después de verlas, se les daba la oportunidad de responder a la persona que les había agredido; mientras que otros niños no fueron sometidos a ese ensayo previo o no vieron el fragmento del largometraje. Como resultado, se hizo patente que quienes estaban alterados y, posteriormente, vieron la secuencia presentaban conductas más hostiles.

Influenciando en:

Ámbito Social

Existe un aprendizaje de la televisión que pertenece al de la asimilación experiencial más que al de la memoria, en la medida que presentar comportamientos y actitudes con sus valores correspondientes es una forma de adquirir conocimiento (Pindando, 2003). Es diferente de la escuela en la medida en que no se basa en conceptos: muestras experiencias directas de hechos y personajes. Pero no deja de ser otra forma de demostrar realidades que permite vinculaciones. Pasquier (1995) ha mostrado que esa es la virtud de programas televisivos como las series. Y algunos autores han especulado con la posibilidad de que las familias televisivas ocupen un espacio en el imaginario adolescentes capaz de sustituir a esa que a muchos chicos o chicas no les gusta (Dorr & Doubleday, 1990). Mostrar experiencias es la gran virtud de los medios, de la televisión especialmente. No es una forma sistemática de aprendizaje sobre aspectos vitales, pero actúa en forma de huella o secuela que por sus características se dirige más a lo emotivo que a lo racional, dejando un poso en forma de actitudes y valores. No debemos perder de vista que la narrativa audiovisual apela a los sentimientos, y, en definitiva a la memoria episódica, la vivencial.

La televisión desplaza actividades de mayor contacto social, actividad física y deporte, y juego. Además, los niños y niñas que ven mucha televisión desarrollan pautas de acción menos interactivas socialmente.

La autora Brown (2011), encontró un estudio donde los menores de 3 años de edad, cuando la televisión estaba encendida reducían no solo el tiempo de juego sino que además se reducía la atención en dicho juego. Los menores paraban el juego y miraban la televisión, y cuando dejaban de mirarla volvían a una actividad diferente. Un tiempo de juego desestructurado, es crítico para aprender habilidades de resolución de problemas y desarrollar la creatividad.

Desensibilización Cognitiva

Apunta a que la continua exposición a contenidos televisivos violentos contribuye a disminuir las respuestas emocionales a ese tipo de emisiones, mientras que provoca una mayor aceptación de la violencia en la vida real.

Los niños y niñas acaban por acostumbrarse a ese tipo de imágenes y cada vez demandan formas más radicales de violencia en la pantalla. Además, llegan a no sorprenderse ante la violencia que puedan presenciar en la vida real.

La excesiva y continuada exposición de los niños/as a este tipo de modelos violentos audiovisuales conduce, al menos, a las siguientes consecuencias psicológicas:

- Insensibilización de la angustia y la repulsión que, como sería natural, deberían producir las escenas de dolor físico o psicológico.
- Disminución considerable de la ansiedad ante situaciones terribles de agresión contra seres humanos.
- Se adquiere conciencia de que la agresividad violenta es una buena solución, rápida e inmediata, para solucionar las situaciones de conflicto interpersonal.
- La violencia se aprecia como algo interesante y divertido.
- Se aprenden, con detalles técnicos y operativos, formas muy crueles y dañinas de agresión.
- La confianza ilusoria en la violencia puede llegar a dar una falsa sensación de seguridad en personalidades inmaduras de cualquier edad.
- La personalidad violenta se establece así como una forma de ser y de estar en el mundo, una forma satisfactoria que parece compensar de forma falsa, un gran número de carencias afectivas, intelectuales o de habilidades físicas y de comunicación con los otros.

Justificación de Conductas

Los niños y niñas encuentran justificación a sus comportamientos, si éstos se reproducen en personajes de la televisión, para ellos es un medio del que obtener modelos de conducta y a su vez un espejo donde comprobar que sus comportamientos se dan en otros entornos, normalizándolos, de tal forma que se justificarían sus actitudes y creencias.

Ámbito Físico

Problemas de Salud

Algunos menores mientras comen suelen ver la televisión. O relacionar el momento de ver la televisión con comer algún tipo de snack. Según Rideout

& Hamel (2006), a diario el 53% de los menores de 6 años, comen, cenan o toman snacks frente a la televisión. En el desayuno un 17%, en la comida un 10% y en la cena un 15%.

La reducción de las actividades de juego más activas que fomentan el sedentarismo y la inactividad física.

Trastornos de Sueño

Se ha evidenciado una pérdida no recuperada de sueño y un incremento en las alteraciones de éste. Algunos padres perciben la televisión como ayuda para dormir a sus hijos, por el contrario, siguiendo a Brown (2011), algunos contenidos incrementan la resistencia al sueño, retrasan el momento de dormir y de descansar, además de causar ansiedad ante la rutina de ir a la cama y reduce el tiempo de descanso.....

Ver la televisión antes de descansar, también influye en las discusiones con los padres, en cuanto a establecer el momento en el que se debe apagar el televisor.

Por otro lado, ver escenas violentas influye en el sueño puesto que el pequeño puede tener pesadillas con las imágenes que ha visualizado en la pantalla. Influyendo en la calidad del descanso.

Muestra

La muestra que utilizaron en la investigación se concentra en niños y niñas de la etapa de educación infantil, por lo cual, encontraremos alumnos y alumnas de 3 a 6 años de edad. La muestra²⁶ pertenece a cuatro colegios (A, B, C y D). A y B son centros escolares públicos de la zona sur de la Comunidad de Madrid. Mientras que el centro C es un centro público-concertado del distrito d Chamberí de Madrid y el centro D es un colegio público localizado en el distrito de Tetúan de Madrid.

Por lo tanto la muestra está conformada por 562 alumnos y alumnas de 3 a 6 años de edad.

Metodología

Es de carácter cualitativo, cuantitativo, descriptivo y sociológico.

Las primeras se basan en observaciones cuantificables y susceptibles de tratamiento estadístico. Buscan detectar tendencias generalizables en el comportamiento y en las actitudes de las personas, de tal manera, que cualquier investigador, siguiendo el mismo protocolo de investigación, llegue a los mismos resultados. Tiende a restringirse a la observación de las conductas, o actitudes manifiestas, denotativas. Entre otras, las técnicas cuantitativas son el experimento en laboratorio, la encuesta por muestreo y el análisis de contenido.

Las técnicas cualitativas, por el contrario [...] prefieren profundizar en unos cuantos casos y tratar de llegar a los niveles connotativos y latentes de las personas o mensajes de los medios. La entrevista en profundidad (abierta, no estructurada), la historia oral, la observación participante y los análisis semióticos y estructuralista son técnicas cualitativas.” (Rendón, 2009).

Conclusiones

Los niños entre 3 y 5 años de edad, aumentan su capacidad de atención sobre una imagen, aunque se les presenten otros elementos para distraerlos. Así, los niños/as que ven demasiada televisión (especialmente programas producidos recurriendo a la “explotación atencional”) tienen un riesgo elevado de sufrir retrasos y alteraciones en el desarrollo de su atención voluntaria y de su percepción inteligente. Además, existen indicios del aumento de problemas de atención sostenida en las tareas escolares en muchos niños, tanto con patologías definidas y diagnosticadas (síndrome TDAH trastornos de atención con hiperactividad), como con afectaciones más leves –pero con gran impacto escolar- de su capacidad atencional. Por cada hora diaria de consumo televisivo con una edad previa a los 3 años, se asociaba con un detrimento en el proceso lector, en la comprensión lectora y en la memoria de los menores. (Christakis, 2009).

La televisión facilita el acceso a ámbitos de la realidad diferentes. La creciente hibridación entre los géneros de realidad y de ficción en televisión plantea al niño/a problemas nuevos de construcción de la realidad. Las imágenes televisivas influyen en la construcción de la realidad de los menores, en la interpretación de su mundo y en el desarrollo de la imagen

mental del niño de 3 a 6 años. Los menores perciben las imágenes televisivas e interpretan las representaciones gestuales, orales, gráficas, motoras y lúdicas. Éstas influyen en la atención del espectador y en la percepción de la realidad, puesto que será capaz de recordar, memorizar e imaginar en otros momentos las imágenes visionadas. Su pensamiento puede proyectarse hacia el pasado, imaginar un futuro y pensar lo que puede ocurrir en otro lugar de forma simultánea.

La exposición a la violencia televisiva hace que emerjan los valores o conductas agresivas que ya posee el receptor. La televisión influye en que se olviden las normas sociales establecidas y se estimulen ese tipo de comportamientos. (Bandura, Ross & Ross (1963); Berkowitz (1965); Liebert & Baron (1972); Drabman & Thomas (1974).

Las conclusiones mostradas como resultado de diferentes investigaciones, afirman la influencia de la televisión en la infancia en diferentes ámbitos de desarrollo. Por su reconocimiento, los gobiernos se ocupan de desarrollar leyes y códigos que regulen el marco de difusión de mensajes televisivos. Existen a nivel internacional y nacional, una serie de leyes audiovisuales que regulan los programas infantiles y, los Consejos audiovisuales pretenden regular los contenidos, horarios y proteger al menor frente al fenómeno televisivo.

Conclusiones de la encuesta

Se ha considerado algunas conclusiones, creemos que son las más significativas a nivel de niños de 3 a 5 años.

- La familia es el primer contexto de uso televisivo. Por lo que los hábitos de consumo que se den en el hogar influirán en el consumo del presente y futuro del pequeño espectador. La influencia de la familia es tanto más determinante cuanto menor sea la edad del niño. El control del consumo televisivo es clave en la edad infantil.
- Los pequeños, de tres años, muestran tener un hábito adquirido de “mirar la televisión”. Observamos en nuestra investigación que aunque no lleguen a comprender plenamente el mensaje de los dibujos, ellos siguen atentos, tienen una rutina aprendida. Además, la imagen tiene la capacidad de atraer la atención infantil. Se utiliza elementos visuales,

colores, ritmos, música,... que provocará un aumento de la atención. Así, los contenidos televisivos incorporan una estructura breve y dinámica que se adapta a la capacidad de atención de los menores.

- El consumo de televisión por los menores de tres a cinco años es muy elevado, la media es superior a dos horas y media diarias. Siendo España uno de los países europeos con mayores tasas de consumo en la franja de edad estudiada.
- Los niños y niñas de entre 3 y 6 años, son asiduos a series televisivas que están destinadas al grupo de los preadolescentes y adolescentes. Los padres presuponen que la aparición de menores en las imágenes garantiza que son aptos para todas las edades, incluidas la estudiada, sin embargo, esos contenidos no son siempre adecuados.

Pauta (2015) en el trabajo de investigación, *Los niños, la influencia de la televisión y el Rendimiento escolar* cuyo problema es: ¿Influye la televisión en el rendimiento escolar de los niños y niñas de seis a nueve años de edad?

Siendo los objetivos:

Objetivo General:

- Mostrar la influencia que ejerce la televisión en el comportamiento y en el rendimiento escolar de los niños de 6 a 9 años de edad, de clase media de Lima.

Objetivos Específicos:

- 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, así mismo son muy contundentes sus conclusiones al afirmar que: 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. Así mismo tiene una segunda parte de conclusiones que 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.

NIVEL INTERNACIONAL

Maffei, F. ; Mendez, P.; Silva, M.; Villanueva, J. (2013) : *Influencia actual de la televisión en los niños argentinos menores de 10 años expresa sobre la problemática:*

En los últimos tiempos las características de la sociedad posmoderna en la cual nos encontramos inmersos, le han dado el campo libre a la televisión y la publicidad para su libre actuación. La influencia que ejercen sobre los niños y adolescentes es bastante peligrosa si se considera que son individuos en etapa de formación de valores. Es de esta forma, que la televisión ha generado una revolución cultural.

Hay que reconocer que los programas que ofrece la televisión son producto de lo que los televidentes quieren ver, y que estos cambian porque están sujetos a la moda y a las tendencias. La moda televisiva actual ha cambiado. El sexo ha ocupado un lugar primordial en películas, tiras y unitarios. Esto no sería tan preocupante si sólo fueran proyectadas en horarios que no son de protección al menor. Esta franja parece haber quedado en el total olvido. También se tocan temas como la indiferencia, el desprecio, el odio, la discriminación y el crimen. Algunos personajes se caracterizan por ser descuidados, mal hablados, corruptos, y agresivos. Estos tópicos han llegado a ser los principales argumentos de las más exitosas series, novelas y unitarios de los últimos años. El problema se suscita cuando los niños sobre todo si se encuentran en

la primera infancia, en donde la imitación es la base de su aprendizaje - acceden a esas imágenes, y las recrean en su vida cotidiana.

A todo esto debe agregársele los talk shows y los reality shows. En estos formatos las personas comunes y corrientes se convierten en los protagonistas. Una de las críticas más frecuentes a este tipo de programas es la edición, además de la exhibición continua de escenas de violencia y sexo, sin faltar las malas palabras.

Se debe definir qué es violencia, qué es agresividad y qué comunicación. La violencia es una acción injusta con la que se ofende, humilla o perjudica a alguien. La conducta violenta puede manifestarse en forma de crueldad, desobediencia, peleas, amenazas, entre otras.

Agregan también: Los niños forjan sus valores, discriminan lo bueno de lo malo en base a lo que las autoridades que ellos reconocen le enseñan. Si esas autoridades están ausentes, los niños pueden llegar a basarse en la televisión como autoridad. Observando a los demás, aprenden patrones de pensamiento que apoyan comportamientos agresivos. Al ver escenas violentas en los medios de comunicación, aprenden determinadas pautas de acción agresivas, así como creencias y actitudes.

La violencia en la televisión suele estar embellecida. Ello implica que, muchas veces, los protagonistas de la agresión suelen tener cualidades atractivas deseosas de imitarse, y no existen resultados negativos de esa acción. Los niños forjan sus valores, discriminan lo bueno de lo malo en base a lo que las autoridades que ellos reconocen le enseñan.

Posada, A. (2007) **en** su tesis titulada *Violencia y manipulación de la programación infantil de televisión*, plantea los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Analizar la incidencia que puede tener la violencia y la manipulación en los programas y mensajes transmitidos por televisión en los niños comprendidos en las edades entre 6 y 9 años.

Objetivos Específicos:

- a) Analizar y conocer los posibles factores que inciden en la violencia de los programas de televisión para niños.
- b) Determinar el efecto que los programas para niños causan en la población los patrones de conducta y estereotipos, comprobar la funcionalidad del horario establecido y si es que existe.

Análisis de la relación de los niños con la programación para adultos y su trascendencia:

- a) Determinar la influencia del entorno familiar
- b) Establecer el grado de conocimiento que tienen los familiares en cuanto a la programación infantil y su trascendencia.
- c) Determinar la influencia y efecto de los anuncios publicitarios.
- d) Conocer la labor que realizan escuelas, centros educativos y ministerios.
- e) Influir en las alternativas que ayuden a mantener la audiencia y promueven valores universales y sociales.
- f) Participar en la formación de los niños de forma educativa, constructiva, gratificante y divertida.

Conclusiones:

Al principio del estudio de nuestra muestra pensamos que tal vez los resultados fueran diferentes para cada región de España, debido a ello decidimos investigar las posibles variables contrarias y las que eran iguales para todo el conjunto. Sin embargo, esto no sucedió así, los resultados que encontramos fueron semejantes o iguales en las cuatro regiones, por lo que resolvimos agrupar todos los resultados en uno solo.

El análisis de las encuestas y entrevistas realizadas demuestra que estos niños y niñas ven la televisión cada día, o por lo menos casi todos, y que los programas más visionados son aquellos que pertenecen al horario antes de ir al colegio, después de este y antes de acostarse. No obstante, durante el fin de semana el consumo televisivo aumenta considerablemente, por lo que la hora de acostarse sobrepasa las 23:00 horas ¹³² y en algunos casos hasta las 24:00 horas. ¹³³

Los programas que más les atraen son los dibujos animados, en donde hallamos que los favoritos son “Goku. Bola de Dragón”, “Sissi”, “Reena y Gaudy” y “Los Simpson”, aunque a los niños más pequeños les gusta también “El inspector

Gachet” y “Calimero”. Esto mismo sucede con las telenovelas, mientras los niños entre 7 y 9 años muestran reticencias a verlas, excepto las niñas, a los de 6 años les gusta, incluso está dentro de los programas que más les agradan. También hallamos que les gustan las series que sean de aventuras o de peleas (“Xena, la princesa guerrera”, “Hércules”, Rex, un policía diferente”, “Walker”, “El coche fantástico”, “Pesadillas”, etcétera), pero además todos los programas que les hagan reír, sean divertidos o intervengan niños, como “Cosas de casa”, “Padres forzosos”, “Blossom”, “Punky Brewster”, “Los problemas crecen”, “Una chica explosiva”, “Impacto tv”, “Médico de familia”, “Manos a la obra”, “La cara divertida”, presentadores de “Club Megatrix”, presentadora de “Mucha marcha etcétera. La mayoría de estos programas son extranjeros, en general estadounidenses, la producción propia es prácticamente nula en los espacios dedicados, exclusivamente, a la programación infantil. Los intereses de los niños españoles no necesariamente son los de los niños de estos países, y si contamos además que Estados Unidos es el país que más ha investigado la violencia transmitida por la televisión a través de estos espacios, deberían las cadenas tener más en cuenta estos hechos cuando decidan qué programas transmitir.

Los anuncios no entran dentro de los favoritos de los niños. Excepto los de juguetes, en fechas como la Navidad o Reyes, la mayoría no recuerdan el producto a que hacen referencia, si bien las historias que cuentan, si les parecen divertidas o graciosas, llaman su atención. La influencia por parte de los productos de los anuncios publicitarios está mucho más presente en los familiares de los niños que en ellos mismos.

Por otra parte, un gran número de programas que son populares entre la población adulta, no lo son en la de los niños. Estos últimos declararon que son un rollo, aburridos, sosos, no divertidos o tristes. Los telediarios, magazines y algunos concursos son un ejemplo de ello. Si bien las teleseries como “Médico de familia”, “Periodistas”, “A las once en casa”, “Compañeros” y “Al salir de clases”, gustan tanto a adultos como a niños.

Aunque hemos encontrado que un gran número de los programas infantiles los niños los ven con sus hermanos o solos, existen un conjunto de programas que son visionados por toda la familia, como las teleseries antes mencionadas, con lo cual el consumo televisivo más que una acción independiente del niño, se convierte en una actividad de conjunto. La televisión no actúa sola, sino que

refuerza las tendencias existentes en el ámbito inmediato de los más pequeños, con lo cual la relación del niño con la televisión no puede estudiarse al margen del ambiente social en que se desenvuelve el mismo. Aunque los gustos y demandas de los miembros de la familia puedan diferir, el uso de la misma es típico, propio y de toda la familia. Las investigaciones realizadas tanto en Cuba¹³⁴ como en otras partes del mundo, a las que hemos hecho referencia en este trabajo, ponen de manifiesto la existencia de una estrecha relación entre los hábitos infantiles de utilización de la programación televisiva y las características de este consumo por parte de los adultos. Existen, por tanto, un conjunto de programas en cuyo consumo intervienen tanto los adultos como los niños. Ellos son los humoristas, las teleseries, los reality show, los filmes televisados y en particular los que incluyan una gran dosis de acción. Estos programas despiertan igual interés tanto en el público infantil como en el adulto, debido a que no existe una línea definida entre los programas denominados para adultos y los que son para niños. La gran aceptación que ha causado este modelo de programa en los dos tipos de públicos, ha hecho que se les denomine “familiares”.

La influencia por parte de la familia lleva a muchos padres a grabar los programas que algunos niños no pueden ver durante la semana por el horario escolar, entre ellos hemos hallado a series como “Médico de familia” (7’02%) u otras series (8’77%) y películas de televisión (15’79%).

Aún cuando los resultados de las encuestas a los familiares halla arrojado diversas críticas a la programación infantil de televisión, se desprende también de ellos, que los familiares no conocen muy bien la programación que ven los más pequeños, señalan más a los concursos o programas educativos, que las series y dibujos que en realidad les gustan. También responden que siempre comentan con los niños la programación televisiva, sin embargo al no conocer bien los programas que los más pequeños ven, ni verlos con ellos, nos parece una respuesta engañosa.

Por otra parte, enviamos encuestas, a través de las escuelas, a los familiares del 100% de los niños que incluimos en la muestra, sin embargo menos de la mitad de familiares respondió al cuestionario, por lo que inferimos que un gran número de ellos, aunque dice estar preocupado, piensa que lo de la televisión no es para tanto, a fin de cuentas es una niñera efectiva. Los familiares consideran que la televisión

entretiene y también les aporta a los niños algunos conocimientos útiles, si bien consideraran que la escuela es la primera fuente de conocimientos útiles y serios.

Aunque la aptitud de los maestros tiene también gran influencia en estas edades, no hemos podido hallar un acercamiento efectivo por parte del profesorado en cuanto a los espacios televisivos, incluso existe un rechazo y desconocimiento casi total hacia la programación que la televisión dedica a sus alumnos. Si bien en el análisis de sus respuestas hemos encontrado que los niños imitan muchas veces, en actitudes o palabras, a los personajes de televisión que les son más atractivos.

Las conclusiones de las encuestas a los niños entre 7 y 9 años muestran que en general parecen discernir perfectamente dentro de la programación de televisión lo que es real y lo que no lo es, mientras que a la edad de 6 años no siempre sucede así. Hallamos que un 33'96% de los niños/as entrevistados respondían que ese personaje de dibujo animado existía o que era real. Aunque estos niños y también los más mayores respondieron que "el chavo" - de "El Chavo del ocho" - no vivía en un barril, que eso no era real. No obstante, los niños saben perfectamente cuales son los programas que les gustan y cuales no, es decir, que sus gustos están muy bien definidos. Encontramos también que los niños no perciben la televisión como algo diferente, sino que está integrada en sus actividades cotidianas. Aunque la televisión pueda influir en sus juegos, continúan jugando a los tradicionales pille - pille, escondite, comba, canicas, rayuela, veo - veo y salta alturas.

Existen, por otra parte, un conjunto de programas que el niño ve, aunque no sean de los que más le agraden. Ello se debe en gran medida a que muchas veces no tienen otra actividad que realizar. Entre sus respuestas hemos encontrado que muchos niños responden que ven la televisión para no aburrirse o porque les entretiene, aunque si tienen otra cosa que hacer como salir de paseo, jugar con sus amigos, visitar familiares, hablar con sus padres, etcétera, no les importa ver menos televisión. Sin embargo, el ritmo de vida actual no permite a los padres pasar demasiado tiempo con sus hijos, excepto que estén de vacaciones, en paro o que no trabajen en la calle, con lo cual los niños pasan mayor tiempo frente a la televisión y cada vez menos realizando otras actividades. La escuela tampoco ha sabido adaptarse al ritmo actual, con lo cual los maestros obvian

completamente la televisión. Por su parte consideramos que la televisión es un aparato económico, donde prima, cada vez más, la necesidad de ganar audiencia antes que las connotaciones de los contenidos de los programas puedan tener en la audiencia infantil. Es por ello la necesidad de ampliar estudios que permitan tanto a los padres, como maestros y profesionales de los medios, tener una visión objetiva de este fenómeno y en donde toda la sociedad debe ser partícipe.

Wiesner, J. (2015) en la tesis titulada: Programas infantiles en la televisión y su influencia en las habilidades sociales de los niños de 4 a 5 años de la “Escuela Fiscal República de Venezuela” formula el siguiente problema ¿Cómo influyen los programas infantiles de la televisión en las habilidades sociales de los niños/as de Educación Básica de la “Escuela Fiscal República de Venezuela”? Cuyos objetivos son:

Objetivo General:

- Orientar y guiar a los padres de familia, docentes sobre la clasificación de los programas televisivos infantiles en categoría de positivos y negativos que observan los niños/as de educación inicial, paralelos A y B de la “Escuela Fiscal República de Venezuela” ya que afectan en las habilidades sociales.

Objetivos específicos:

- Determinar los programas infantiles que influyen en conductas violentas de los niños.
- Establecer la orientación educativa de los infantes, frente a los programas infantiles que transmite la televisión, en la educación inicial de la “Escuela Fiscal República de Venezuela”.
- Orientar a los docentes mediante la infografía animada
- Elaborar material audiovisual “Infografía Animada” con la respectiva clasificación de los programas infantiles, destinado a los menores de la Escuela Fiscal República de Venezuela.

Conclusiones:

- Existe poco interés por parte de los representantes legales en la selección de programas televisivos infantiles ya que no conocen de éstos menos de su contenido y clasificación.

- Los docentes reconocen que la formación va desde casa, que la violencia no se da por las caricaturas sino por el entorno familiar.
- Los programas influyen en las habilidades sociales de tal manera que un programa que habla sobre violencia generará síntomas de depresión a corto o largo plazo, de acuerdo a los expertos.
- Los programas infantiles sobre los valores relacionados a la familia, generarán en los estudiantes y en las personas una inteligencia emocional saludable.
- Los docentes de la institución no cuentan con técnicas adecuadas para la enseñanza de los niños/as en temas de programación infantil.

Carmona, S; Horta, N. (2017 niños y niñas frente a la televisión: Entretenimiento y Educación nos expresa: El mundo de la televisión es para la mayoría de los niños un escape a la monotonía y en palabras suyas “Aburrida Cotidianidad” para enfocarse hacia espacios llenos de fantasía que le presentan los programas. La televisión no les invita a pensar, sino a soñar y soñar por lo tanto es prácticamente, para soñar no hace falta hacer ningún esfuerzo. Pero lamentablemente la televisión cuando no es regulada por el ambiente socio familiar, puede ser un gran obstáculo para el desarrollo normal de la autoformación de su autoestima y para la afirmación y el crecimiento personal y cultural.

Finalmente los autores concluyen expresando que los niños son excelentes imitadores y aprende rápido, pero no son selectivos a la hora de imitar por esta razón, es lógico que imiten tanto las actitudes favorables o normativas como las violentas e inadecuadas que ven en los programas; por esta razón, los niños que ven televisión por muchas horas se diferencian de los que no lo hacen por su agresividad, su pesimismo, su poca imaginación y empatía, una de las causas de este efecto es el escaso dialogo entre padres e hijos sobre el contenido de los programas televisivos que ven. Hay programas que contribuyen al desarrollo de los niños y otros que contrariamente lo vuelven agresivo esta discriminación debe estar a cargo de sus padres o responsables.

Cabe mencionar que en esta investigación no se está afirmando que la televisión construya la violencia la agresividad o la ausencia de valores, sino que las poblaciones analizadas presentan estas dos características la alta tasa

de tiempo empleado en el ver televisión y conducta o actitudes poco favorables para el aprendizaje formal o la convivencia cotidiana.

ROSEROS S. (2008), en su tesis titulada *Influencia de programas de televisión en el desarrollo de la inteligencia emocional de las niñas de 4 a 5 años de la Unidad Educativa bilingüe génesis. Para optar la licenciatura en Comunicación social.*

Hay que tener presente que los medios de comunicación son importantes para la educación y la formación de la infancia junto a la escuela y la familia, lo que quiere decir que la televisión puede ser un instrumento parte de la formación de las niñas, pero no debe ni puede constituirse en su formador.

La televisión, como medio de comunicación social bien manejado, se considera uno de los más importantes para el desarrollo de la formación y la cultura de las personas, pero la práctica ha permitido mirar la televisión desde dos perspectivas; psicológica mediante la estrecha relación entre el número de horas que se observa la televisión y los bajos niveles de inteligencia y la otra desde una perspectiva educativa, mostrándonos relaciones negativas entre el rendimiento académico en general y en particular en determinadas áreas y la observación de programas televisivos.

Es importante tener presente el comentario que realiza Vilches (1993,91) al indicar que la televisión “Cumple un papel ideológico en cuanto al sistema de representación de toda la realidad”.

La formación de la personalidad en la infancia está influenciada entre otros factores, por el medio donde se desenvuelven las niñas. Uno de esos medios, donde se desenvuelven las niñas. Uno de esos medios, cada día de difusión, es la televisión, en la cual a diario aparecen numerosas imágenes y sonidos (dibujos animados, programas de noticias, reportajes, cine, telefilmes, anuncios, retransmisiones deportivas, concursos, telenovelas, programas de humor, reality shows y otros), los cuales generalmente son vistos por las niñas en la mayoría de ocasiones, sin intervención de alguna persona adulta de la familia, lo que repercute, no siempre favorablemente sobre el desarrollo de su personalidad y pautas de comportamiento. Así mismo agrega, que la televisión es uno de los medios de comunicación de masas más accesible para las niñas, sería importante que los pequeños miren televisión siempre acompañados y guiados por sus padres o una persona adulta ya

que los niños, no se encuentran en la capacidad emocional de diferenciar y discriminar el bien del mal, y lamentablemente la televisión es muy cruda en varios aspectos, como sexo, guerra, alcohol e incluso dibujos animados perjudiciales para el desarrollo de su inteligencia emocional, mismos que mañana más tarde serán reflejados en los futuros adultos.

Son escasos los autores que tratan sobre el desarrollo socioemocional, variable en estudio pero hemos tratado de ubicar autores que tratan algo de ello como:

DADIC, M. (2013) en su trabajo de investigación *Niveles de socialización en las niñas y niños de 5 años de las Instituciones de Educación Inicial del Distrito de Julcan*, cuya formulación del problema es el siguiente: ¿Cuáles son los niveles de socialización en las niñas y niños de 5 años de las Instituciones de EI. 2022 – Los OLIVOS Y 266 – Niños Jesús del distrito de Julcán año 2013? Y los objetivos son:

Objetivo General:

Establecer la diferencia en los niveles de socialización entre niñas y los niños de 5 años de las Instituciones de EI. 2022 – Los Olivos y 266 – Niños Jesús del Distrito de Julcán, año 2013.

Objetivos Específicos:

Describir el nivel de socialización y en cada una de sus dimensiones autoestima, comportamiento, juego e identificación en las niñas y los niños de 5 años de las niñas y los niños de 5 años.

Establecer la diferencia en los niveles de socialización y en cada una de sus dimensiones: comportamiento, juego e identificación en las niñas y los niños de 5 años.

Conclusiones:

El nivel promedio de socialización que presentan los niños y niñas de 5 años, es regular en la dimensión de autoestima e identificación, es bueno y, en las dimensiones comportamiento y juego, es regular.

Las niñas tienen mejor nivel de socialización que los niños de 5 años de las Instituciones de Educación Inicial “2022 – Los Olivos” y “266 – Niño Jesús” del Distrito de Julcán.

Las niñas tienen mejor nivel de socialización en sus dimensiones de autoestima, comportamiento e identificación que los niños de 5 años de las Instituciones de Educación Inicial “2022 – Los Olivos” y “266 – Niño de Jesús” del Distrito de Julcán.

Los niños y niñas de 5 años de las Instituciones de Educación Inicial “2022 – Los Olivos y “266 – Niño Jesús” de Julcán, tienen igual nivel de socialización en su dimensión juego.

La autora expresa que la socialización, se manifiesta en el niño de 5 años a través del comportamiento, autoestima, Identificación y el juego (Castillo, 2007). El comportamiento, es una manifestación conductual tales como ser honestos, obedecer reglas, cumplir las normas que forman su autocontrol. El autoestima, es el valor que el niño otorga a la imagen que tiene de sí mismo, es una actitud positiva o negativa hacia un objeto particular; el sí mismo. (Ruiz, 2008). La identificación, es el grado de identificación que tiene el niño y niña con sus padres que permite el desarrollo de la conciencia. El juego, es un excelente medio de socialización, que permite al niño expresarse, convivir y comunicarse con sus semejantes.

Debido a que la familia y la escuela son los primeros agentes de socialización de los niños y niñas, los padres de familia y los docentes, deben aunar esfuerzos, ser agentes de socialización con conocimiento y aplicando estrategias adecuadas que nos permitan vivir mejor. Sin embargo preocupa la forma como la escuela viene formando a los niños y niñas en la socialización para una buena convivencia escolar.

Se ha podido observar que la educación en las escuelas están centradas en el desarrollo cognitivo y en la competitividad entre los niños y niñas de 5 años, descuidando la conducta social. No podemos hablar de una educación integral si sólo se desarrolla la parte cognitiva y no la social. El niño, cuando ingresa al sistema educativo formal, ingresa a un mundo social con un ambiente diferente al de la familia, al cual debe adaptarse e integrarse al grupo de trabajo, participar activamente y respetar reglas (de juego, de cooperación, trabajo en equipo o grupo, disciplina, competencia, etc.), en situaciones cotidianas que implican una toma de decisiones frente a problemas que requieren respuestas rápidas a efectivas.

Este proceso de aprendizaje y adaptación, conocido como "proceso de socialización", en efecto, no resulta tan fácil para muchos niños y niñas, que en algunos casos puede llegar a ser traumático.

En este sentido, Perlman (1999) afirma que la socialización es un proceso de intercambio entre el niño y su entorno y el grupo social en que nace y en el que se desenvuelve a través del cual satisface sus necesidades y asimila la cultura de su entorno. El niño en su proceso de socialización asimila los valores, normas, costumbres, roles, conocimientos y conductas que la sociedad le trasmite y le exige, a través de distintos agentes; la familia, amigos, escuela, medios de comunicación social (televisión especialmente) y otros medios, como libros, actividades de ocio o juguetes.

2.2 Bases Teóricas

La TV es un medio muy eficaz para la creación y formación de actitudes en los niños, pues desde muy temprana edad, son sometidos a su influencia sin tener otro medio de información.

Según la teoría de socialización comunitaria de Erickson, es entre los 2 y 6 años cuando se perfilan los sentimientos preferenciales hacia la madre, padre, familiares y otras personas significativas; A través de este proceso el niño adquiere habilidades y formas de comportarse en la sociedad. Es a partir de los 4 a 5 años de edad, que se establecen los hábitos permanentes y las características emocionales, jugando un papel decisivo la imitación y la identificación. Con esto, se refiere a pautas de conducta y actitudes de las personas que los rodean, esto llega a ocurrir incluso de manera inconsciente.

Los niños optan por la televisión para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información. Además de las motivaciones personales, podríamos agregar un factor situacional externo al niño; la ve porque se la impone el medio, no le queda otro remedio. Le es ofrecida en el ambiente del hogar y se le refuerza la conducta de contemplación por los padres. En muchos casos es la única compañía del niño y a veces se convierte en una especie de niñera.

Ver la televisión es incluso la actividad líder del niño, gastan más tiempo viendo la TV que haciendo cualquier otra actividad que no sea dormir. En promedios, los niños ven de 22 a 25 horas semanales de televisión. En general, se puede decir que durante el transcurso del año, los niños pasan más tiempo frente al televisor, que en la escuela. Es la televisión, más que

cualquier otro medio, la que proporciona una base común de información en las primeras fases de socialización del niño (Villacastin, 2002. Citado por Aldea).

Los niños son excelentes imitadores, incluso durante los primeros meses de vida aprenden a comer, vestirse, utilizar el sanitario e interactúan con los demás. Ellos no son especialmente selectivos en lo que imitan por lo que a muchos padres se les recomienda que cuiden su vocabulario cuando sus pequeños dicen una mala palabra en un momento de frustración. Aunque la imitación no es el único mecanismo de aprendizaje que tiene los niños, es el primero y sienta las bases de aprendizaje futuro. Como los niños imitan permanentemente a la gente que lo rodea, es lógico que también imiten a las personas que ven en la televisión o en el cine.

Esto no es un problema que afecte solo a los niños, sino que a menudo también influye en los adolescentes. A lo largo de la vida imitamos a los demás para aprender cosas nuevas y reforzar nuestra identidad con un grupo particular. Con cierta frecuencia se oyen historias acerca de niños que terminan trágicamente, al imitar algún personaje que han visto en los medios de comunicación. Por ejemplo: un niño de cinco años que le prendió fuego a su casa y causó la muerte de su hermana de dos años, después de haber visto un episodio de dos pre -adolescentes estúpidos que disfrutaban realizando actividades antisociales; un grupo de adolescentes que causó un accidente al imitar la escena de una película en la que varios jóvenes demuestran su valor acostándose sobre una autopista; un niño de trece años que se disparó en la cabeza mientras estaba jugando a la ruleta rusa que había visto en una película.

Todas estas historias son trágicas pero afortunadamente no se presentan muy a menudo.

La mayor parte de los niños no imitan tan fácilmente, solamente escogen algunas imágenes, actitudes y valores. Cuando se sienten frustrados, algunos niños lloran en un rincón, otros dan patadas y golpes, y otros toman con calma su frustración.

Si tenemos en cuenta la composición de los programas, debemos aceptar que la actual enseñanza incipiente se refiere a las formas del crimen y a la ilegalidad, a la corrupción destructiva, a la exagerada valoración

de los bienes materiales con relación a los valores intelectuales y culturales. Aldea (2004).

Efectos negativos de la televisión en los niños

Hace ya bastantes años que los científicos demostraron que los contenidos televisivos afectan a los niños y favorecen que estos imiten o reproduzcan los modelos de conducta que ven.

La TV presenta muchos más estereotipos de los que se encuentran en la vida real. Aparecen más hombres, y éstos son más agresivos, activos, constructivos y serviciales, sus actividades les aportan recompensas tangibles. Pero las mujeres tienden a ser diferentes, pasivas e ignoradas, y son castigadas si se vuelven muy activas. En los últimos años está cambiada su imagen en la televisión, las mujeres pueden trabajar fuera de casa y, los hombres pueden estar a cargo de los niños, pero todavía hay muchos estereotipos del género.

La teoría del aprendizaje social plantea que los niños imitan los modelos que ven y entonces, los que ven más TV estarían más tipificados por el género. Además, se demostró que ambos sexos recuerdan mejor las secuencias televisivas que confirman estereotipos, pero cuando éstos son rotos, los niños reaccionan, suelen ser más flexibles en sus visiones y aceptan que hombres y mujeres tengan ocupaciones no tradicionales. En las investigaciones se ha observado que las niñas son más receptivas a estos cambios, aceptan los roles no tradicionales tanto en los demás como en ellas mismas. (Drake.2003)

A pesar de los cambios en gran parte de televisión, se sigue retratando un mundo en el que se valora ser hombre, blanco y joven, y se denigra el ser mujer, viejo, de piel oscura o extranjero. A esto se le suma el que en los comerciales las diferencias entre los roles de género son mucho mayores en la vida real, y muy pocos de ellos rompen con los estereotipos.

Algo similar ocurre con las escenas de contenido erótico. Por un lado, casi nunca ofrecen educación sexual, es decir, nunca hablan por ejemplo de la posibilidad de contraer enfermedades. Por otro, dificultan que los niños

puedan distinguir lo que es adecuado a su edad y lo que no, con lo que les puede resultar más difícil poner límites en un futuro.

Así mismo, Sahuquillo (2007), refiere la posición de Huertas (2002) sobre el proceso de socialización que está íntimamente relacionado con los modelos de aprendizaje social, con la teoría del aprendizaje de Bandura la que parte de la influencia de la televisión, esto se realiza procesalmente.

De ello surge el debate de que la exposición de los niños frente a la televisión sobre todo a los programas violentos produce en los individuos catarsis o una incitación (Wimmer y Demineck 1996; p.365).

Los defensores de la Catarsis, afirman que la observación de actuaciones agresivas en la televisión reduce la agresividad por un mecanismo de purga de los impulsos violentos. Mientras los detractores afirman que la violencia televisiva constituye un estímulo que incita a actuar del mismo modo pues la observación de imágenes violentas promueve mayores niveles de agresión. Así mismo la aproximación a la Teoría Social del Aprendizaje sobre los efectos de los medios de comunicación en el proceso de socialización hace mención Bandura (1986), que las imágenes transmitidas por la televisión constituye una situación favorable para el desarrollo del aprendizaje por “modelado”, en la que el aprendizaje por observación se realiza a través de la Atención, Retención, Reproducción motriz y la Motivación.

La teoría se basa en que los niños a lo largo de su proceso de su desarrollo personal y social, imitan modelos que ven en el caso que nos ocupa, interiorizando conductas y actitudes que presentan en la televisión pues, los argumentos de los programas determinados están planificados para lograr la identificación del televidente con los personajes, que se convierten en un modelo a imitar, cuyas conductas se presentan dentro del contexto que facilita a su vez la identificación de sus consecuencias personales y sociales(Bandura, 1994). Las representaciones televisivas de las realidades sociales reflejan las tendencias ideológicas de sus descripciones de la naturaleza humana, de las relaciones sociales, de las normas y estructuras sociales.

Es decir, la influencia de los modelos actúan de diversos modos: como tutores, inhibidores, desinhibidores, apuntadores sociales, incitadores de

emociones y realzan los valores y concepciones de la realidad, que pueden funcionar separadamente pero que permanentemente lo hacen en conjunto. Las influencias mediáticas crean atributos personales además de alterar los preexistentes (Bandura, 1986).

El juicio, los valores y la conducta humana pueden alterarse por un modelo televisivo, sin tener que esperar la llegada de un intermediario influyente para adoptar lo que se ha visto y actuar luego como difuso.

La modelación televisiva se utiliza para efectuar el cambio social a nivel de comunidades y a nivel de la sociedad en general (Bandura, Singhal y Rogers 1989). Es por ello que la televisión se utiliza como vehículo principal de justificación. Esta se emplea cada vez con mayor frecuencia para presentar confrontaciones que legitimizan y captan apoyo para la propia causa y desacreditan al oponente (Bandera, 1990). El ser humano se comportará de una forma que en circunstancias normales repudiaría si se encuentra ante una autoridad legítima que sanciona su conducta y que acepte la responsabilidad de sus consecuencias (Milgram 1974, citado por Bandura).

Del mismo modo, esta teoría plantea que la exposición reiterada a acciones socialmente perjudiciales puedan conllevar una probabilidad de que las personas repitan esas acciones (Wimmer y Dominick, 1996, 364). Esto significa que las personas que constantemente se encuentran expuestas a mayor dosis de violencia acaban mostrando una preocupación menor por estas conductas antisociales.

Los programas que representan mayor riesgo para la educación de la infancia son aquellos en los que se incluye la violencia en ciertas ocasiones tratada de una manera inexistente, como si fuera un juego o algo divertido, las burlas, las ridiculizaciones, la falta de respeto hacia el otro. Cita a (Santiago, 2009). *“La presentación de los programas educativos para niños tiene que ser agradable y fácil de entender. Es preferible la simplicidad de algunos programas a la estimulación de información de otros, que impide centrar la atención en lo que se tiene que hacer.”* (pág. 223).

El rol que la televisión desempeña en el proceso de socialización de los niños y niñas es trascendental, puesto que son flexibles se adaptan a estructuras, temas y contenidos simbólicos de los programas de

televisión, los niños perciben que los contenidos de la televisión suplantando sus propios procesos de elaboración mental.

Aprendizaje por observación

La principal influencia de la televisión es que modifica diariamente nuestras creencias, actitudes, conductas, la imagen de la realidad,...

La teoría del *aprendizaje por observación*, en la teoría social cognitiva, desarrollada por Bandura (1977), a diferencia de otras teorías conductistas basadas en registrar la influencia de los contenidos violentos en las conductas de los niños y niñas a corto plazo, explica su extrapolación a la vida real durante un periodo de tiempo considerable y también estudia los efectos en los cambios de actitud y en la percepción de la realidad, entre otras cuestiones. Su principal representante, sostiene que la conducta social del niño/a dependerá de los modelos o ejemplos que observe a su alrededor, lo que se conoce como "aprendizaje vicario". Esas pautas pueden provenir de modelos reales, por ejemplo, de personas de su entorno o de modelos simbólicos, como pueden ser los que le proporciona la televisión. No obstante, que el niño/a vea ejemplos de conductas en el medio televisivo no significa que las lleve a la práctica, como advierte Bandura (1977). Este investigador establece cuatro procesos interrelacionados dentro del aprendizaje observacional: de atención, de retención, de reproducción motórica y de incentivación y motivación. El aprendizaje vicario no significa que se llegue a imitar siempre la conducta aprendida, puesto que pueden existir factores que impidan dicho proceso, entre otros que el niño/a no atiende a esa conducta; que no comparta o no se identifique con la manera en que se comporta el modelo; o que no sea capaz de poner en práctica lo que observa por no estar preparado física o mentalmente.

El proceso de atención, selecciona el contenido a observar. El proceso de retención cognitiva, tiene relación con el recuerdo y con la transformación y reestructuración de las imágenes mentales. Así, un evento que no se recuerda, que carece de imagen mental, es poco influyente. De esto se sirve la publicidad repetitiva de productos. El tercer proceso, de reproducción motórica, consiste en la formación del comportamiento, y que se encarga de estructurar los patrones de conducta futuros, ajustándose tales conductas a

las del modelo a través de la comparación y la idoneidad. Por último, los procesos de incentivación y motivación van a ser determinantes para llevar a cabo la actuación. Es importante destacar que existen diferencias entre adquirir el comportamiento y actuar. Serán los aspectos motivacionales los que influyan directamente en la ejecución final de la conducta aprendida. Y es en este momento cuando entran en juego las consecuencias de la conducta observada. Si éstas son graves, tenderemos a inhibir los actos y, si son favorables, las realizaremos sin ningún temor, relacionándose con la teoría del refuerzo.

Según esta teoría cuando los niños y niñas observan personajes en la televisión, la identificación con los personajes influye en el grado en que se sienten afectados por lo que les sucede a esos personajes, teniendo una consecuencia directa en sus comportamientos y conductas posteriores como se deduce de la teoría social cognitiva y el efecto “modelling”. (Bandura & Walters, 2002).

Las personas imitan porque se siente indirectamente reforzada cuando observa un modelo que recibe un refuerzo por algún comportamiento seguido, porque ha recibido el refuerzo al adoptar el comportamiento de un modelo.

La identificación con los personajes dependerá de la atención prestada a los modelos que resultan más llamativos, con características similares al observador (edad, género, comportamiento,...). Para los niños y niñas, sobre todo hasta los cinco años, las imágenes representan cosas reales, incluso los ofrecidos por los dibujos animados, siendo la televisión un medio de observación de una realidad, a veces irreal, que de otro modo no sería posible. Facilitándose el acercamiento a modelos diversos que no son siempre los más adecuados.

La investigación pionera dentro de esta corriente fue llevada a cabo por Bandura, Ross & Ross (1963). Una muestra de niños entre 3 y 5 años veía una persona que golpeaba a un muñeco de plástico, de tres maneras distintas: de forma real, en una película y en una dramatización con un actor disfrazado de gato. Además, con objeto de observar diferencias y de validar el experimento, se incorporaba un cuarto grupo de control al que no se le mostraba ninguna de las versiones. Después, se llevaba a los niños a una

habitación con similares características a las imágenes o a la realidad presenciada, en la que había juguetes con los que podían actuar como quisieran. Entre los resultados, pudieron demostrar como los grupos experimentales tendían a imitar el modelo al que habían sido expuestos. De este modo, la conducta de los que vieron la escena real era más agresiva, aunque las diferencias entre los tres grupos no fueron muy dispares, por lo que concluyeron que ver una película violenta podía provocar un efecto similar a ver una escena real. Por otro lado, se evidenció como el grupo de control mostró un comportamiento mucho menos agresivo que el resto.

Bandura (1979), demostró así la influencia de los modelos televisivos en la adquisición de nuevas respuestas agresivas. Por eso debe prestarse especial atención a los valores sociales positivos o antisociales de los productos de televisión y al comportamiento que puede resultar del aprendizaje social. Es la teoría más importante para comprender y controlar el impacto de la televisión sobre los niños y niñas. (Referida por Navarro.2014).

Bruner (1990) plantea: “el niño no entra en la vida de su grupo mediante la ejercitación privada de procesos primarios, sino como participante en un proceso público más amplio en el que se negocian significados públicos”. La cultura se convierte así en el medio al que el niño debe adaptarse y en el factor principal a la hora de conformar la mente infantil. Desde este punto de vista, el desarrollo psicológico estaría organizado en torno a los procesos de construcción y utilización del significado que conectan al hombre con la cultura. El escenario privilegiado de dichos procesos son inicialmente los formatos de la interacción diádica temprana y, a partir de la segunda infancia, los formatos narrativos del discurso. Para comprender en qué medida la televisión desempeña un papel importante en relación con el desarrollo psicológico, debemos analizar en qué medida afecta la televisión en los procesos y logros de la interacción temprana y a la capacidad de construir y compartir explicaciones narrativas de la realidad intrapsicológica e interpsicológica.

El bebé nace equipado con un rico conjunto de capacidades para organizar activamente su experiencia de la realidad, pero precisa correlativamente de un rico contexto que le permita desarrollar esas potencialidades. Necesita

ser introducido y guiado por las personas de su entorno para aprender a otorgar sentido a la actividad de los demás y a sus propias acciones en distintas situaciones. Dicho contexto socializador no debe entenderse sólo como necesario en términos de incorporación a una determinada cultura, se trata también de una exigencia biológica. Sabemos que el cerebro del bebé, a pesar de sus muchas capacidades, es más inmaduro y presenta mayor plasticidad al nacer que el de un animal de cualquier especie, precisamente porque está previsto biológicamente un largo período de crianza y aprendizaje en un contexto social. La interacción diádica con sus cuidadores, muy en particular con la madre, es en todas las culturas el contexto natural insustituible que nuestra especie ha aprendido a crear a lo largo de miles de años para promover un desarrollo sano de los niños pequeños.

Si la condición más importante para el desarrollo cognitivo, social y emocional del bebé es la interacción comunicativa con las personas de su entorno, no es difícil comprender cómo la televisión puede empobrecer e interferir en estos procesos de un modo significativo. Cuando el bebé nace, la primera tarea conjunta que guía su desarrollo comunicativo es la adaptación a las distintas rutinas y ciclos de la vida cotidiana que, universalmente, giran en torno a la alimentación, el sueño y las actividades de interacción lúdica en contacto físico con las personas de su entorno, incluyendo juegos tales como el intercambio de objetos, taparse y destaparse la cara alternativamente o pasar las páginas de un cuento. Aunque todos los momentos de interacción promueven el desarrollo, sabemos que en las situaciones que se repiten cotidianamente con guiones muy predecibles el niño aprende a sintonizarse con los adultos de su cultura, a regular la atención conjunta, a intercambiar papeles y perspectivas, a comprender las intenciones del otro y expresar las suyas, a referirse a un contexto común, a integrar información nueva en la que ya se presupone conocida, a indicar y a pedir, entre otros prerrequisitos básicos del desarrollo socio comunicativo. Estos escenarios privilegiados del desarrollo fueron definidos por Bruner (1984) como “formatos” de acción conjunta, microcosmos cuya estructura constituye una auténtica matriz para la adquisición del lenguaje y para la construcción cognitiva infantil. Los niños demuestran una gran capacidad de atención y de asimilación de la información, en gran medida comunicativa y

verbal, que reciben en estas situaciones diádicas. Esta ayuda específica que prestan las personas que rodean al niño en el marco de los formatos, Bruner la concibe como un andamiaje externo fundamental para el desarrollo psicológico.

No hace falta explicar que la televisión no puede proporcionar ni una sola de las experiencias que el adulto adapta para el niño en el contexto de la interacción diádica y de los formatos. A menudo se ha analizado el tiempo que la televisión roba a otras actividades alternativas como un efecto indirecto y menor. Por ejemplo, en los niños que ya saben leer, se cita siempre el tiempo que la televisión resta a dicha actividad como un efecto indirecto, ya que se considera deseable que el niño dedique alternativamente parte de su ocio a la lectura y porque ello además repercute favorablemente sobre el aprendizaje escolar, aunque una televisión educativa de calidad pueda contrarrestar dicho efecto. Sin embargo, en el caso de los niños en los primeros años de vida, la redistribución del tiempo para las actividades cotidianas que la televisión impone debe considerarse un efecto directo sin alternativa posible: no ofrece ninguna compensación al niño del tiempo que le roba para la imprescindible interacción comunicativa.

La crianza tradicional implicaba más contacto de los niños pequeños con sus cuidadores. En nuestra cultura, el bebé no sólo debe de adaptarse a los ciclos de sueño y alimentación, sino también a los extensos horarios familiares de televisión. En la medida en que los niños pequeños son privados de momentos importantes de interacción estructurada con las personas de su entorno, fundamentales para su desarrollo cognitivo y social, su efecto empobrecedor sobre el desarrollo puede considerarse muy potente y generalizado en las sociedades modernas. Tan sólo este efecto bastaría para justificar la recomendación de que, hasta después de los dos años, los niños no deben estar expuestos a la televisión o cualquier otra pantalla alternativa, realizada en 1999 por el Comité asesor de Educación de la Academia Americana de Pediatría. Pero hay otros efectos de tanta o mayor contundencia.

Una segunda tarea fundamental para el desarrollo posterior que se realiza a través de la interacción comunicativa temprana es la regulación conjunta de la atención. Los bebés aprenden muy pronto a mantener la atención en la interacción, mirando a los ojos de su interlocutor y escuchando sus vocalizaciones, a las que aprenden también a responder. Antes de cumplir el primer año de vida ya saben identificar hacia dónde miran los adultos y fijar su atención en ese mismo punto y, a la inversa, son capaces de atraer la atención del adulto hacia un objeto mirando hacia él y vocalizando. En las actividades naturales de interacción temprana, el bebé y sus cuidadores se miran alternativamente y miran el mundo a su alrededor poniéndose de acuerdo en qué es relevante para atraer la atención y mantenerla o en cómo reaccionar.

No es difícil imaginar que la televisión interfiere en este proceso esencial de aprendizaje acerca de cómo y hacia qué fijar y mantener la atención. El bebé se encuentra con que lo más relevante del mundo que le rodea es una pantalla luminosa, hacia la que todos dirigen sus miradas, donde reconocerá progresivamente una versión plana y miniaturizada de la realidad. No debe hacer o buscar nada, tan sólo mirar en silencio hacia la fuente de luz y sonido, de modo que el bebé aprende muy pronto a atender a la televisión sin que haya ningún intercambio previo de miradas y sin buscar la dirección de la mirada de sus cuidadores, sin que haya por lo tanto ningún esfuerzo y sin esperar ningún fruto. Por tanto, antes de cumplir el año, el bebé ya es capaz de mantener la vista fija en la pantalla durante un tiempo bastante prolongado. Lo que se le exige al niño es que sea bueno y se esté quieto, sin molestar a los demás mientras ven la televisión e incluso que aprenda a permanecer en soledad ante la televisión convertida en niñera electrónica. Se logra vencer así la tendencia biológica y natural de los niños pequeños a la interacción con el medio físico y social, haciendo que adquieran el hábito de mirar un pequeño artefacto que al principio no comprenden y que permanezcan en reposo, en silencio y con su atención concentrada sobre la pantalla durante largo tiempo. Cuando desde la perspectiva comercial se resta importancia a este hecho e incluso se publicita que determinados

programas infantiles de televisión dirigidos a los niños más pequeños estimulan el desarrollo, lo que en realidad se pondera es dicha capacidad de “explotación atencional” para atraer la atención del niño y promover lo antes posible el conocido fenómeno de “inercia atencional”, una hipnótica y placentera tendencia a seguir viendo la televisión, que garantiza el progresivo crecimiento de las audiencias.

Pero, como era de esperar, puesto que la televisión afecta a procesos básicos en el desarrollo de las capacidades atencionales, la investigación científica demuestra que estos efectos poco visibles para un análisis interesado no son menores, sino que comprometen el desarrollo del cerebro, reduciendo el número y densidad de sinapsis neuronales, siendo así acumulativos y duraderos a lo largo de todo el proceso de desarrollo y la vida de los sujetos. Su efecto sobre la atención, por tanto, es anterior y más profundo que el de otros más evidentes y más ampliamente investigados, como el de la violencia y agresividad percibidas en las pantallas (Publicado en la revista *Comunicación & Pedagogía*)

En *Socialización y aprendizaje social*, en síntesis, Yubero plantea que la televisión socializa reforzando y creando pautas de conducta a partir de las informaciones que proporcionan los comportamientos que realizan los modelos observados y las consecuencias que obtienen, algunos de los factores estudiados desde la Psicología Social y que se consideran elementos relevantes para conseguir que los procesos de modelado sean eficaces serán:

- a) La similitud con el modelo; las investigaciones han demostrado que, cuando el individuo percibe cierta semejanza con el modelo, la influencia de este es mayor. Del mismo modo, si una persona recibe la influencia de un modelo tiende a redefinir su propia identidad social, llegando incluso a atribuirse las características estereotipadas del grupo al que pertenece a la fuente de influencia (Moscovici, Mugni y Perez, 1991; Myers, 1995)
- b) El atractivo del modelo. Pratkanis y Aronson (1994, citado por Yubero), llegaron a demostrar que son más persuasivos aquellos comunicadores

que resultan agradables al telespectador, por lo que dentro del medio televisivo, el atractivo de los personajes potenciará su credibilidad y su poder de influencia.

- c) Los refuerzos del modelo. Las conductas de imitación son más probables si el modelo observado recibe refuerzos. En televisión, los personajes pueden ser reforzados también de forma indirecta, mediante la asociación de sus actitudes y comportamientos con secuencias narrativas positivas.
- d) La excitación emocional. Las características propias de la televisión, en cuanto a la producción de emociones, potencian su capacidad socializadora. De esta manera, como señala Bandura y Walters (1974), la excitación emocional aumenta la probabilidad de que se modifiquen la conducta social de los observadores y se induzcan valores y pautas de comportamiento.

Finalmente, y a modo de conclusión, podemos afirmar que la televisión realiza una importante función socializadora, en unas ocasiones intencional y en otras involuntaria, y que actualmente lo hace, fundamentalmente, a través del entrenamiento. Los relatos que nos muestra la televisión socializan a partir de valores, positivos o negativos, que conferimos nos transfieren las “realidades” representadas en la pantalla, y que en muchas ocasiones van a ser interiorizadas con una carga emocional que las dotará de valor y significado.

Así mismo se expresa que la televisión es un medio de comunicación de masas, es un instrumento que se ha convertido hoy en día en un miembro más de la familia, proporcionando actitudes y modelos de comportamiento a través de la imitación y la identificación. En los últimos tiempos las características de la sociedad posmoderna en la cual nos encontramos inmersos, le han dado el campo libre a la televisión y la publicidad para su libre actuación. La influencia que ejercen sobre los niños y adolescentes es bastante peligrosa si se considera que son individuos en etapa de formación de valores. Es de esta forma, que la televisión ha generado una revolución cultural.

Hay que reconocer que los programas que ofrece la televisión son producto de los que los televidentes quieren ver, y que estos cambian porque están sujetos a la moda y a las tendencias. La moda televisiva actual ha cambiado.

El sexo ha ocupado un lugar primordial en películas, tiras y unitarios. Esto no sería tan preocupante si solo fueran proyectadas en horarios que no son de protección al menor. Esta franja parece haber quedado en el total olvido. También se tocan temas como la indiferencia, el desprecio, el odio, la discriminación y el crimen. Algunos personajes se caracterizan por ser descuidados, mal hablados, corruptos y agresivos. Estos tópicos han llegado a ser los principales argumentos de las más exitosas series, novelas y unitarios de los últimos años. El problema se suscita cuando los niños sobre todo si se encuentran en la primera infancia, en donde la imitación es la base de su aprendizaje acceden a esas imágenes, y las recrean en su vida cotidiana.

A todo esto debe agregársele los talk shows y los realitys shows. En estos formatos las personas comunes y corrientes se convierten en los protagonistas. Una de las críticas más frecuentes a este tipo de programas es la edición, además de la exhibición continua de escenas de violencia y sexo, sin faltar las malas palabras.

Se debe definir que es violencia, que es agresividad y que comunicación. La violencia es una acción injusta con la que se ofende, humilla o perjudica a alguien. La conducta violenta puede manifestarse en forma de crueldad, desobediencia, peleas, amenazas, entre otras formas. Maffei, F. Mendez, P Silva, M. Vilanova, J. (2013).

En su artículo científico : *Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales*, Wiesner, J.(2015) llega a las siguientes conclusiones:

El análisis de la convergencia es alternativa metodológica interesante para establecer las limitaciones y potencialidades de los efectos de los medios de comunicación. Esta metodología implica asumir que los individuos aprenden a través de la televisión nuevas formas de conducta, pero que su imitación depende realmente de las consecuencias modeladas a través del medio de comunicación.

También implica suponer que existe una intencionalidad macrosectorial en la estructura del mercado televisivo, en los contenidos que reciben los televidentes y en los formatos televisivos. Desde la visión de la convergencia, como sostiene la explicación conductual, cuando se observan regularidades en las relaciones entre eventos (en este caso entre ciertos actos y sus consecuencias), las personas derivan reglas y estas pueden relacionarse con la ejecución de los actos. El aprendizaje del comportamiento social a partir de este proceso se potencializa si la ejecución del comportamiento posee las mismas consecuencias que las observadas en un programa de televisión. En un país tan violento como Colombia es posible que las escenas televisadas que muestran consecuencias favorables frente a los actos antisociales sean las mismas en el contexto real, potenciando el aprendizaje de reglas de conducta antisocial. Los análisis de contenidos tradicionales no permiten develar el proceso mediante el cual se produce el aprendizaje de reglas sociales y no explican el poder de la coherencia o convergencia entre el contexto simbólico y el contexto social real.

La visión funcional de los contenidos de la televisión colombiana en lo que se refiere a audiencia adolescente indica que los programas replican parcialmente la realidad de las metacontingencias sociales en el país. Así como las leyes coexisten con la impunidad o laxitud, de la misma manera, la televisión muestra actos ilegales y antisociales de diversa índole que no reciben consecuencias aversivas para quien los ejecuta. El estudio de la autora de este artículo en el año 2003, ofrece datos que sustentan esta visión.

El análisis de la convergencia plantea algunos cuestionamientos respecto al papel de una televisión responsable en relación con el diseño de contenidos y las funciones de los entes reguladores de este medio de comunicación. Un diseño responsable deberá delimitar contenidos con una carga más alta de actos prosociales en relación con el no pro social. De la misma manera, sería necesario dentro de un diseño responsable mostrar las metacontingencias que se aplican frente a una gran variedad de actos antisociales. Desde esta perspectiva, cualquier intento de regulación de la televisión debe centrarse en la demostración de relaciones probables entre la exposición a contenidos y

los patrones de comportamiento de las audiencias. Esto no sucede en la actualidad. Los organismos de control en Colombia intentan regular contenidos, pero dado que no poseen una metodología para identificar y argumentar relaciones probables, los canales privados usualmente ganan el debate al no poderse demostrar que ciertos programas son peligrosos o dañinos para las audiencias jóvenes.

Los estudios sobre audiencias juveniles e infantiles demuestran que a los niños y adolescentes les gusta la televisión que programan los canales en general. Esto muestra una convergencia entre la selección que realizan los programadores y las presiones de audiencia. Se requiere entonces una serie de esfuerzos a nivel educativo para romper con el círculo que implica la convergencia y esto solamente puede lograrse mejorando los criterios de regulación de la televisión. Experiencias anteriores en los intentos por controlar contenidos televisivos dirigidos a audiencias jóvenes, demuestran que no es verdad que la audiencia responda siempre positivamente a programas con mayor carga antisocial. El caso del rediseño de contenidos en Francisco el Matemático por el programa Haz paz en el año 2001, demostró que los jóvenes incrementaron el rating aun cuando se modificaron todos los contenidos agresivos y antisociales durante un año. Este hecho conduce a definir cuál sería la "pedagogía de los medios" que fortalece la identidad y la socialización apropiada al contexto juvenil colombiano y a diseñar estrategias para aprovechar la capacidad de la televisión en términos de su aporte educativo, social y ético. Para esto es necesario que se realice un análisis cuidadoso de las prácticas culturales dentro de las instituciones educativas donde se intenta enseñar y afianzar la conducta pro social.

Recientemente Colombia ha dedicado muchos esfuerzos por implantar dichos programas, pero éstos han estado basados más en los aspectos de intervención programática y menos en la consideración cultural integral del país y sus instituciones. Como Manjarrés y Uricoechea (1997) afirman, los medios afectan el fenómeno educativo y el proceso de socialización dado que forman parte de los procesos de interacción de grupos y de la construcción de identidad en los jóvenes. La relación temprana de los estudiantes con ellos ha

hecho de la escuela el lugar para reeducar los valores construidos a partir de dicha relación. Por consiguiente, una educación para los medios no puede entenderse solo como una cátedra más dentro de los planes de estudio o como un esfuerzo marginal de grupos y organizaciones populares. Debe ser una perspectiva pedagógica integral que vincule a la educación con la comunicación y con la sociedad, así como con la estructura y dinámica propia de la institución educativa.

Las investigaciones presentadas en este artículo, contribuyen a la comprensión del papel de los medios masivos de comunicación en la consolidación de prácticas pro sociales en las audiencias infantiles y juveniles. Este objetivo será difícil de lograr si no se toma en serio a la televisión y si se es indiferente a la gran cantidad de estudios disponibles que demuestran los efectos de la televisión: muy pocas investigaciones han encontrado que la televisión sea un medio inocuo, por el contrario se ha indicado que posee efectos combinados con otros medios de socialización y que bajo condiciones sociales desfavorables agudiza el impacto de la violencia y el contexto antisocial de las audiencias. No se trata de condenar al medio. Algunos estudios demuestran que si bien muchas prácticas modeladas son de tipo antisocial, también es cierto el hecho de que una parte de ellas son castigadas (Sandoval & Ardila, 2006); esto implica que la televisión diseñada a partir de objetivos culturales claros puede contribuir al aprendizaje de patrones de conducta prosociales. Corresponde a los organismos de control, a la comunidad académica y a la ciudadanía en general pronunciarse respecto a las formas en las que se debe realizar tal diseño cultural y realizar una función de control informado. Para esto se requiere tomar de manera profunda y socializar las investigaciones nacionales e internacionales en el campo de la televisión y sus efectos. Sandoval, M (2006)

En cuanto a la Socialización citamos la teoría de Erickson quien afirma que la principal tarea psicosocial a cumplir en los años preescolares es el desarrollo de la autonomía, lo cual supone una demanda creciente sobre los padres, pues a medida que va emergiendo el yo o sí mismo (combinación de atributos físicos y psicológicos única de cada individuo), los niños empiezan a desear

cierto grado de independencia que se va aumentando poco a poco por las experiencias sociales que el niño experimenta permanentemente, pues quieren explorar el mundo, hacer lo que desean sin ser demasiado restringido por las personas que las cuidan* (Phillip,1997). El control de estas situaciones debe ser razonable y justo, así se demuestra respeto al niño y al mismo tiempo se le ayuda a alcanzar una autonomía más disciplinada, pues está es la base para los aprendizajes. Para lo cual se deben generar espacios en los que los niños pueden elegir o tomar alternativas frente a situaciones en las que se les ayude a conocer las consecuencias positivas o negativas que tiene dicha situación; lo que conlleva a pensar en las habilidades sociales que son el conjunto de conductas que permiten el desarrollo de las inteligencias personales; dentro de las que se pueden encontrar:

- Habilidades básicas de interacción social (sonreír, reír, saludar y amabilidad).
- Habilidades relacionadas con los sentimientos y emociones (expresión de autoafirmaciones, expresar y recibir emociones)
- Habilidades para afrontar y resolver problemas (cognitivos e interpersonales) (identificar problemas, buscar soluciones, anticipar consecuencias)
- Habilidades para relacionarse con adultos (cortesías con el adulto, conversar con él)

De acuerdo a la teoría, el progreso del niño hacia el logro o desarrollo de su personalidad, es influenciado al menos por cuatro factores : a) el crecimiento cognitivo, ya que el nivel evolutivo, va permitiendo alcanzar logros y capacidades; b) el estilo de crianza, es decir las relaciones del niño con sus padres permiten el forjamiento o no de la personalidad, c) la escolaridad, donde le muestran al niño otros elementos normativos y valorativos de nivel cultural que permiten el avance y desempeño social y por último d) el contexto social y cultural; quienes además plantea los horizontes de lo que se necesita en una persona para poder saber actuar dentro de la sociedad; ante lo anterior el proceso de forjamiento de la personalidad resulta difícil para los niños, pues siempre hay una presión sobre sus actuaciones y actitudes.

En cuanto a la interacción entre iguales, Shaffer(2002) expresa que entre los tres y los seis años de edad, los niños aprenden a realizar contactos sociales y a entenderse con las personas fuera de su núcleo familiar, sobre todo con niños de su misma edad, lo que conlleva al aprendizaje y la adaptación de nuevas formas de relacionarse y vivir en el mundo. Según David Shaffer, en su texto el desarrollo social y de la personalidad, publicado en el año 2002, plantea que la sociabilidad es una condición y una característica en la vida de los humanos que implica convivencia, unión y pluralidad, elementos que permiten un desarrollo integral de las personas. Al mismo tiempo propone que la sociabilidad en la infancia es entendida como “la disposición de un niño a abordar interacciones sociales con otros y buscar su atención y aprobación”; esta condición entre los tres y los cinco años de edad se determina desde el relacionarse con el otro como un elemento que permite encontrar un lugar en el mundo; es decir, la sociabilidad está dirigida a la búsqueda de roles que son interiorizados por los niños y que marcan las diferencias en su convivencia.

Durante los procesos de socialización hay un elemento fundamental para el avance de las mismas y es la comunicación ya sea a nivel verbal o gestual, pues es por medio de esta que se entrelazan herencias culturales y saberes propios que van permitiendo el conocimiento de las normas que rigen la cultura; lo que está determinado por las referencias sociales, en las cuales el padre o el adulto significativo se convierte en la persona que da pistas al niño sobre cómo comportarse según las situaciones, lo que se traduce en la adopción de modos de comportamiento social fundamentales, lo mencionado anteriormente tiene lugar, sobre todo mediante el aprendizaje por medio del refuerzo o la imitación de las personas con las que el niño se identifica.

Por otro lado los estudios observacionales sobre la sociabilidad durante el período preescolar han determinado que los niños en esta etapa no sólo llegan a ser más extrovertidos sino también dirigen sus gestos sociales hacia un público más amplio; así mismo dichas investigaciones han determinado que en los procesos de socialización los niños de tres años necesitan estar cerca de un adulto y buscan gestos físicos de cariño y corrección que les permita sentir seguridad y confianza, mientras que las conductas sociales de los niños de cuatro y cinco años consisten normalmente

en llamadas lúdicas de atención o la aprobación de los iguales en vez de la de los adultos; en definitiva a medida que los niños se orientan más hacia los iguales, las cualidades o características de sus interacciones van cambiando; uno de los principales momentos para comprender esos cambios es el juego, actividad en la que se abordan elementos no solo de placer o entretenimiento sino también de trabajo, adquisición de experiencias, que se convierte en una forma de explorar y hacer parte del mundo.

Así mismo las teorías del desarrollo social plantea que las interacciones entre iguales se determinan desde dos grupos: el primero las interacciones entre iguales de la misma edad (igual estatus) y las interacciones de edades mixtas; las cuales permite aprender normas sociales, es decir el niño va reconociendo las conductas aprobadas socialmente que son modeladas de acuerdo a las experiencias de vida, por consiguiente se van retomando y conociendo nuevos roles o papeles sociales que van siendo interiorizados y reflejados por los niños durante sus juegos, diálogos o cualquier otra forma de relación con el mundo en las que se ven reflejadas, las actitudes o habilidades que se desempeñan en la convivencia escolar, familiar y social de los niños. Al llegar aquí es importante resaltar que los proceso de interacción social están determinados por personas o entidades que involucran o transmiten los valores y las riquezas culturales, las cuales son interiorizadas y aceptadas por los niños, siendo esto el elemento primordial para la interacción del niños con su medio; es de aclarar que esos agentes socializadores generan actitudes positivas o negativas durante el afianzamiento de la personalidad y de la condición social de los niños, es así como los agentes socializadores juegan un papel importante dentro del desarrollo no solo de las personas sino también de la comunidad en general, pues son ellos los que van marcando la pauta de cómo funciona la sociedad; los agentes socializadores son:

- La familia: históricamente es el primer agente de socialización ya que en él se instauran las primeras reglas o normas culturales que se deben utilizar para poder actuar dentro de una comunidad, es decir en la familia se genera una primera identificación, pues en ella se transmiten expectativas y valores que condicionan el actuar de los individuos.

- La escuela: aquí la socialización puede decirse que es programada, es decir los procesos de socialización están enmarcados desde estrategias para el aprendizaje no sólo de los conocimientos sino también se refuerza, implementan o quitan conductas ya sea directa o indirectamente, permitiendo un mayor reconocimiento de las figuras de autoridad.
- Los grupos de amigos: este agente socializador permite tener una mayor ruptura del niño con su familia, ya que se contraponen herencias o hábitos culturales que se van intercambiando de acuerdo a las necesidades de cada individuo, lo cual permite en el niño el desarrollo de la autonomía como una consecuencia de la aprobación o reprobación de las conductas.
- Los medios de comunicación: aquí se transmiten pautas culturales que son adoptadas por los niños o por cualquier individuo, donde su función es mostrar y captar los beneficios propios, generando divisiones dentro de la sociedad o comunidad de la cual participamos.

Los agentes de socialización compiten constantemente entre ellos donde el objetivo es lograr que el niño adquiera unas normas y/o valores en los que se den solución las necesidades de cada agente, dejando a un lado en muchas ocasiones la colectividad y el trabajo en grupo, como un buen mecanismo para lograr el desarrollo adecuado de la personalidad del niño.(citado por Betancur,2010).

Por su parte Yubero, S. (2005) expresa que la televisión ocupa un papel preferente en la organización de la vida cotidiana, estando en un lugar importante dentro del diseño ambiental del hogar, llegando a llenar gran parte de los momentos de ocio de todos sus miembros (Ferrés, 1994, referido por Yubero),

En otro momento afirma que en el ámbito social, pero sobre todo en el educativo, la televisión provoca actitudes maniqueas es decir una cierta ambivalencia afectiva. Refiere a lo planteado por Umberto Eco, en la que se podría hablar de dos categorías que agruparían las actitudes y opiniones de las personas sobre el papel educativo o socializador de la televisión: 1)

Apocalípticas, en la que piensan de la televisión. Como una forma de degradación cultural con carácter unificador y alienante que solo sigue las reglas del consumo y las normas dominantes. 2) Integradas, incluye opiniones y actitudes de los que consideran las posibilidades democratizadoras de la televisión en los que refiere al incremento del acceso a la información y a la cultura y como medio de aprendizaje desde la libertad de opción. Estas opciones son los extremos de un mismo continuo que permite armonizar distintos puntos de vista intermedios. Esto gira en torno a la idea de una actitud de aceptación crítica, asumiendo la ambivalencia de la televisión con sus posibilidades y limitaciones.

Así mismo expresa que existen muchas investigaciones sobre el tema y una de ellas en la que se habla de la televisión como fuente de creación de modelos de comportamiento. Es por ello que cumplirá un papel fundamental en el ámbito del aprendizaje por modelo simbólico.

También puede hablarse de la televisión como fuente de creación de *modelos de comportamiento* por lo que, y sin ninguna duda, cumplirá un papel fundamental en el ámbito del aprendizaje por modelado simbólico. Como veremos, la mayor parte de las pautas de comportamiento que interiorizamos las personas provienen de experiencias vicarias, de aprendizajes mediatizados y de la observación de los efectos que se derivan del comportamiento de otras personas. En este sentido, las consecuencias de las respuestas observadas - en publicidad, películas, informativos...- pueden funcionar para el individuo como un elemento motivacional, incentivando unos tipos de comportamiento y bloqueando otros. De este modo, los espectadores al observar el comportamiento de los modelos, podrán anticipar expectativas de beneficios para unos comportamientos y consecuencias negativas para otros.

2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES

Agentes socializadores

Son entidades que generan actitudes positivas o negativas durante el afianzamiento de la personalidad y de la condición social de los niños, es así

como los agentes socializadores juegan un papel importante dentro del desarrollo no solo de las personas sino también de la comunidad en general, pues son ellos los que van marcando la pauta de cómo funciona la sociedad; los agentes socializadores son: la familia, la escuela, los grupos de amigos y los medios de comunicación.(Betancur,2010)

Autoestima

La autoestima cuando una persona es consciente de su propio valor, de lo que es, y la sensación que tenemos de quererse y aceptarse como es y de nuestras responsabilidades, con determinados aspectos buenos y otros mejorables, y como nos comportamos en nuestras interrelaciones. Es nuestro espejo real, que nos enseña cómo somos, qué habilidades tenemos y cómo nos desarrollamos a través de nuestras experiencias y expectativas.

Comportamiento

Se trata de la forma de proceder de las **personas** u organismos frente a los estímulos y en relación con el **entorno**.

Cabe resaltar que en todo comportamiento inciden por una serie de elementos. Esto puede darse por la cultura que posea el individuo, las normas sociales, y actitud que demuestre frente al entorno. Así mismo a lo anterior se agregan las creencias y la genética. Entonces de lo anterior se desprende que los elementos influirán en mayor proporción o menor dependiendo de la edad.

Encontramos clases de comportamiento en a continuación lo citaremos:

Comportamiento Consciente.

Es aquel que se ejecuta después de un proceso de razonamiento. Ejemplo el pedir disculpas a otra persona después de haber cometido una falta de acuerdo a las normas de convivencia.

Comportamiento Inconsciente.

Es aquel que se ejecuta, sin haberlo razonado, es decir automática. Ejemplo la reacción tras una caída (Se levanta rápidamente, sin haberse detenido a razonar).

Comportamiento privado

Se realiza cuando el individuo esta solo o en la intimidad del hogar. Sin que persona alguna intervenga o se encuentre como observador.

Comportamiento público

El individuo actúa sin tener en cuenta que se encuentre frente a otras personas o frente al entorno social.

Si nos remitimos a los niños, diremos que el comportamiento esta supeditados a los siguientes factores: el comportamiento de los padres en función a la relación que establezca con ellos, la capacidad para controlar su actitud, el nivel de desarrollo de habilidades sociales, etc.

Conducta

Es un conjunto de manifestaciones propias de los individuos desarrolladas de acuerdo a su estructura individual. De acuerdo a ello estos proyectan lo que son en realidad de manera espontánea, como si fueran efectos de estímulos o acciones condicionantes e invariables del actuar.

Conducta agresiva normalmente aumenta entre el primer y el cuarto año de edad, porque a medida que los niños son más conscientes de sí mismos y de sus necesidades y comienzan a jugar más con sus pares, están más dispuestos a defender sus necesidades.

Las investigaciones realizadas por Kathleen Stanssen Berger en el 2004, reconocen que en los niños existen tres formas de agresión, siendo la primera la que se da con mayor frecuencia:

- **La agresión instrumental:** conducta agresiva que se usa para obtener o retener un objeto deseado por otro.
- **Agresión reactiva:** la conducta agresiva que se produce como respuesta a la acción que cometió otra persona intencional o accidental.
- **Agresión relacional:** la conducta agresiva que se manifiesta en forma de insultos o rechazo social.

Conducta y Comportamiento

Se define la diferencia entre estos dos procesos para que no haya confusión de los mismos porque se suele confundir, afirmando que los dos son la misma cosa.

Y es así que, comportamiento es un hecho, anímico, sí, pero condicionado por acciones o factores externos o internos, la conducta es, más bien, un hecho espiritual en su esencia, pero realizado con una rigurosa intención y libre de todo condicionamiento.

Identificación

Es una acción que se desarrolla en la socialización a través de la cual, el niño imita las características de una persona a la cual admira.

Programas de televisión

La programación televisiva va unida a cada cultura y a los hábitos sociales que en ella se generan. De hecho, las programaciones de las emisoras sólo se parecen superficialmente; cierto es que, debido a que determinados formatos o series se ven en decenas de países, muy a menudo se tiene la impresión de que todas las televisiones son iguales, sin embargo las cosas no son tan simples.

Reallity Show

Es un concepto muy reciente que se utiliza en el ámbito de los medios de comunicación y del entretenimiento para hacer referencia a un tipo de programa de televisión que se caracteriza por mostrar de manera real y verídica las diferentes vivencias que una persona o un grupo de personas tienen a lo largo de su día.

Socialización

Es el proceso por el que todo niño indefenso se va convirtiendo en una persona capaz de conocer, la cultura en la que ha nacido. Es cuando se sientan las bases de la personalidad (Giddens).

2.4 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis General

Existe una relación entre los Programas de televisión: Reallity y la socialización de los niños de cinco años de la IEP. San Ignacio de Loyola. Huacho.

HN. No, existe una relación entre los Programas de televisión: Reallity y la socialización de los niños de cinco años de la IEP. San Ignacio de Loyola. Huacho.

2.4.2 Hipótesis específicas

- Existe relación entre los Programas de televisión: Reallity y la autoestima de los niños.
- Existe relación entre los programas de televisión: Reallity y la identificación de los niños.
- Existe relación entre los programas de televisión: Reallity y el comportamiento de los niños.

CAPÍTULO III

3.1. Diseño metodológico

La presente investigación presenta un diseño aplicado que es el descriptivo - correlacional, de corte transaccional, el mismo que se muestra en el siguiente esquema:

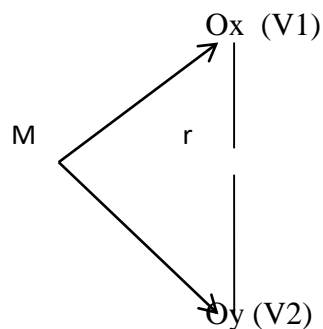
Donde:

M = Muestra de Investigación

Ox = Variable 1

Oy = Variable 2

r = Relación entre variables



3.1.1. Tipo de investigación

La investigación en este trabajo es no experimental del tipo transaccional correlacional, pues se trata de analizar el grado de relación de la variable 1 (Programas de televisión: Reallitys), con la variable 2 (Socialización) sin manipulación alguna de las variables implicadas.

3.1.2. Enfoque de la investigación

Este estudio es de enfoque cuantitativo con un diseño correlacional, pero no se redujo solo a ello, puesto que si bien toma como punto de partida información de tipo cuantitativo, esto se constituyó en un insumo importante para clarificar el análisis cualitativo, que permitió alcanzar el propósito fundamental de determinar, comprender e interpretar la relación existente entre el Programas de televisión: Reallitys y el nivel socialización de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población de estudio está constituida por los 60 niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

3.2.2. Muestra

En esta tesis se considera la muestra de estudio a la misma población que está formado por los 60 niños de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Criterios de inclusión

Se incluye los niños de la I.E.P. San Ignacio de Loyola de Huacho quienes se encuentre matriculados durante el año 2018 – I, según las nóminas de matrícula.

3.3. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿De que manera los programas de televisión : reallitys se relacionan con la socialización de los niños de 5 años de la IEP. San Ignacio de Loyola. Huacho?</p> <p>PROBLEMAS SPECIFICOS</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar de qué manera los programas de televisión : Reallity se relacionan con la socialización de los niños de 5 años de la IEP San Ignacio de Loyola. Huacho.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe relación directa entre los Programas de televisión : Reallity y la socialización de los niños de 5 años de la IEP. San Ignacio de Loyola.</p>	<p>V1.</p> <p>Programas televisivos</p>	<p>Reallitys.</p>	<p>Amenaza</p> <p>Violencia</p> <p>Daño material</p> <p>Estereotipo de belleza</p> <p>Lenguaje procaz</p> <p>Falta de respeto</p> <p>Intolerancia</p> <p>Apatía</p>	<p>Población: 60 niños</p> <p>Muestra: por ser una población muy reducida se trabajó con las dos secciones de 5 años</p> <p>“A” 28</p> <p>“B” 32</p> <p>Nivel de investigación: Correlacional</p> <p>Diseño: Descriptivo correlacional</p>

<p>¿De qué manera los programas de televisión; Reallity se relacionan con la autoestima de los niños de 5 años?</p> <p>¿De qué manera los programas de televisión: Reallity se relacionan con la identificación</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <p>Identificar de qué manera los programas de televisión: Reallity se relacionan con la autoestima de los niños de 5 años.</p> <p>Establecer de qué manera</p>	<p>Huacho.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>Existe relación entre los Programas de televisión : Reallity y la autoestima de los niños de 5 años</p> <p>Existe relación entre los Programas de televisión : Reallity y la</p>	<p>V2. Socialización</p>	<p>Autoestima</p> <p>Identificación</p>	<p>Comunicativo</p> <p>Responsable</p> <p>Valioso</p> <p>Competente</p> <p>Solidario</p> <p>Conducta imitativa</p> <p>Imita patrones culturales</p> <p>Adopción de normas</p>	
---	--	--	--------------------------	---	---	--

<p>de los niños de 5 años?</p> <p>¿De qué manera los programas de televisión se relacionan con el comportamiento de los niños de 5 años?</p>	<p>los Programas de televisión: Reallity se relacionan con la identificación de los niños de 5 años.</p> <p>Determinar de qué manera los Programas de Televisión: Reallity se relacionan con el comportamiento de los</p>	<p>identificación de los niños de 5 años</p> <p>Existe relación entre los Programa de televisión : Reallity y el comportamiento de los niños de 5 años</p>		<p>Comportamiento</p>	<p>Practica de normas</p> <p>Empatía</p>	
--	---	--	--	-----------------------	--	--

	niños de 5 años.					
--	------------------	--	--	--	--	--

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Aplicaremos una observación sistemática para medir nuestras variables mediante la aplicación de una escala de Likert a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

3.4.1. Técnicas empleadas

a) Aplicación de encuesta mediante cuestionario

Mediante esta técnica, empleando el criterio de carácter anónimo de los niños encuestados, obtuvimos las informaciones necesarias y fundamentales acerca de

La existencia de la relación directa entre los programas de televisión: Reallitys y la socialización.

Los niños participantes, fueron todos los integrantes de la población y previa coordinación con el docente de turno para el desarrollo de la encuesta siguiendo las indicaciones especificadas en cada cartilla y con el monitoreo permanente del asesor de tesis.

3.4.2 Descripción de los instrumentos

a) Cuestionario tipo Lickert

Este instrumento nos facilitó medir los datos recolectados teniendo una idea más clara de la información que queremos obtener. A partir de la aplicación y procesamiento de las respuestas, tenemos la información real de los encuestados en el mismo lugar de la Institución Educativa en mención.

Para la medición de las variables: La socialización de los niños y los programas de televisión: Reallitys, se elaboró un cuestionario Tipo Lickert con las siguientes particularidades:

Descripción

El cuestionario consta de 30 ítems para medir: La socialización de los niños y el cuestionario para medir: Los programas de televisión: Reallitys, tiene 32 ítems, cada uno de los cuales con

una escala: Nunca, Casi Nunca, Casi Siempre y Siempre: Es decir de 1 a 4.

Carácter de aplicación:

El cuestionario en referencia requiere la identificación de los niños, razón por la cual se identifica sus nombres y apellidos, para conocer la relación entre los programas de televisión: Reallitys y la socialización de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Baremo

En seguida se muestra la tabla de valoración para cada variable de estudio.

Variable: Socialización

Código	Categoría	Calificación	Puntaje	
1	Bajo	0	50	
2	Regular	51	73	
3	Alto	74	97	120
4	Muy Alto	98	120	

Variable: Los programas de televisión: Reallitys

Código	Categoría	Calificación	Puntaje	
1	Nunca	0	55	
2	Casi nunca	56	80	
3	Casi Siempre	81	104	128
4	Siempre	105	128	

b) Técnicas para el procesamiento de la información

Se procedió a clasificar los datos que sirvieron para los fines de la investigación, que es cuantificar y cualificar la información para facilitar el manejo de la misma. Posteriormente se tabularon los datos para elaborar los correspondientes cuadros estadísticos y finalmente construimos el análisis e interpretación de la información obtenida, para lo cual hicimos uso de las técnicas de procesamiento estadístico para obtener porcentajes y elaborar gráficos de barras con el apoyo de programas informáticos.

3.5. Técnicas para el procesamiento de la información

- Se emplea el procesador statistical package of social sciences – SPSS
- Observación dirigida.
- Organización y procesamiento de datos.
- Análisis de datos e Interpretación de datos.
- Prueba de las Hipótesis.
- Prueba de Independencia de Chi Cuadrada (x²).

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

En este trabajo de investigación se sigue las siguientes secuencias:

- a) Encuesta. Aplicando un cuestionario que nos permite medir nuestras variables en estudio.
- b) Fichaje bibliográfico y de investigación que se expresa a través de las fichas bibliográficas y de investigación.
- c) Estadísticas. Que se nos permite describir el comportamiento de las variables y para probar las hipótesis de investigación.

En seguida se presenta los resultados estadísticos obtenidos y analizados en el nivel descriptivo y en el nivel inferencial, según los objetivos y las hipótesis planteados.

Nivel Descriptivo:

Análisis de la Variable N° 1: Programas televisivos

Al preguntar a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, respecto a los programas televisivos que ven en casa, se tiene los siguientes resultados:

Tabla 1

Programas de reacciones impulsivas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	11,7	11,7	11,7
	Casi nunca	16	26,7	26,7	38,3
	Casi siempre	21	35,0	35,0	73,3
	Siempre	16	26,7	26,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

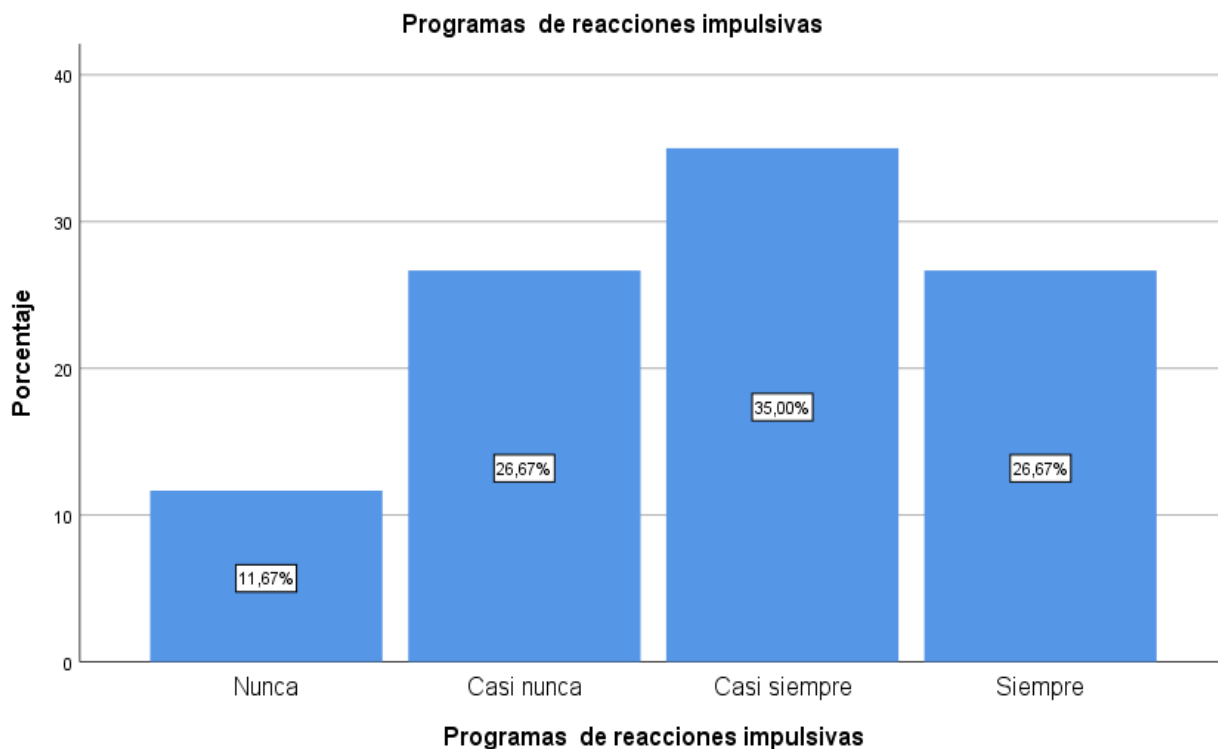


Figura 1. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 1 y de la Figura 1, se puede leer que el 38,34% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, manifiestan nunca o casi nunca haber visto reacciones impulsivas en los programas televisivos y en el 61,67% siempre o casi siempre han visto reacciones impulsivas en los programas televisivos.

Tabla 2

Programas en donde no se obedece órdenes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	17	28,3	28,3	38,3
	Casi siempre	12	20,0	20,0	58,3
	Siempre	25	41,7	41,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

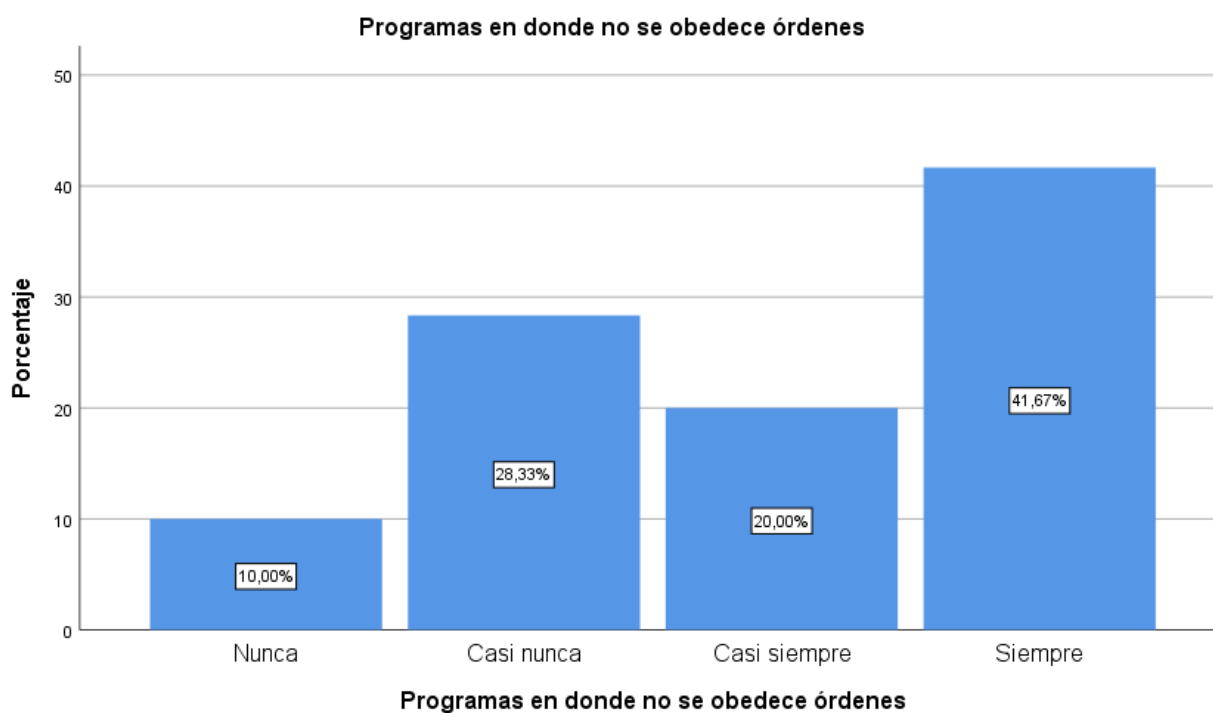


Figura 2. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 2 y de la Figura 2, se puede leer que el 38,33% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, nunca o casi nunca manifiestan

haber visto programas televisivos en los cuales no se respetan las órdenes, y en el 61,67% siempre o casi siempre han visto estos programas televisivos.

Tabla 3

Programas en donde se realizan gestos o actos amenazantes contra los demás

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	15,0	15,0	15,0
	Casi nunca	16	26,7	26,7	41,7
	Casi siempre	18	30,0	30,0	71,7
	Siempre	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

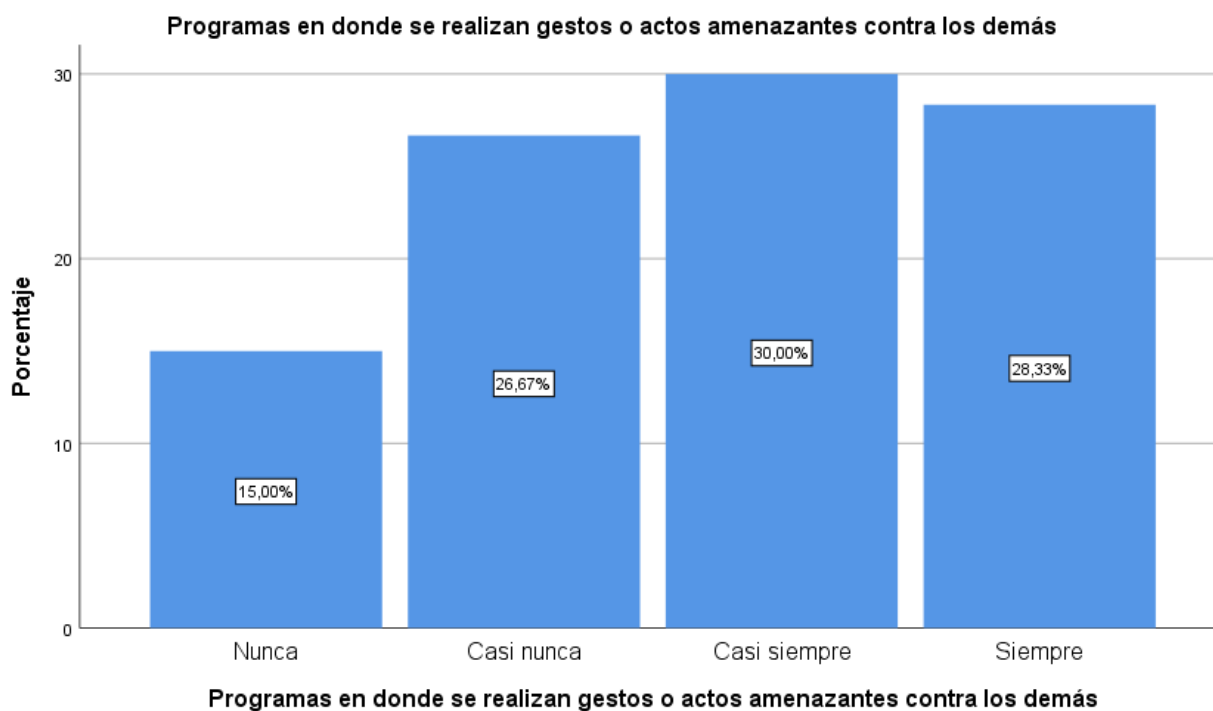


Figura 3. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 3 y de la Figura 3, se puede leer que el 58,33% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan haber visto programas televisivos donde se realizan gestos o actos amenazantes contra los demás, y el 41,67% nunca o casi nunca han visto estos programas televisivos.

Tabla 4

Programas donde se muestran peleas entre amigos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	11,7	11,7	11,7
	Casi nunca	14	23,3	23,3	35,0
	Casi siempre	19	31,7	31,7	66,7
	Siempre	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

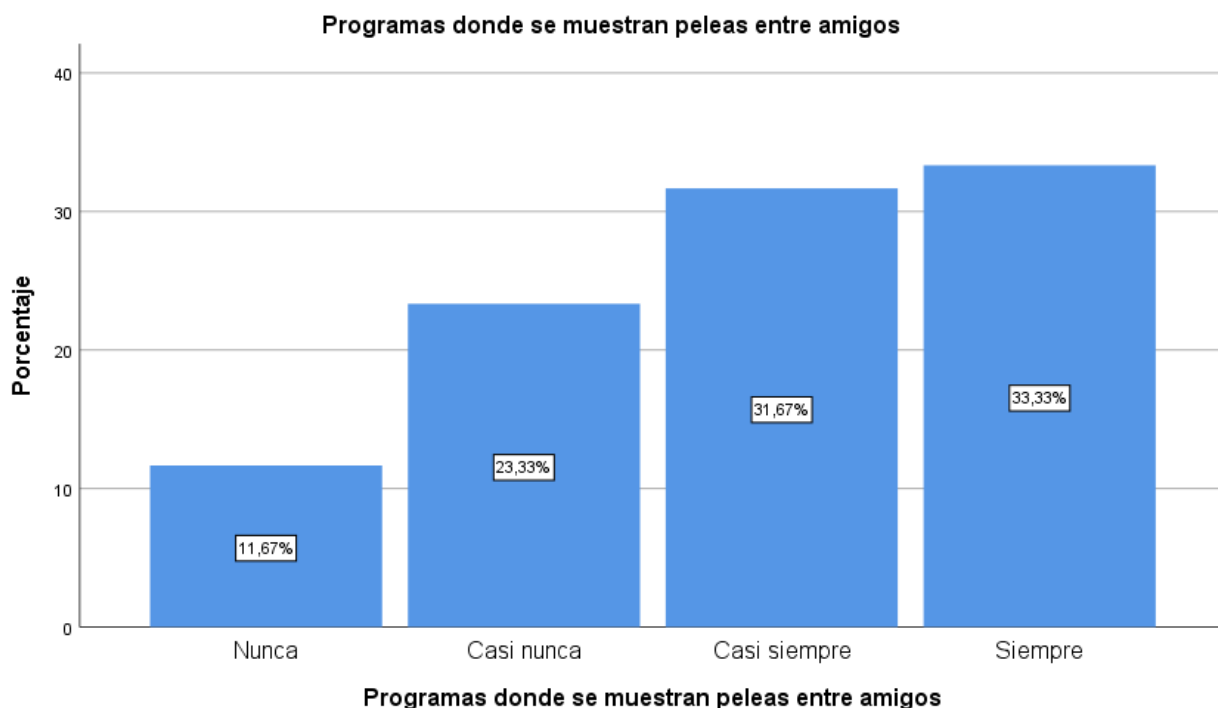


Figura 4. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 4 y de la Figura 4, se puede leer que el 65% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan haber visto programas televisivos donde se muestran peleas entre amigos, y el 35% manifiestan que nunca o casi nunca; han visto estos programas televisivos.

Tabla 5

Programas donde se no se cuida el material que utiliza en las actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	13,3	13,3	13,3
	Casi nunca	14	23,3	23,3	36,7
	Casi siempre	17	28,3	28,3	65,0
	Siempre	21	35,0	35,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

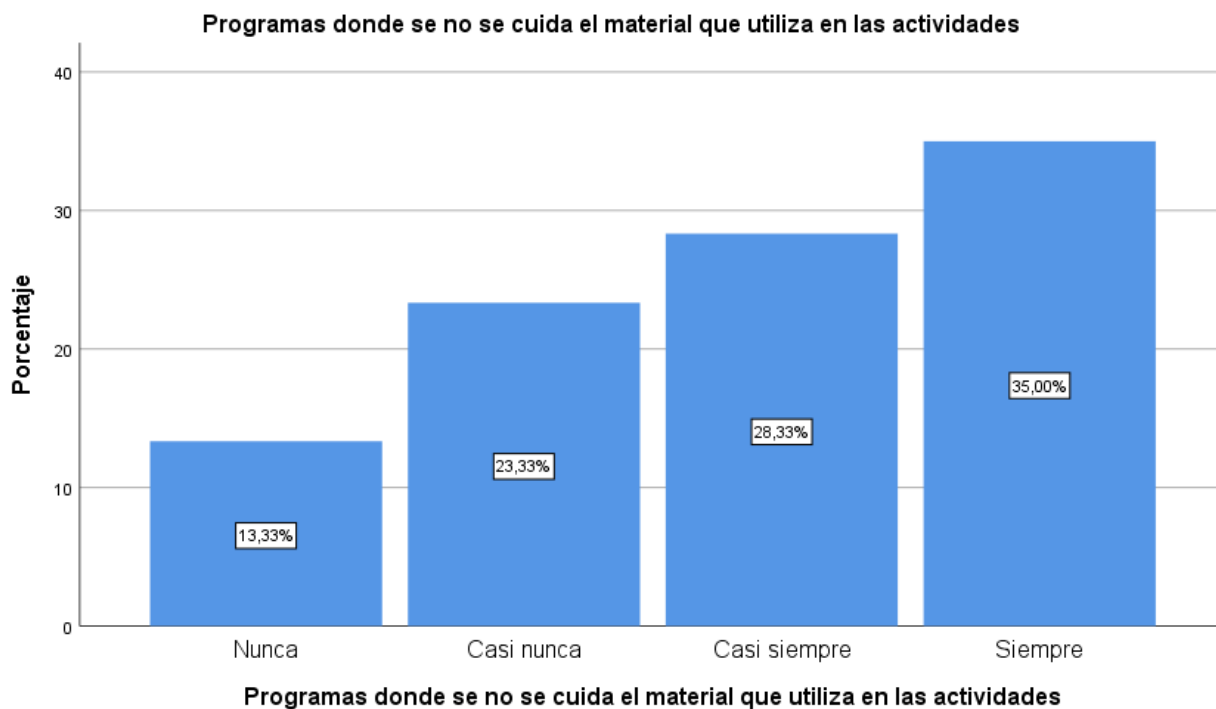


Figura 5. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 5 y de la Figura 5, se puede leer que el 63,33% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan haber visto programas televisivos donde se no se cuida el material que utiliza en las actividades, y el 36.66% manifiestan que nunca o casi nunca; han visto estos programas televisivos.

Tabla 6

Programas donde se contesta de forma grosera o torpe

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	13,3	13,3	13,3
	Casi nunca	16	26,7	26,7	40,0
	Casi siempre	19	31,7	31,7	71,7
	Siempre	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

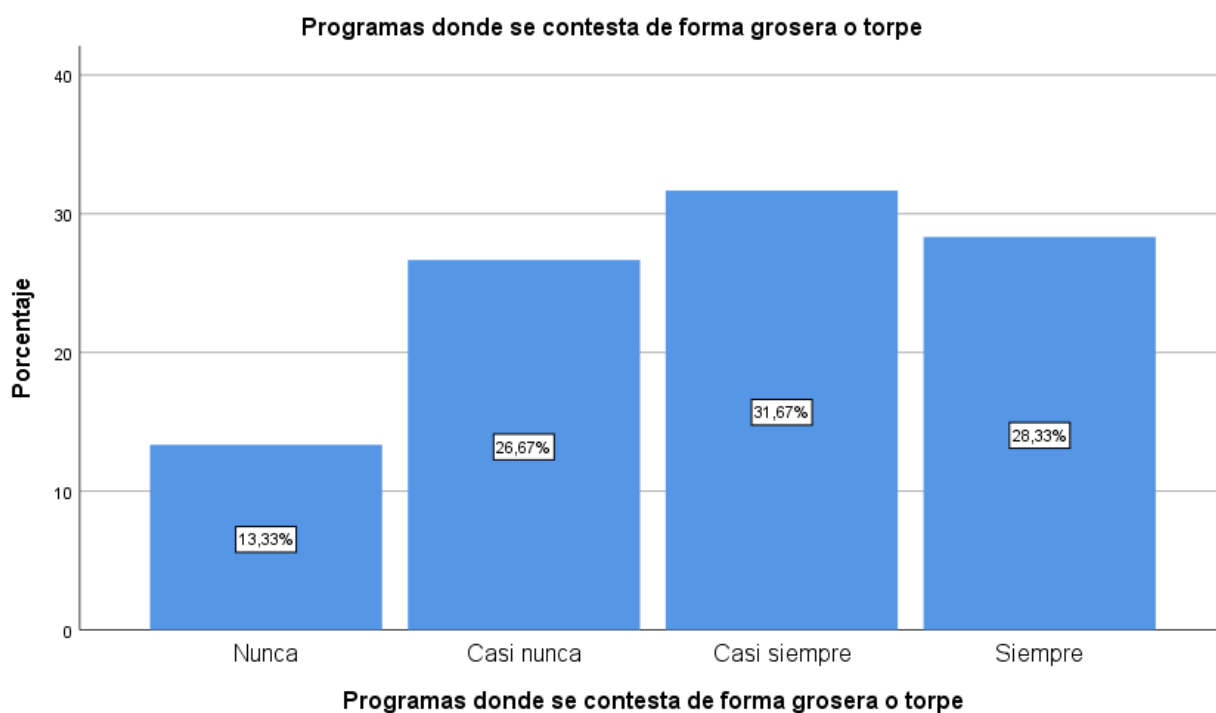


Figura 6. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 6 y de la Figura 6, se puede leer que el 60% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan

haber visto programas televisivos donde se contesta en forma grosera o torpe, y el 40% manifiestan que nunca o casi nunca; han visto estos programas televisivos.

Tabla 7

Programas donde se imita gestos y actitudes admirables e impactantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	13,3	13,3	13,3
	Casi nunca	16	26,7	26,7	40,0
	Casi siempre	19	31,7	31,7	71,7
	Siempre	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

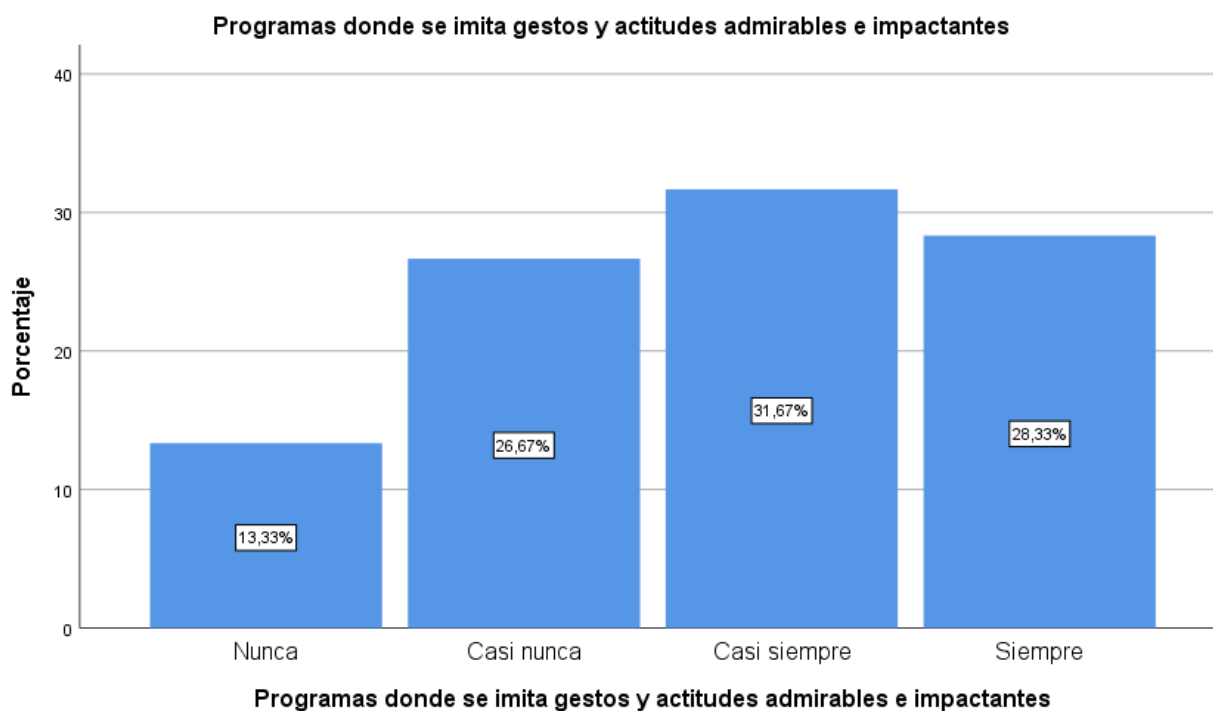


Figura 7. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 7 y de la Figura 7, se puede leer que el 60% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan haber visto programas televisivos donde se imita gestos y actitudes admirables e impactantes, y el 40% manifiestan que nunca o casi nunca; han visto estos programas televisivos.

Tabla 8

Programas donde no se admite que todos podemos equivocarnos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	13,3	13,3	13,3
	Casi nunca	16	26,7	26,7	40,0
	Casi siempre	23	38,3	38,3	78,3
	Siempre	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

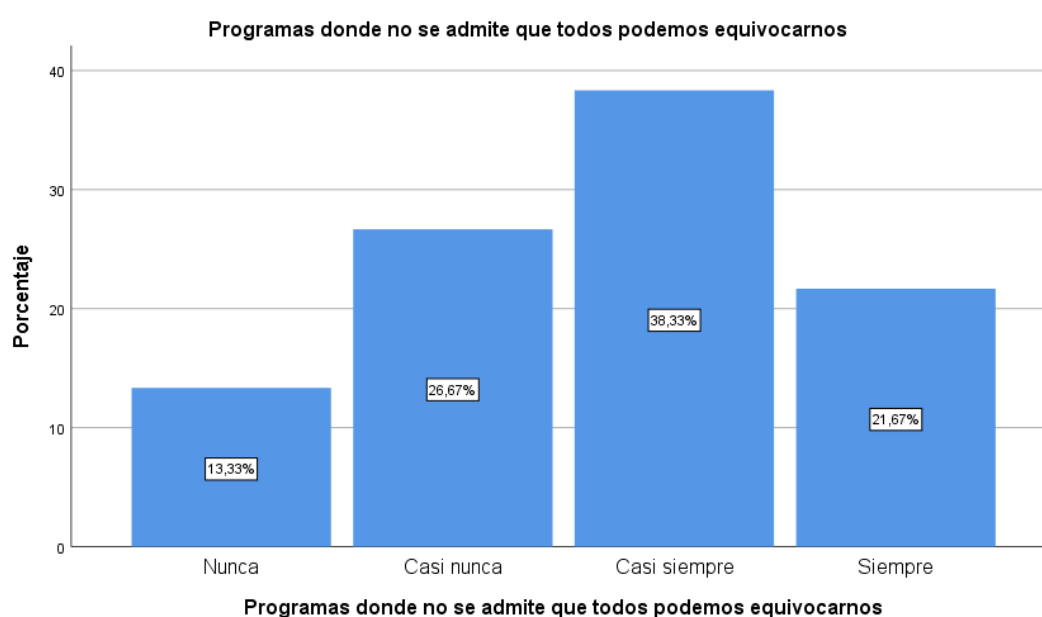


Figura 8. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 8 y de la Figura 8, se puede leer que el 60% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan haber visto programas televisivos donde no se admite que todos podemos equivocarnos, y el 40% manifiestan que nunca o casi nunca; han visto estos programas televisivos.

VARIABLE 2. Socialización del niño

Tabla 9

Es seguro al realizar alguna tarea

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	17	28,3	28,3	33,3
	Casi siempre	15	25,0	25,0	58,3
	Siempre	25	41,7	41,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

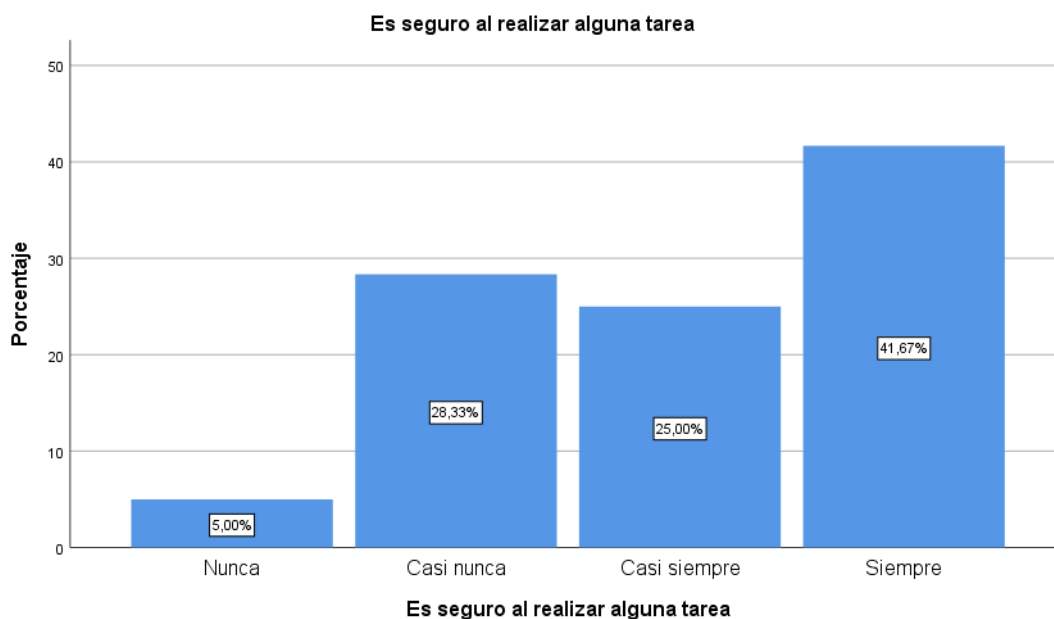


Figura 9. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 9 y de la Figura 9, se puede leer que el 66,67% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan seguridad en realizar una tarea, y el 33,33% nunca o casi nunca manifiesta esta característica.

Tabla 10

Respeto a todos sus compañeros.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	21,7	21,7	21,7
	Casi nunca	15	25,0	25,0	46,7
	Casi siempre	14	23,3	23,3	70,0
	Siempre	18	30,0	30,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

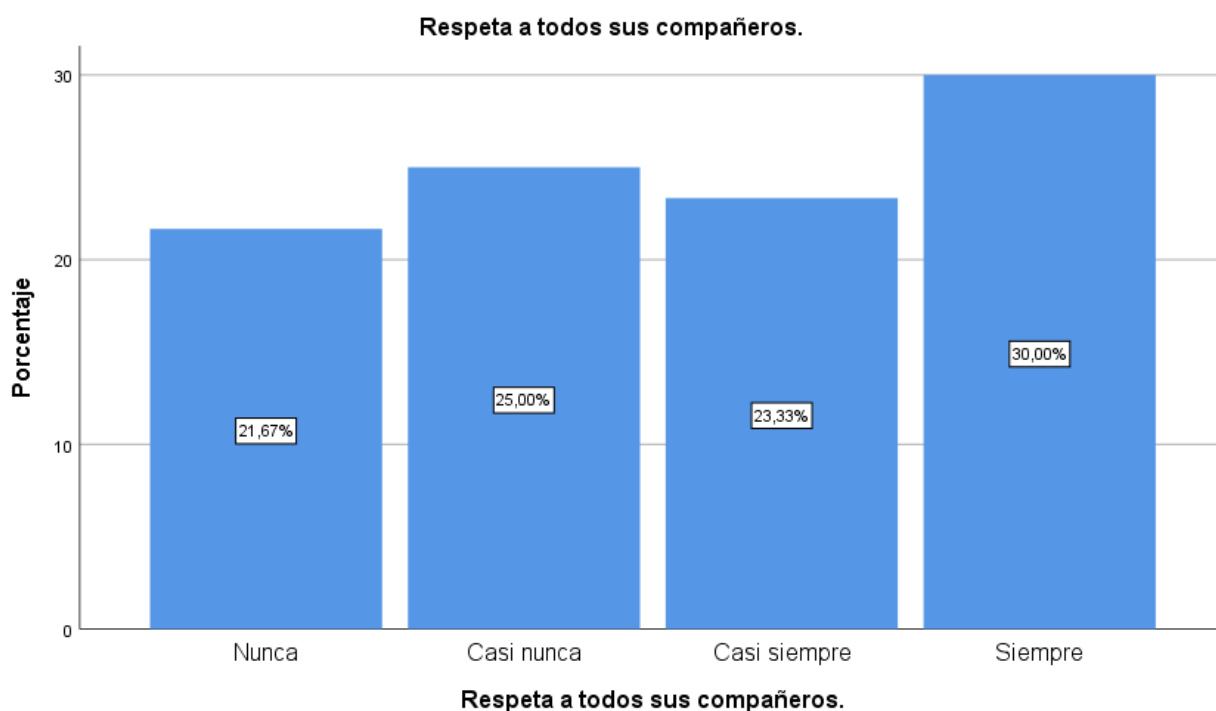


Figura 10. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 10 y de la Figura10, se puede leer que el 53,33% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan respeto a todos sus compañeros y el 46,67% nunca o casi nunca manifiesta esta característica.

Tabla 11

Entabla dialogo con los adultos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	23,3	23,3	23,3
	Casi nunca	14	23,3	23,3	46,7
	Casi siempre	11	18,3	18,3	65,0
	Siempre	21	35,0	35,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

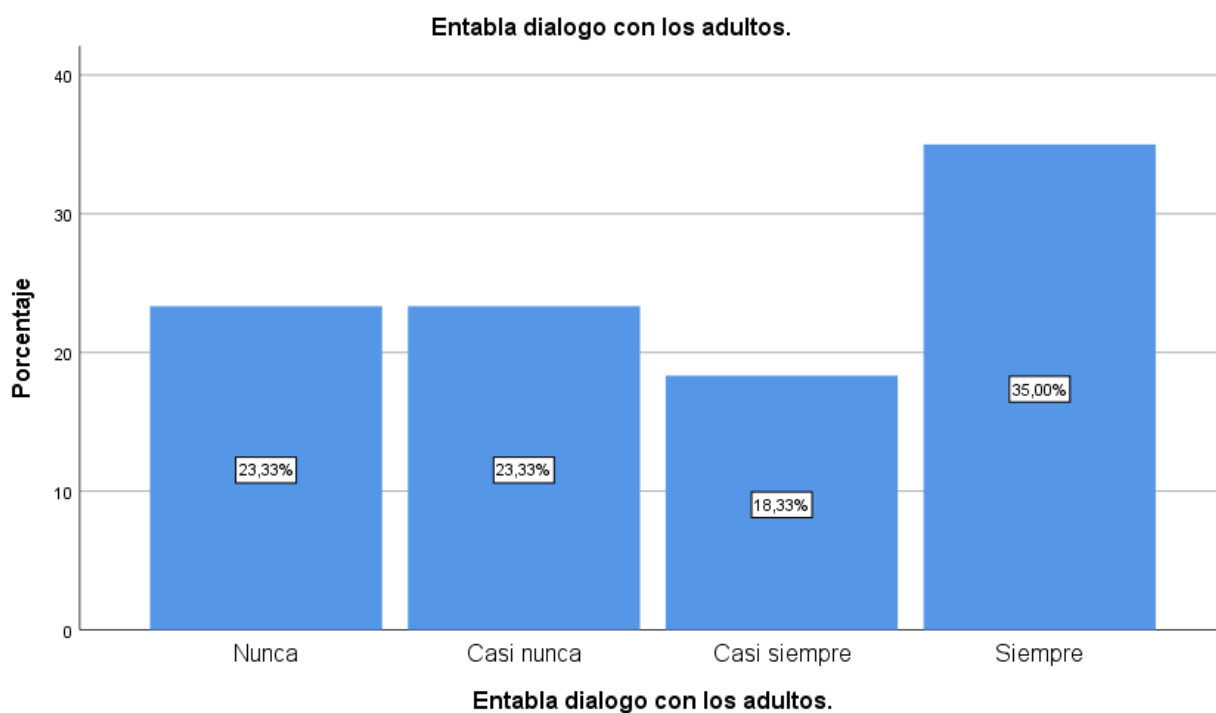


Figura 11. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 11 y de la Figura 11, se puede leer que el 53,33% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan entablar dialogo con los adultos y el 46,66% nunca o casi nunca manifiesta esta característica.

Tabla 12

Ayuda a sus compañeros a realizar las actividades motrices.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	20,0	20,0	20,0
	Casi nunca	17	28,3	28,3	48,3
	Casi siempre	14	23,3	23,3	71,7
	Siempre	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

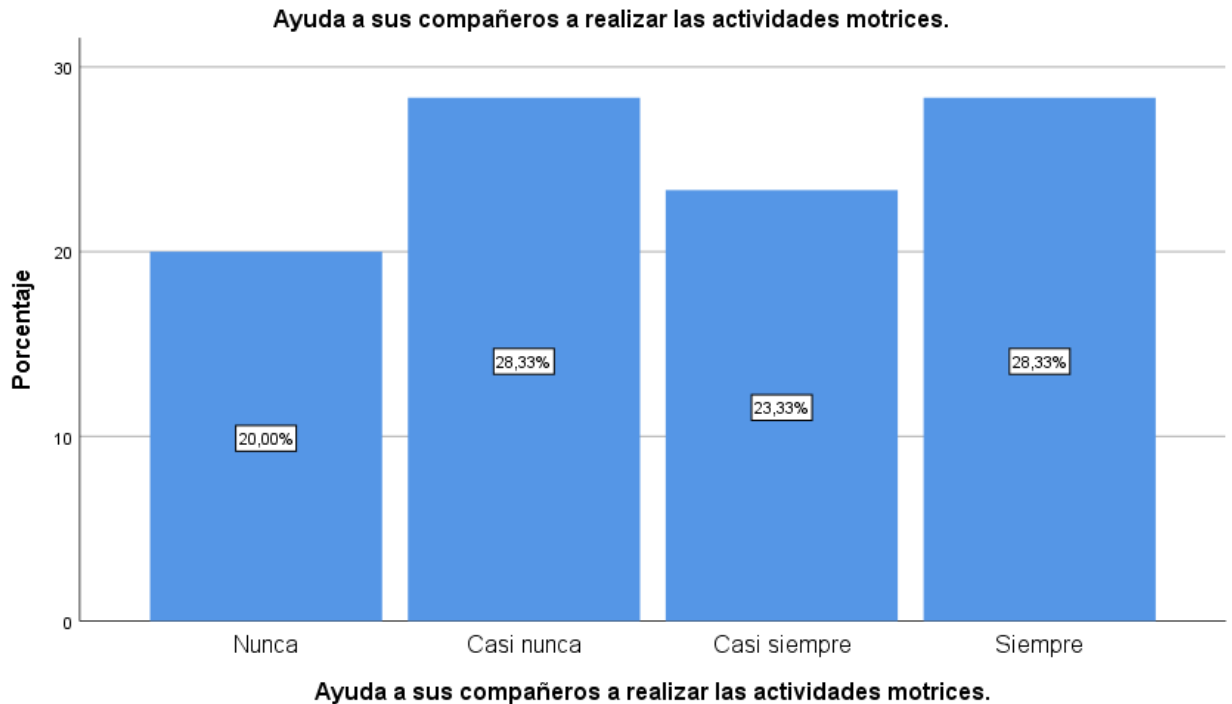


Figura 12. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 12 y de la Figura12, se puede leer que el 51,66% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan ayudar a sus compañeros a realizar las actividades motrices y el 48,33% nunca o casi nunca manifiesta esta característica.

Tabla 13

En las actividades de juego trabajo realiza secuencias familiares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	15	25,0	25,0	25,0
	Casi nunca	14	23,3	23,3	48,3
	Casi siempre	17	28,3	28,3	76,7
	Siempre	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

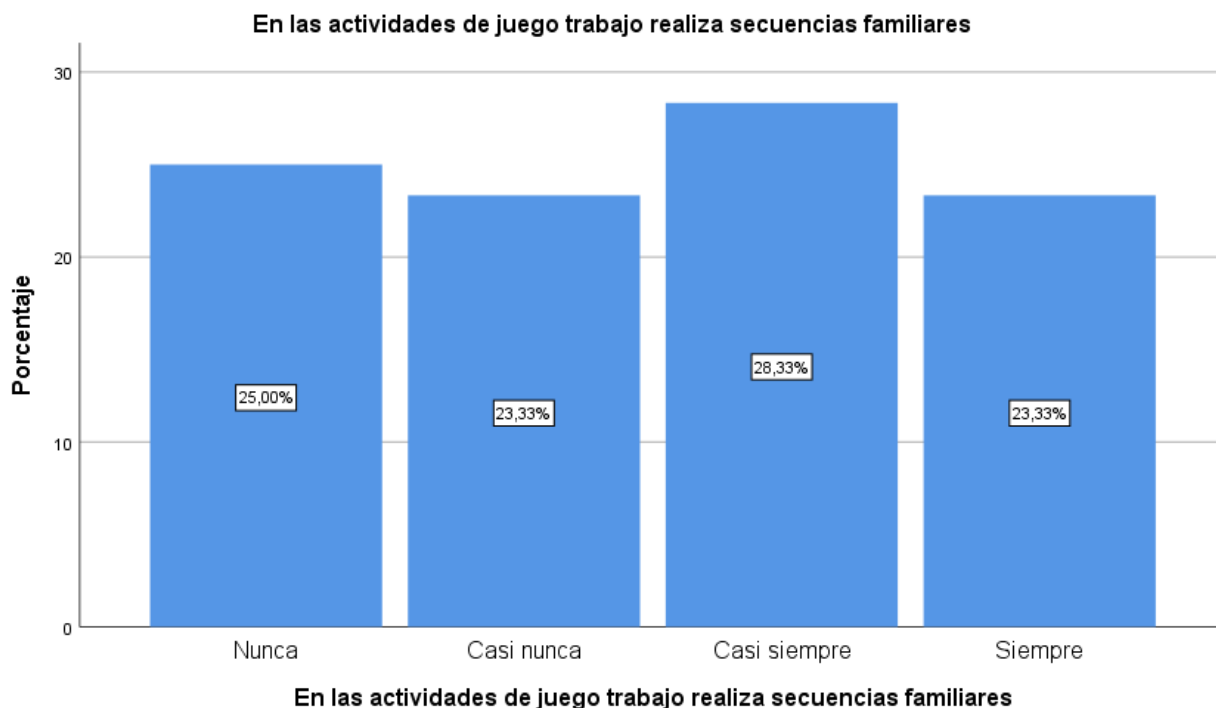


Figura 13. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 13 y de la Figura 13, se puede leer que el 51,66% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre manifiestan haber participado en las actividades de juego trabajo con secuencias familiares y el 48,33% nunca o casi nunca manifiesta esta característica.

Tabla 14

Saluda a todos con cordialidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	19	31,7	31,7	41,7
	Casi siempre	15	25,0	25,0	66,7
	Siempre	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

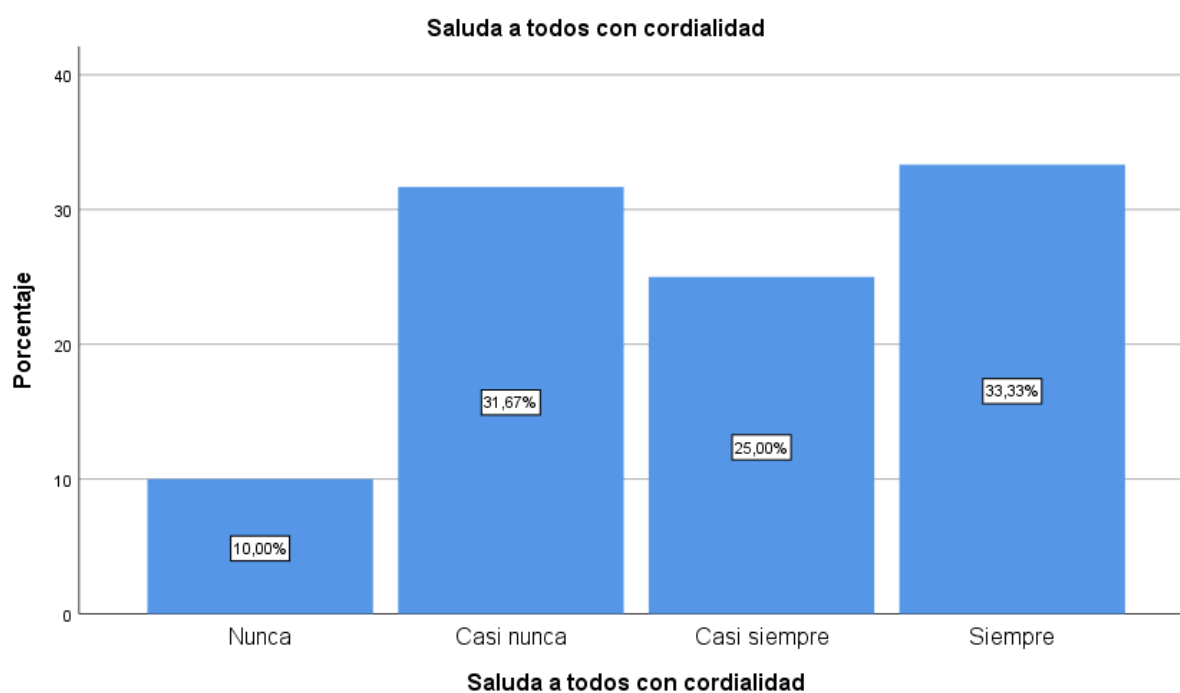


Figura 14. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 14 y de la Figura14, se puede leer que el 58,33% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre o casi siempre

manifiestan saludos a todos con cordialidad y el 41,67% nunca o casi nunca manifiesta esta característica.

Tabla 15

Defiende a sus amigos en situaciones de amenazas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	18,3	18,3	18,3
	Casi nunca	17	28,3	28,3	46,7
	Casi siempre	15	25,0	25,0	71,7
	Siempre	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

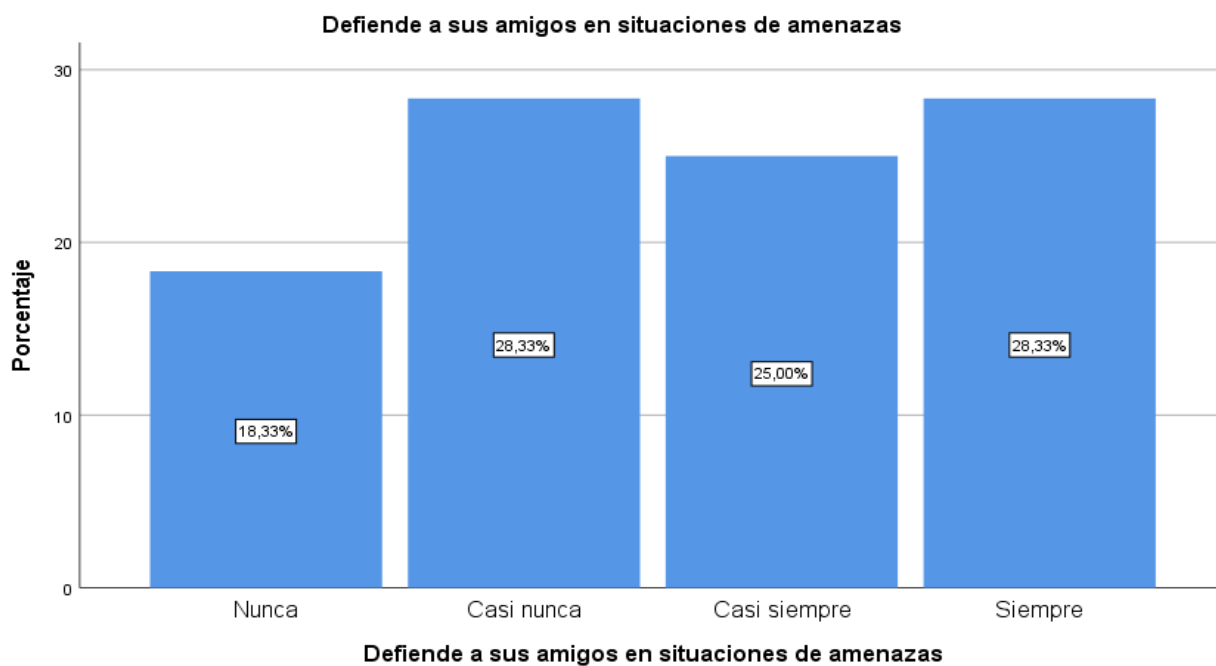


Figura 15. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 15 y de la Figura15, se puede leer que el 53% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho, siempre, casi siempre o a veces manifiestan defender a sus amigos en situaciones de amenazas y el 47% nunca o casi nunca manifiesta esta característica.

Dimensiones de la variable 2.

Tabla 16

Autoestima de los niños

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Baja	19	31,7	31,7	31,7
Regular	15	25,0	25,0	56,7
Alta	20	33,3	33,3	90,0
Muy alta	6	10,0	10,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

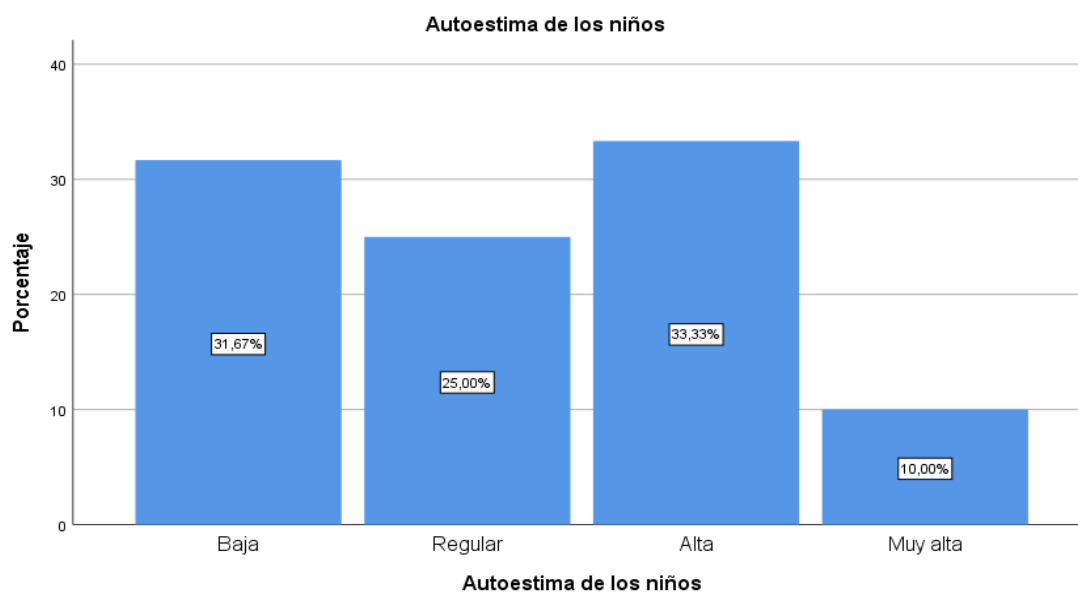


Figura 16. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 16 y de la Figura 16, se puede leer que el 31,67% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola Huacho, tienen una autoestima Baja; el 25% tienen una autoestima Regular; el 33,33% tienen una autoestima Alta y el 10% tienen una autoestima Muy Alta.

Tabla 17

La identificación de los niños

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Baja	12	20,0	20,0	20,0
Regular	23	38,3	38,3	58,3
Alta	19	31,7	31,7	90,0
Muy alta	6	10,0	10,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

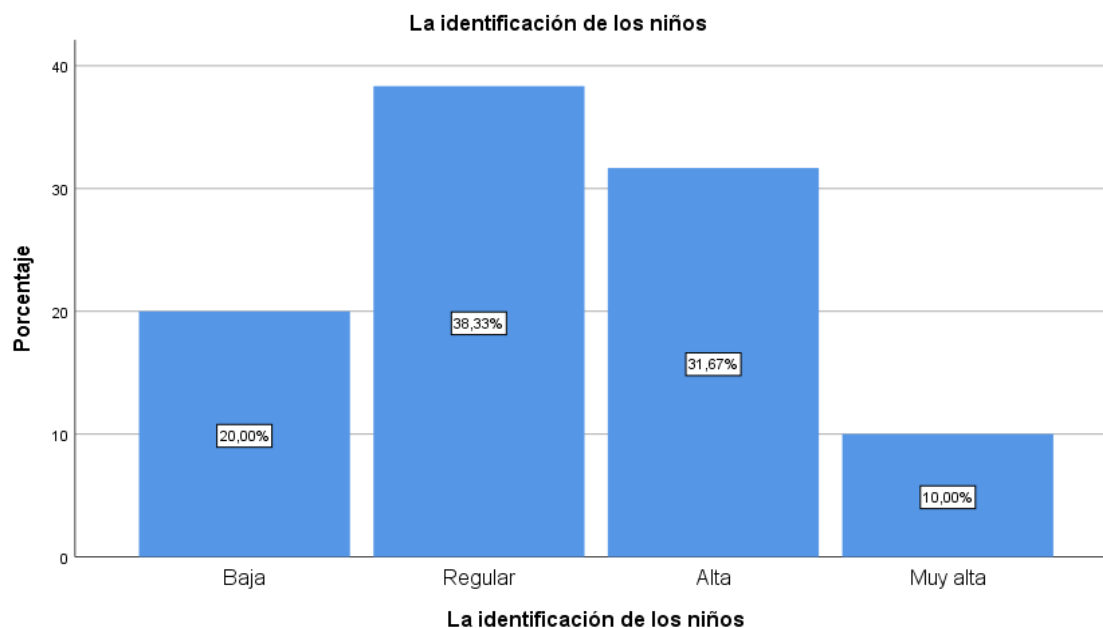


Figura 17. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 17 y de la Figura17, se puede leer que el 53% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola Huacho, tienen una identificación Baja; el 38,33% tienen una identificación Regular; el 31,67% tienen una identificación Alta y el 10% tienen una autoestima Muy Alta.

Tabla 18

Comportamiento de los niños

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Inadecuado	11	18,3	18,3	18,3
	Adecuado	25	41,7	41,7	60,0
	Bueno	20	33,3	33,3	93,3
	Muy Bueno	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

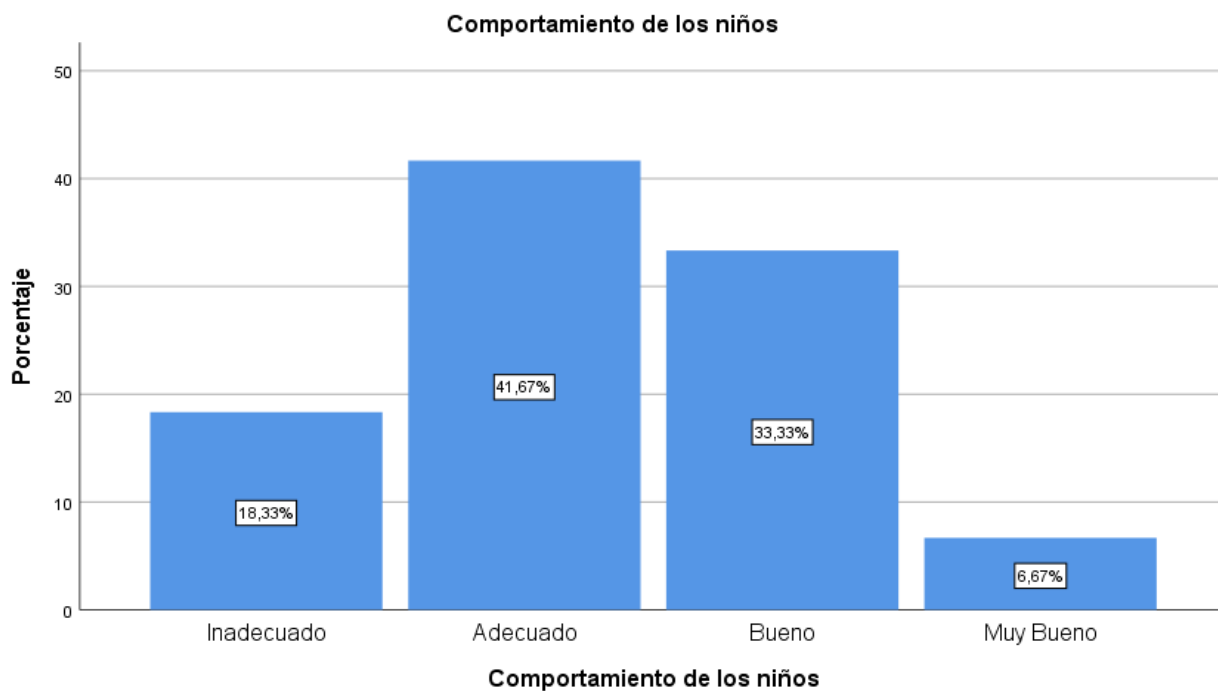


Figura 18. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 18 y de la Figura18, se puede leer que el 18,33% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola Huacho, tienen un comportamiento Baja; el 41,67% tienen una comportamiento Regular; el 33,33% tienen una Buen Alta y el 6,67% tienen una comportamiento Muy Bueno.

Tabla 19

Socialización de los niños de 5 años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	15	25,0	25,0	25,0
	Regular	19	31,7	31,7	56,7
	Alta	21	35,0	35,0	91,7
	Muy alta	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

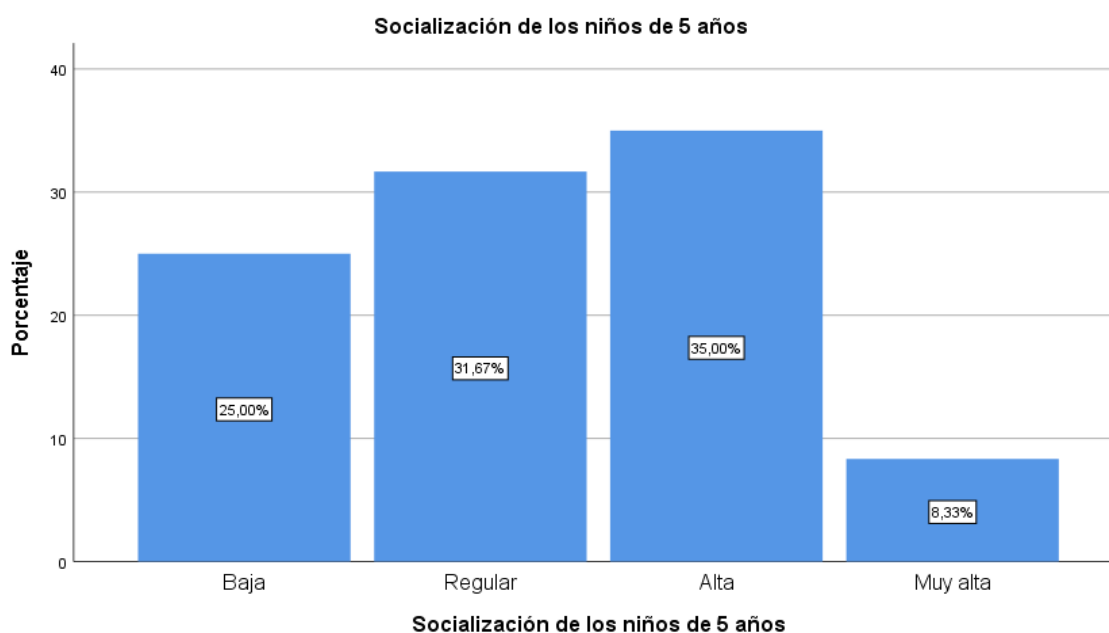


Figura 19. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 19 y de la Figura19, se puede leer que el 25% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola Huacho, tienen una socialización Baja; el 31,67%

tienen una socialización Regular; el 35% tienen una socialización Alta y el 8,33% tienen una socialización Muy Alta.

CATEGORIZANDO LA VARIABLE 1.

Tabla 20

Programas de televisión: Reallitys

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	11,7	11,7	11,7
Casi nunca	24	40,0	40,0	51,7
Casi Siempre	25	41,7	41,7	93,3
Siempre	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Gráficamente se visualiza de la siguiente manera:

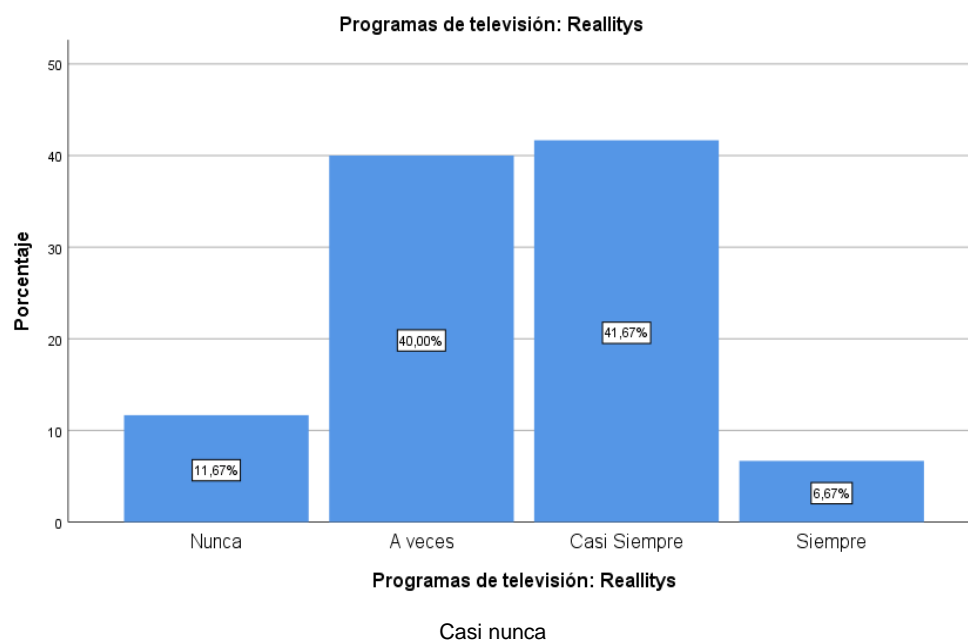


Figura 20. Elaboración propia en base a la escala de Likert aplicado a los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Interpretación:

De la Tabla 20 y de la Figura 20, se puede leer que el 48% de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola Huacho, manifiestan que siempre o casi siempre acceden a ver los programas de televisión Reallitys, el 40% de ellos acceden a veces y el 11,67% nunca acceden a ver los programas de televisión Reallitys.

4.2. Contrastación de hipótesis

Prueba de la Hipótesis General

Hipótesis General: Existe relación directa entre los programas de televisión: Reallitys y la socialización de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Hipótesis Nula H_0 : No existe relación directa entre los programas de televisión: Reallitys y la socialización de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Hipótesis Alternativa H_a : Existe relación directa entre los programas de televisión: Reallitys y la socialización de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

El nivel de significancia α , en nuestro caso se tiene: $\alpha = 0.05 = 5\%$.

La tabla de contingencia asociada es la siguiente:

Tabla 21

Tabla cruzada Socialización de los niños de 5 años*Programas de televisión: Reallitys

		Programas de televisión: Reallitys					Total
		A		Casi			
		Nunca	veces	Siempre	Siempre		
Socialización de los niños de 5 años	Baja	Recuento	6	9	0	0	15
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	85,7%	37,5%	0,0%	0,0%	25,0%
		% del total	10,0%	15,0%	0,0%	0,0%	25,0%
	Regular	Recuento	0	10	9	0	19
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	0,0%	41,7%	36,0%	0,0%	31,7%
		% del total	0,0%	16,7%	15,0%	0,0%	31,7%
	Alta	Recuento	1	4	15	1	21
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	14,3%	16,7%	60,0%	25,0%	35,0%
		% del total	1,7%	6,7%	25,0%	1,7%	35,0%
Muy alta	Recuento	0	1	1	3	5	
	% dentro de Programas de televisión: Reallitys	0,0%	4,2%	4,0%	75,0%	8,3%	
	% del total	0,0%	1,7%	1,7%	5,0%	8,3%	
Total	Recuento	7	24	25	4	60	
	% dentro de Programas de televisión: Reallitys	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	11,7%	40,0%	41,7%	6,7%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

Interpretación:

- De los niños quienes tienen bajo nivel de socialización, el 10% nunca acceden a los Programas de televisión: Reallitys
- De los niños quienes tienen un regular nivel de socialización, el 16,7% casi siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys

- De los niños quienes tienen un alto nivel de socialización, el 25% casi siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys.
- De los niños quienes tienen un muy alto nivel de socialización, el 5% siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys.

A continuación, se presenta la Prueba estadística de independencia de criterios:

Tabla 22

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	54,182 ^e	9	,000
Razón de verosimilitud	47,980	9	,000
Asociación lineal por lineal	26,231	1	,000
N de casos válidos	60		

a. 10 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,33.

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS. En la tabla se observa que el valor de Chi-cuadrado de Pearson es de 54,182 y el valor de significancia del estadístico $p = 0,000$.

Tabla 23

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coficiente de contingencia	,689	,000
N de casos válidos		60	

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

Toma de decisión:

Dado que el valor de significancia del estadístico $p = 0,00$; es menor que $\alpha = 0,05$, entonces rechazamos la hipótesis nula y se tiene suficiente evidencia estadística para afirmar que existe relación significativa entre los programas de televisión: Reallitys y la socialización de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

En la tabla 23, se puede apreciar que el coeficiente de contingencia o el grado de asociación de las variables es significativa, es decir 0,689.

4.2.1 Prueba de las hipótesis específicas

Hipótesis Específica 1:

Hipótesis Nula H_0 : No Existe relación entre los programas de televisión: Reallitys y la autoestima de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Hipótesis Alternativa H_a : Existe relación entre los programas de televisión: Reallitys y la autoestima de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Determinamos el nivel de significancia α , en nuestro caso $\alpha = 0.05 = 5\%$.

En una tabla de contingencia se tiene:

Tabla 24

Tabla cruzada Autoestima de los niños *Programas de televisión: Reallitys

		Programas de televisión: Reallitys					
		A		Casi			
		Nunca	veces	Siempre	Siempre	Total	
Autoestim a de los niños	Baja	Recuento	6	11	2	0	19
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	85,7%	45,8%	8,0%	0,0%	31,7%
		% del total	10,0%	18,3%	3,3%	0,0%	31,7%
Regular		Recuento	1	10	4	0	15
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	14,3%	41,7%	16,0%	0,0%	25,0%
		% del total	1,7%	16,7%	6,7%	0,0%	25,0%
Alta		Recuento	0	3	17	0	20
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	0,0%	12,5%	68,0%	0,0%	33,3%
		% del total	0,0%	5,0%	28,3%	0,0%	33,3%
Muy alta		Recuento	0	0	2	4	6
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	0,0%	0,0%	8,0%	100,0%	10,0%
		% del total	0,0%	0,0%	3,3%	6,7%	10,0%
Total		Recuento	7	24	25	4	60
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	11,7%	40,0%	41,7%	6,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

Interpretación:

- De los niños quienes tienen bajo nivel de autoestima, el 28% nunca o casi nunca acceden a los Programas de televisión: Reallitys.

- De los niños quienes tienen un regular nivel de autoestima, el 16,7% casi siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys
- De los niños quienes tienen un alto nivel de autoestima, el 28,3% casi siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys.
- De los niños quienes tienen un muy alto nivel de autoestima, el 6,7% siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys.

Prueba estadística de independencia de criterios.

Tabla 25

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	69,870 ^e	9	,000
Razón de verosimilitud	55,991	9	,000
Asociación lineal por lineal	33,381	1	,000
N de casos válidos	60		

a. 10 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

En la tabla 25 se observa que el valor de Chi-cuadrado de Pearson es de 69.870 y el valor de significancia del estadístico $p = 0,000$.

Tabla 26

Medidas simétricas		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	,733	,000
N de casos válidos		60	

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

Toma de decisión:

Dado que el valor de significancia del estadístico $p = 0,00$; es menor que $\alpha = 0,05$, entonces rechazamos la hipótesis nula y afirmamos que se tiene suficiente evidencia estadística para decir que existe una relación significativa entre los programas de televisión: Reallitys y la autoestima de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

En la tabla 26, se puede apreciar que el coeficiente de contingencia o el grado de asociación de las variables es alto, es decir 0,733.

Prueba de la Hipótesis Específica 2

Hipótesis Nula H_0 : No existe relación entre los programas de televisión: Reallitys y la identificación de los niños de 5 años.

Hipótesis Alternativa H_a : Existe relación entre los programas de televisión: Reallitys y la identificación de los niños de 5 años.

Determinamos el nivel de significancia α , en nuestro caso $\alpha = 0.05 = 5\%$.

En una tabla de contingencia se tiene:

Tabla 27

Tabla cruzada La identificación de los niños*Programas de televisión: Reallitys

		Programas de televisión: Reallitys					
		Casi					
		Nunca	A veces	Siempre	Siempre	Total	
La identifica ción de los niños	Baja	Recuento	4	7	1	0	12
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	57,1%	29,2%	4,0%	0,0%	20,0%
		% del total	6,7%	11,7%	1,7%	0,0%	20,0%
	Regular	Recuento	2	12	9	0	23
	% dentro de Programas de televisión: Reallitys	28,6%	50,0%	36,0%	0,0%	38,3%	
	% del total	3,3%	20,0%	15,0%	0,0%	38,3%	
Alta		Recuento	1	5	12	1	19
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	14,3%	20,8%	48,0%	25,0%	31,7%
		% del total	1,7%	8,3%	20,0%	1,7%	31,7%
	Muy alta	Recuento	0	0	3	3	6
	% dentro de Programas de televisión: Reallitys	0,0%	0,0%	12,0%	75,0%	10,0%	
	% del total	0,0%	0,0%	5,0%	5,0%	10,0%	
Total		Recuento	7	24	25	4	60
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	11,7%	40,0%	41,7%	6,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

Interpretación:

- De los niños quienes tienen bajo nivel de identificación el 18% nunca o casi nunca acceden a los Programas de televisión: Reallitys.
- De los niños quienes tienen un regular nivel de identificación, el 15% casi siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys
- De los niños quienes tienen un alto nivel de identificación, el 20% casi siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys.
- De los niños quienes tienen un muy alto nivel de identificación, el 5% siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys.

Prueba estadística de independencia de criterios.

Tabla 28

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	36,251 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	31,447	9	,000
Asociación lineal por lineal	21,770	1	,000
N de casos válidos	60		

a. 11 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

En la tabla 28 se observa que el valor de Chi-cuadrado de Pearson es de 36,251 y el valor de significancia del estadístico $p = 0,000$.

Tabla 29

Medidas simétricas		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	,614	,000
N de casos válidos		60	

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

Toma de decisión:

Dado que el valor de significancia del estadístico $p = 0,00$; es menor que $\alpha = 0,05$, entonces rechazamos la hipótesis nula y afirmamos que se tiene suficiente evidencia estadística para decir que existe una relación significativa entre los programas de televisión: Reallitys y la identificación de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

En la tabla 29, se puede apreciar que el coeficiente de contingencia o el grado de asociación de las variables es alto, es decir 0,614

Prueba de la Hipótesis Específica 3

Hipótesis nula H_0 : No existe relación entre los programa de televisión: Reallitys y el comportamiento de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Hipótesis Alternativa H_a : Existe relación entre los programa de televisión: Reallitys y el comportamiento de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

Determinamos el nivel de significancia α , en nuestro caso $\alpha = 0.05 = 5\%$.

En una tabla de contingencia se tiene:

Tabla 30

Tabla cruzada Comportamiento de los niños*Programas de televisión: Reallitys

		Programas de televisión: Reallitys					
		A		Casi			
		Nunca	veces	Siempre	Siempre	Total	
Comportamiento de los niños	Inadecuado	Recuento	5	5	1	0	11
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	71,4%	20,8%	4,0%	0,0%	18,3%
		% del total	8,3%	8,3%	1,7%	0,0%	18,3%
Adecuado		Recuento	1	17	7	0	25
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	14,3%	70,8%	28,0%	0,0%	41,7%
		% del total	1,7%	28,3%	11,7%	0,0%	41,7%
Bueno		Recuento	1	2	16	1	20
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	14,3%	8,3%	64,0%	25,0%	33,3%
		% del total	1,7%	3,3%	26,7%	1,7%	33,3%
Muy Bueno		Recuento	0	0	1	3	4
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	0,0%	0,0%	4,0%	75,0%	6,7%
		% del total	0,0%	0,0%	1,7%	5,0%	6,7%
Total		Recuento	7	24	25	4	60
		% dentro de Programas de televisión: Reallitys	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	11,7%	40,0%	41,7%	6,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

Interpretación:

- De los niños quienes tienen inadecuados comportamientos el 16% nunca o casi nunca acceden a los Programas de televisión: Reallitys.
- De los niños quienes tienen un adecuado comportamientos, el 11,7% casi siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys
- De los niños quienes tienen un buen comportamiento, el 26% casi siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys.
- De los niños quienes tienen muy buen comportamiento, el 5% siempre acceden a los Programas de televisión: Reallitys.

Prueba estadística de independencia de criterios.

Tabla 31

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	66,076 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	48,729	9	,000
Asociación lineal por lineal	29,075	1	,000
N de casos válidos	60		

a. 12 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,27.

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

En la tabla 31 se observa que el valor de Chi-cuadrado de Pearson es de 66,076 y el valor de significancia del estadístico $p = 0,000$.

Tabla 32

Medidas simétricas		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	,724	,000
N de casos válidos		60	

Fuente: Elaboración propia con ayuda del programa informático SPSS.

Toma de decisión:

Dado que el valor de significancia del estadístico $p = 0,00$; es menor que $\alpha = 0,05$, entonces rechazamos la hipótesis nula y afirmamos que se tiene suficiente evidencia estadística para decir que existe relación significativa entre los programa de televisión: Reallitys y el comportamiento de los niños de 5 años de la I.E.P. San Ignacio de Loyola. Huacho.

En la tabla 32, se puede apreciar que el coeficiente de contingencia o el grado de asociación de las variables es alto, es decir 0,724.

CAPITULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 DISCUSIÓN

Después de realizar el proceso de ejecución de la prueba de hipótesis, a través de la correlación de Pearson los resultados establecen que la Hipótesis General, se cumple, pues existe relación directa entre los Programas de Televisión; Realitys de competencia y la socialización de los niños lo que nos permitirá elaborar las recomendaciones respectivas para tratar de solucionar o mejorar la situación problemática.

Coincidimos con Aldea cuando en su trabajo expresa que los niños optan por la televisión para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información, además de ello, agrega un factor situacional externo al niño, la ve porque el medio le impone, es decir en el hogar y refuerza la conducta de contemplación por los padres. En muchos casos es la única compañía del niño y a veces hace de niñera.

Ver la televisión es una actividad líder del niño, gastan más tiempo viendo televisión que en otra actividad que no sea dormir

....., añade que durante el año los niños pasan más tiempo frente al televisor que en la escuela.

Es la televisión, la que proporciona una base común de información, es la primera fase de socialización del niño (Villacastin, 2002, citado por Aldea)

Brigas (2013) en su tesis: Análisis de la violencia en televisión y su repercusión en la infancia, refiere que actualmente desde los primeros meses, los niños empiezan a socializarse con la televisión, llegando a ser consumidores habituales de ella hacia los cuatro o cinco años. Cuando aún no saben ni leer ni escribir y que con la llegada de la televisión ha aumentado la gama de modelos con que cuentan los niños y adultos....., estos modelos televisados presentan una eficacia tal, atraen la atención de los observadores aprendiendo así muchas cosas. Continua expresando que el papel que juega la televisión en los medios de socialización de los menores es cada vez mayor, pudiendo influir de manera notoria en las conductas agresivas de los niños en general y

particularmente en las conductas agresivas, ya que la televisión forma un modelo de referencias en los niños generando ciertos comportamientos.

En cuanto a la hipótesis específica¹ se establece que: Podemos evidenciar que entre la variable Programas de Televisión; realitys de competencia y la dimensión autoestima, presentan una correlación de 0,733, lo que significa que existe una correlación directa.

Carmona, S; (2017 niños y niñas frente a la televisión: Entretenimiento y Educación nos expresa:

El mundo de la televisión es para la mayoría de los niños un escape a la monotonía y en palabras suyas “Aburrida Cotidianidad” para enfocarse hacia espacios llenos de fantasía que le presentan los programas. La televisión no les invita a pensar, sino a soñar y soñar por lo tanto es prácticamente, para soñar no hace falta hacer ningún esfuerzo. Pero lamentablemente la televisión cuando no es regulada por el ambiente socio familiar, puede ser un gran obstáculo para el desarrollo normal de la autoformación de su autoestima y para la afirmación y el crecimiento personal y cultural.

Cortez y Ticse, C (2014) los programas de televisión de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I.E. N° 1233 Manuel Fernando, Cabrel Nicho, argumentan que los realitys que son programas juveniles de la televisión presentan una receta especial para lograr atraer a niños y jóvenes quienes ven con habido interés desde las primeras horas de la tarde hasta entrada la noche. Son competencias fáciles, juegos sensuales y peleas sin sentido en lo que se busca salir de la realidad o la dura realidad en la que viven.

Según Basquez, F (psiquiatra del hospital Honorio Delgado – Hideyo Nogushi) citado por Cortez y Ticse sostiene que estos programas dan un modelo negativo de vida además de artificiales son turbulentos porque se observan situaciones que no ocurren en la realidad, como los romances rápidos. Agrega que el horario es inadecuado. Así mismo advierte que los juegos están cargados de erotismo y eso promueve e incentiva que los chicos quieran hacer lo mismo con sus amigos o compañeros de clase.

En general la televisión constituye una fuente efectiva en la creación y formación de actitudes en los niños, ya que desde temprana edad, son

sometidos a su influencia sabemos que los niños seleccionan los programas que divierten más que los que educan a pesar de que se transmiten programas educativos, pocos niños los prefieren sobre los programas divertidos y esa es una constante que se mantiene hasta adultos.

Los autores anteriormente citados explican claramente acerca de la influencia que la televisión ejerce sobre niños, jóvenes y adultos, pero es mucho más preocupante la situación de los niños pequeños quienes se encuentran en proceso de desarrollo.

En cuanto a su socialización y con ello autoestima, identificación con esto no se niega que el niño puede ser extrovertido, pero por efectos de la televisión manifiesta actitudes agresivas con sus amigos o compañeros.

La hipótesis 2: Se evidencia que la variable Programas de televisión; realty de competencia e identificación se relacionan directamente con una correlación de 0,733.

Autores como **YUBERO** (2005) en el Texto Psicología social, cultural y educación, en el capítulo XXIV nos dice:

Nos dice que la televisión socializa reforzando y creando pautas de conducta a partir de las informaciones que proporcionan los comportamientos que realizan los modelos observados y las consecuencias que obtienen. Algunos de los factores estudiados desde la Psicología Social y que se consideran elementos relevantes para conseguir que los procesos de modelado sean eficaces serán:

- a) La similitud con el modelo: Las investigaciones han demostrado que, cuando el individuo percibe cierta semejanza con el modelo, la influencia de este es mayor. Del mismo modo, si una persona recibe la influencia e un modelo tiene a redefinir su propia identidad social, llegando incluso a atribuirse las características estereotipadas del grupo al que pertenece la fuente de influencia. (Moscovici, Mugni y Perez, 19991; Myres, 1995)
- b) El atractivo del modelo Pratkanis Aronso (1994) llegaron a demostrar que son más persuasivos aquellos comunicadores que resultan agradables al telespectador, por lo que dentro del medio televisivo, el atractivo de los personajes potenciar su credibilidad y su poder de influencia.

- c) Los refuerzos del modelo. Las conductas de imitación son más probables si el modelo observado recibe refuerzos. En televisión, los personajes pueden ser reforzados también de forma indirecta, mediante la asociación de sus actitudes y comportamientos con secuencias narrativas positivas.
- d) La excitación emocional. Las características propias de la televisión, en cuanto a la producción de emociones, potencian su capacidad socializadora. De esta manera, como señalan Bandura y Walters (1974), la excitación emocional aumenta la probabilidad de que se modifique la conducta social de los observadores y se induzcan valores y pautas de comportamiento.

Finalmente y a modo de conclusión, podemos afirmar que la televisión realiza una importante función socializadora, en unas ocasiones intencional y en otras involuntaria, y que actualmente lo hace, fundamentalmente, a través del entrenamiento. Los relatos que nos muestra la televisión socializan a partir de los valores, positivos o negativos, que conferimos nos transfieren las “realidades” representadas en la pantalla, y que en muchas ocasiones van a ser interiorizadas con una carga emocional que los dotara de valor y significado.

Hipótesis 3: Se evidencia que la variable Programas de Televisión; realitys de competencia y conducta se relaciona directamente con una correlación de 0,724.

Mahei, Mendez, Silva y Villanueva, refieren que en los últimos tiempos en la sociedad post moderna se ha dado el campo libre a la televisión y a la publicidad para actuar. La influencia que ejerce sobre los niños y adolescentes es bastante peligrosa si se considera que son individuos en etapa de formación de valores. Es de esta forma que la televisión ha generado una forma de revolución cultural.

Hay que reconocer que los programas que ofrece la televisión son productos que los televidentes quieren ver y que estos cambiaran porque están sujetos a la moda y a las tendencias..... El problema se suscita cuando los niños sobre todo se encuentran en la primera infancia en donde la IMITACIÓN es la

base de su aprendizaje, acceden a esas imágenes y las recrean en su vida cotidiana.

A todo esto debe agregarle los talk show y los realitys show en estos formatos las personas comunes y corrientes se convierten en los protagonistas. Una de las críticas más frecuentes a este tipo de programas es la EDICIÓN y además de la exhibición continua de escenas de violencia y sexo, sin mencionar las faltas de respeto y las malas palabras.

Por estas razones se debe regular el uso y abuso de la televisión, para que los pequeños no se encuentren expuesto a observar y por ende desarrollar conductas agresivas que los lleva a desarrollar una socialización inadecuada. Mahei, Mendez, Silva y Villanueva, afirman que los niños forjan sus valores, discriminan lo bueno de lo malo en base a lo que las autoridades que ellos reconocen le enseñan. Si estas autoridades están ausentes los niños pueden llegar a basarse en la televisión como autoridad. Observando a los demás aprenden patrones de pensamiento que apoyan comportamientos agresivos. AL ver escenas violentas en los medios de comunicación aprenden determinadas pautas de acción agresivas, así como creencias y actitudes.

5.2 Conclusiones y recomendaciones

Conclusión General: Hipótesis General

Se ha comprobado que existe relación directa positiva (0,689) entre los programas de televisión; realitys de competencia y socialización de los niños de 5 años de la Institución San Ignacio de Loyola – Huacho 2017., porque los que tiene regular nivel de socialización 16,7% Casi nunca, accede a los programas de televisión; realitys de competencia, aquellos que tienen muy alto nivel de socialización con 5% siempre acceden a los programas de televisión; realitys de competencia, y los niños que tienen una alta y muy alto nivel de socialización, se integran al grupo pero esto no significa que no presenten componentes agresivos. Así mismo, los niños tienen bajo nivel de socialización el 10% nunca acceden a los programas de televisión; realitys de competencia.

Conclusiones Parciales: Hipótesis Específicas

1. Hemos comprobado que existe relación significativa entre programas de televisión; realitys y autoestima
 - 1.1 La relación se refiere a que los niños con muy alto nivel de autoestima 28% casi siempre (nivel 4 en la escala) así mismo los que tiene un muy alto nivel de autoestima 6,7% siempre. Los niños que tienen una regular autoestima que es casi nunca, pero esto indica que si observan los programas, poco pero lo hacen. Y los niños que tiene bajo nivel de autoestima un 18% nunca o casi nunca ven estos programas, es parecido al tercer caso, ese “casi” indica que ven poco estos programas pero ven.
 - 1.2 Se ha comprobado que existe una relación directa 0,614 entre los programas de televisión; realitys de competencia, y la identificación de los niños es porque, los niños que tiene muy alto nivel de identificación el 5% siempre acceden a los programas de televisión; realitys de competencia, los niños que tienen un alto nivel de identificación el 20 % siempre acceden a los programas de televisión; realitys de competencia. Los niños que tienen regular nivel de identificación el 15% casi siempre ven los programas de televisión realitys de competencia. y los niños que tienen bajo nivel de identificación es 18%, nunca o casi nunca, ven programas de televisión; realitys de competencia.
 - 1.3 Se ha comprobado que existe una relación directa de 0,724 entre los programas de televisión; realitys de competencia y comportamiento, porque el 5% de (siempre) acceden a los programas de televisión, realitys de competencia , los niños que poseen muy buen comportamiento el 26 % (casi siempre) acceden a los programas de televisión; realitys de competencia. Así mismo los niños que tienen un adecuado comportamiento son un 11,7% (alternativa casi siempre acceden a los programas, y los que poseen un inadecuado comportamiento son 8,3 siempre ven los programas.

5.3 Recomendaciones

1. La televisión seguirá imponiéndose en la sociedad y son los adultos quienes lo presentan a sus niños como un elemento atractivo que divierte y entretiene en el hogar, sin tener en cuenta los problemas que pueden ocasionar, pues a pesar que el desarrollo de la autoestima se produzca, esto no significa que se desarrolle de manera adecuada.

Como un 16,7% de niños están desarrollando una regular autoestima, es necesario trabajar con los padres de familia a través de charlas de sensibilización para que comprendan el riesgo que corren al ser posiblemente demasiados permisivos en cuanto a no ejercer un control en la programación que observan sus niños.

En cuanto a los padres que no se encuentran permanentemente con los niños por motivos de trabajo, apoyarlos EN CUANTO A LAS ESTRATEGIAS NECESARIAS, para que den a sus niños un tiempo de calidad sin tener que recurrir a la televisión, sustituyéndola por juegos en familia (juegos de mesa, paseos al aire libre, etc.)

2. En cuanto a la identificación encontramos que un 25% de niños que poseen una alta y muy alta identificación con los programas de televisión; realitys de competencia, en tal sentido, es necesario también trabajar con los padres de familia para ayudarlos a encontrar las estrategias necesarias, que permitan dispersar la atención del niño de tal manera que le den calidad de tiempo donde puedan disfrutar en familia. Así mismo dialogar activamente con ellos.
3. Con respecto a los programas de televisión; realitys de competencia y el comportamiento observamos que tienen un 28,3% de niños con comportamiento adecuado y según lo que expresan “ven algunas veces” los programas de televisión esto quiere decir que en estos niños, afloran comportamientos que no van con su edad, que van cargados de agresividad, de palabras inadecuadas etc. por tanto es necesario que nosotros como docentes incentivemos a los niños a practicar permanentemente normas de convivencia. Así como también utilizar el dialogo activo con ellos, donde se trate porque no es conveniente imitar comportamientos de los competidores de estos programas, igualmente tratar estos temas con los padres de familia, quienes en su mayoría son

muy jóvenes, para insistir con recursos necesarios para que los comportamientos de sus niños se conviertan en bueno y muy bueno.

5.4 Fuentes de información:

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aldea, S. (2002). *La influencia de la “Nueva televisión” en las emociones y en la educación de los niños.* Director de la Departamental de Psicología. Artículo Científico. Soria

Betancur, T. (2010). *La interacción entre los niños de 3 a 5 años durante los procesos de socialización.* Tesis para optar el título de Licenciada en Preescolar. Caldas: Corporación Universitaria La Sallista.

Bringas, C (2001). Análisis de la violencia en la televisión y su repercusión en la infancia. Universidad de Oviedo. España.

Calderón, E. (2007) *Los programas de televisión y la agresión en los niños: el caso Power Rangers.* Tesis para optar el título de Licenciado en Educación. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Carmona S. (2017). Niños y niñas frente a la televisión: entretención y educación. Tesis para optar el título de Magister en Comunicación Educativa. Facultad de Ciencias de la Educación convenio internacional. Corporación Universitaria minuto de Dios, Bogotá: Universidad Tecnológica de Pereira.

Cortez, Y Ticse, C (2014). Los programas televisivos de concurso en el comportamiento de los estudiantes de la I.E.N. 1233 – Manuel Fernando Cabrel Nicho. Tesis para optar el título de Licenciado en Educación. Facultad de Pedagogía y Cultura Física. Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

Dadic, M. (2013) *Niveles de socialización en las niños y niños de 5 años de las instituciones de Educación Inicial del Distrito de Julcan.* Tesis para optar el título de Licenciada en Educación en Educación Inicial. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.

Diez, E. (2000). *Televisión y desarrollo infantil*. Rev. Comunicación N°219. Pp84. Citado desde www.comunicación.com

Gomero, G.& Moreno, J.(2000) *Proceso de la Investigación Científica*. Lima: Fakir Editores

Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2005) *Metodología de la Investigación*, 4ta edición. México DF .Mc Graw Hill.

Navarro, N. (2014). *Los mensajes televisivos y la infancia: Retos socioeducativos*. Tesis para optar el grado de Doctor. Madrid: Universidad Complutense.

Pauta, R. (2015). *Los niños, la influencia de la televisión y el rendimiento escolar*. Tesis para optar el grado de Magister. Lima: Universidad Mayor de San Marcos.

Posada, A.(2007). *Violencia y manipulación en la Programación Infantil de Televisión*. Tesis para optar el grado de Maestro. España: Universidad Internacional de Andalucía Sede Iberoamericano Santa María Rábida.

Rosero, S. (2008) *Influencia de programas de televisión en el desarrollo de la inteligencia emocional de las niñas de 4 a 5 años de la unidad educativa bilingüe génesisen el año lectivo 2007*.Tesis para optar la Licenciatura en Comunicación Social. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Sahuquillo, P. (2007). *Algunas aportaciones teóricas a la influencia de la televisión en el proceso de socialización de la Infancia*. España: Ediciones Universidad de Salamanca

Sandoval, M. (2006) *Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales*. Universitas Psychologica. Volumen 5, fascículo N° 2. Bogotá.

Zambrano, Y. (2009) *Influencia de los programas infantiles de televisión en niños de 2 a 7 años. Monografías. Trabajo nº 76. Pág. 01-02. Recuperado marzo 18 desde www.monografias.com*

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DISEÑO	MÉTODOS	POBL/MUESTRA
<p>“LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN: REALITYS DE COMPETENCIA Y LA SOCIALIZACION DE LOS NIÑOS DE 5 AÑOS DE LA IEP SAN IGNACIO DE LOYOLA. HUACHO.2017.”</p>	<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿De qué manera los Programas de televisión; realitys se relacionan con la socialización de los niños de 5 años de la IEP. San Ignacio de Loyola. Huacho.2017?</p>	<p>OBJETIVO GRL.</p> <p>Determinar de qué manera los programas de televisión se relacionan con la socialización de los niños de 5 años de la IEP San Ignacio de Loyola. Huacho.2017</p>	<p>H. GENERAL</p> <p>Existe relación entre los Programas de Televisión: Realitys de Competencia y la Socialización de los niños de 5 años de la IEP San Ignacio de Loyola. Huacho.2017.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Programas de Televisión: Realitys de Competencia.</p>	<p>Descriptivo</p> <p>Correlacional</p>	<p>Hipótesis – Deductivo</p> <p>Analítico-Sintético</p> <p>Inductivo - Deductivo</p> <p>Inferencial</p> <p>Estadístico</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>Todos los niños de 5 años(60) de la IEP San Ignacio de Loyola</p> <p>MUESTRA</p> <p>Por ser una población reducida</p>

	<p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <p>¿De qué manera los Programas de televisión: Realitys de Competencia se relacionan con la autoestima de los niños?</p> <p>¿De qué manera los Programas de televisión: Realitys de Competencia se relacionan con la</p>	<p>OBJETIVOS ESP.</p> <p>Analizar de qué manera los programas de televisión:real itys de competencia se relacionan con la autoestima de los niños de 5 años.</p> <p>Establecer de qué manera los problemas</p>	<p>H. ESPECIFICAS</p> <p>Existe una relación entre los Programas de Televisión: Realitys de Competencia y la autoestima de los niños.</p> <p>Existe una relación directa entre los Programas de televisión: Realitys de Competencia y</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Socialización de los niños de 5 años.</p>		<p>se trabajará con los 60 niños.</p>
--	--	---	--	---	--	---------------------------------------

	<p>identificación de los niños?</p> <p>¿De qué manera los programas de televisión Realitys de Competencia se relacionan con el comportamiento de los niños?</p>	<p>de televisión: realitys de competencia se relacionan con la identificación de los niños de 5 años.</p> <p>Determinar de que manera los programas de televisión se relacionan con el comportamiento de los niños de 5 años.</p>	<p>la identificación de los niños.</p> <p>Existe una relación directa entre los Programas de Televisión: Realitys de Competencia y el comportamiento de los niños.</p>				
--	---	---	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--

**1. INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS:
SOCIALIZACIÓN**

A través de la escala, se pretende obtener información sobre la Socialización de los niños de las aulas de 5 años:

ESCALA DE VALORACIÓN: SIEMPRE (4); CASI SIEMPRE (3); CASI NUNCA (2); NUNCA (1).

N°	ITEM	NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1.	Es seguro de sí mismo.				
2.	Se maneja con autonomía.				
3.	Es espontaneo.				
4.	Es seguro al realizar alguna tarea				
5.	Cuida los juguetes que utiliza.				
6.	Realiza sus trabajos con mucho cuidado.				
7.	Respetar horarios en el aula.				
8.	Respetar a todos sus compañeros.				
9.	Es expresivo.				
10.	Utiliza palabras cariñosas al comunicarse.				
11.	Establece una relación de apego con su profesor.				
12.	Entabla dialogo con los adultos.				

13.	Se integra fácilmente al grupo.				
14.	Se organiza con sus pares y realiza juegos de competencia.				
15.	Juega con sus amigos sin pelear.				
16.	Ayuda a sus compañeros a realizar las actividades motrices.				
17.	Imita actitudes que tienen los miembros de su familia.				
18.	Simula situaciones familiares.				
19.	Imita algunas personas significativas para ellos.				
20.	En las actividades de juego trabajo realiza secuencias familiares.				
21.	Le gusta danzar música peruana.				
22.	Participa en actividades del calendario cívico escolar.				
23.	Entona canciones de la comunidad.				
24.	Saluda a todos cordialmente.				
25.	Espera su turno sin pelear.				
26.	Pide permiso cuando lo necesita.				
27.	Se solidariza con sus compañeros				
28.	Defiende a sus amigos de los que quieren pegarle.				
29.	Hace caso a las provocaciones de otros grupos de niños.				

30.	Se preocupa cuando su compañero esta triste.				
------------	--	--	--	--	--

PROGRAMAS DE TV: REALLITY

A través de la escala, se pretende obtener información sobre los Programas de Televisión de mayor acogida por los niños de las aulas de 5 años: Reallitys.

ESCALA DE VALORACIÓN: SIEMPRE (4); CASI SIEMPRE (3); CASI NUNCA (2); NUNCA (1)

N°	ITEM	NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1.	Reacciona de forma impulsiva.				
2.	Realiza acciones de intimidación contra sus compañeros.				
3.	Hace rabietas.				
4.	Reacciona de manera brusca cuando le piden disculpas				
5.	Obedece órdenes				

6.	Sigue reglas.				
7.	Respeto normas.				
8.	Espera su turno.				
9.	Contesta de mala manera.				
10.	Responde con palabras amenazantes.				
11.	Realiza gestos amenazantes contra los demás.				
12.	Reacciona de forma amenazante.				
13.	Pelea y golpea a sus amigos.				
14.	Realiza juegos bruscos.				
15.	Reacciona sin pensar y lastima a sus compañeros.				
16.	Respeto la integridad de los demás.				
17.	Cuida el material que utiliza.				
18.	Usa adecuadamente los materiales del aula.				
19.	Ordena, guarda el material que utiliza.				
20.	Deteriora el material que tiene en su entorno.				
21.	Conversa gritando.				
22.	Utiliza palabras soeces.				
23.	Contesta de forma grosera a su profesora.				

24.	Cree siempre tener la razón, en sus propuestas.				
25.	Imita gestos y actitudes de los chicos del programa que admira.				
26.	Admira el aspecto físico de sus ídolos.				
27.	Hace uso de la moda que imponen los programas: reality				
28.	Expresa que solo las personas bonitas pueden estar en la televisión.				
29.	Levanta la voz sin importarle quien es la persona				
30.	Reacciona de manera violenta con sus padres.				