

4
20



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Escuela Nacional de Estudios Profesionales
"ACATLAN"

USOS, FUNCIONES Y GRATIFICACIONES
COMO VARIABLES DE LA ATENCION Y
RETENCION SELECTIVA DE LOS DIBUJOS
ANIMADOS TELEVISIVOS.
ESTUDIO DE CASO

T E S I S

Que para Obtener el Título de:

Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva

Presentan:

Ilian Esperanza Fernández Rodríguez

Elsa Vieyra Abdala



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

	<u>Página</u>
INTRODUCCION.....	I
1. UN PUNTO DE VISTA TEORICO.....	1
1.1. Los usos, funciones y gratificaciones; y la atención y retención selectivas.....	1
1.1.1. Teoría funcionalista.....	2
1.1.2. Semblanza del concepto de usos.....	9
1.1.3. Semblanza del concepto de funcio- nes.....	16
1.1.4. Semblanza del concepto de gratifi- caciones.....	21
1.1.5. Los usos, funciones y gratifica- ciones como una variable.....	24
1.1.6. Semblanza del concepto de aten- ción selectiva.....	25
1.1.7. Semblanza del concepto de reten- ción selectiva.....	30
1.1.8. La atención y retención como una- sola variable.....	33
1.1.9. Algunos de los factores que influ- yen en los receptores además de - la comunicación masiva.....	34
1.2. Características psicológicas de los ni- ños de 9 a 12 años de edad.....	42
1.3. Algunas características del análisis de contenido.....	49
2. HIPOTESIS Y METODO.....	52
2.1. Hipótesis.....	53
2.2. Método.....	56
2.2.1. Procedimiento del análisis de - contenido.....	56

	<u>Página</u>
2.2.1.1. Muestra de programas.....	57
2.2.1.2. Instrumentos del análisis de contenido.....	61
2.2.1.3. Procedimientos de aplicación de los instrumentos para el análisis de contenido.....	64
2.2.1.4. Tratamiento estadístico de los resultados del análisis de contenido.....	65
2.2.1.5. Resultados y comentarios descriptivos del análisis de contenido.....	66
2.2.2. Procedimiento de identificación de la independencia de las variables de atención y retención selectivas con respecto de las variables de usos, funciones y gratificaciones.....	82
2.2.2.1. Muestra.....	82
2.2.2.2. Instrumentos.....	85
2.2.2.3. Metodología.....	105
2.2.2.4. Tratamiento estadístico...	106
3. RESULTADOS.....	110
3.1. Clase baja.....	110
3.2. Clase media.....	117
3.3. Clase alta.....	125
3.4. Resultado general.....	134
CONCLUSIONES.....	135
BIBLIOGRAFIA.....	145
HEMEROGRAFIA.....	147
ANEXO I.....	148

Página

ANEXO II.....	150
ANEXO III.....	155

I N T R O D U C C I O N

Los medios de comunicación masiva remiten a un periodo histórico específico; al signo de un tiempo y una era particular de desarrollo social humano, al siglo XX.

Casi todas las sociedades se han visto influenciadas por el advenimiento de tales medios, lo que ha originado que muchas personas se pregunten por esas influencias, algunos han realizado investigaciones acerca del emisor, del mensaje, de los canales, del receptor, de los efectos. Una vertiente de estas investigaciones es la de los efectos "causados" por la Televisión, en receptores niños. Este trabajo se inscribe en esta última línea de investigación.

Los niños como audiencia, son participantes activos en el proceso de comunicación; participan al usar el medio para obtener ciertas gratificaciones previamente definidas o intuitas, por lo cual, otorgan ciertas funciones a los mensajes que son recibidos y asimilados de manera selectiva.

De ahí que el objetivo de esta investigación sea conocer cómo emplean los niños la televisión; qué funciones cumple y qué gratificaciones obtienen de la exposición, a partir de la atención y retención selectivas que los niños hacen de los mensajes emitidos por este medio.

Para cumplir con tal objetivo, esta investigación se divide en tres capítulos:

El primer capítulo consiste en una semblanza teórica funcionalista, la cual es la base de nuestra investigación. Específicamente se explican los conceptos de usos, funciones y gratificaciones así como los de atención y retención selectivas. Posteriormente se integran los conceptos de usos, funciones y gratificaciones en una variable, y la atención y retención selectivas en otra. Estas dos variables sirven de eje para la parte experimental de este trabajo. Asimismo este capítulo está integrado por las descripciones de algunos de los factores que influyen en los receptores además de la comunicación masiva y de los rasgos psicológicos de los niños de 9 a 12 años de edad (muestra de estudio), por último se mencionan algunas características del análisis de contenido.

El segundo capítulo está constituido tanto por la descripción de la hipótesis, como del método utilizado para la elaboración de la investigación de campo. En el primer subcapítulo se presentan los postulados que sirvieron para formular la hipótesis que guía este trabajo, en el que lo relativo al método se divide en dos partes: la primera consta de una descripción del procedimiento para realizar el análisis de contenido del programa empleado como muestra. Este análisis de contenido fue utilizado para

la elaboración de los reactivos que integraron el cuestionario aplicado a la población considerada para este estudio. La segunda parte consta de la presentación del desarrollo metodológico para la elaboración del cuestionario aplicado.

En el capítulo tercero se exponen los resultados de la investigación de campo. La muestra fue dividida en tres clases demográficas, por lo que los resultados obtenidos corresponden a cada una de estas clases, mismas que se presentan respectivamente en tres tablas representativas. Asimismo, se muestra otra tabla en donde se especifica el promedio general de las tres.

Por último, aparecen la discusión y las conclusiones a las que se llegó con este trabajo. La discusión se elaboró con base en la confrontación entre seis rubros de los resultados obtenidos de la encuesta y los postulados teóricos. Finalmente las conclusiones surgen de la discusión.

La metodología aplicada en esta tesis fue la siguiente:

Se consultaron fuentes hemerográficas referentes al tema; se buscó la información requerida en el Psychological Abstracts y, los artículos que contenían la información de la teoría utilizada en esta investigación fueron solicitados en el Centro de Investigación Científica y Hu-

manística de la UNAM. Fue necesario traducir y adaptar estos artículos con el fin de incorporarlos al marco teórico. Asimismo, se revisaron algunos libros que tratan de la teoría funcionalista en donde se prestó mayor atención a las teorías de usos, funciones y gratificaciones, así como a la atención y retención selectivas.

Toda la información anterior se estructuró en una matriz de doble entrada, con el objeto de unificar la información de cada concepto manejado en la presente investigación. Después de este proceso, la información se adecuó a la realización de la investigación de campo.

Para la creación del instrumento de medición de la correlación de las variables, y gracias al análisis de contenido del programa los Felinos Cósmicos, se delimitaron los elementos necesarios para tener un conocimiento más profundo del programa.

A partir de los conceptos teóricos utilizados en esta investigación, fue posible tanto definir las categorías, como especificar los índices que determinaron los reactivos para las preguntas del cuestionario aplicado a la muestra.

A los resultados obtenidos en las encuestas se les asignó un valor numérico para poder correlacionar las variables de usos, funciones y gratificaciones con las de atención y retención selectivas.

Finalmente para llegar a las conclusiones, se -- compararon las correlaciones obtenidas en la parte experimental con los fundamentos teóricos presentados en el primer capítulo, en el cual se menciona que los medios de comunicación proponen pautas sociales. Sin embargo en la presente investigación se obtuvieron resultados que demues---tran empíricamente la inexistencia de una correlación estadística entre usos, funciones y gratificaciones con la - - atención y retención selectivas.

1. UN PUNTO DE VISTA TEORICO.

1.1. Los usos, funciones, gratificaciones y la - atención y retención selectivas.

En este capítulo se presenta una visión general de la teoría funcionalista, de la cual se mencionan tres - aspectos indispensables para su explicación: su materia y definición de problemas, las perspectivas sobre los datos y los hechos, sus técnicas y procedimientos.

Los conceptos de usos, funciones, gratificacio-- nes, y de atención y retención selectivas constituyen la - base teórica de nuestra investigación. Es por ello que se presenta un subcapítulo para cada concepto, en donde se -- inscriben los puntos de vista de ciertos teóricos de la co municación, con respecto a los conceptos tratados.

Para efectuar el principal objetivo de este tra- bajo fue necesario agrupar teóricamente en una sola varia- ble los usos, funciones y gratificaciones, y en otra, la - atención y retención selectivas a partir del contenido de los subcapítulos 1.1.5. Los usos, funciones y gratificacio- nes como una variable, y el 1.1.8. La atención y retención como una sola variable.

En este sentido, se da una explicación de cada -

una de las teorías y en específico de los conceptos que -- las conforman, es decir, cómo usan, qué funciones y qué -- gratificaciones proporcionan los medios de comunicación ma siva, así como la atención y retención selectivas que los individuos realizan ante los mensajes de los medios de co municación.

Por otra parte, en el subcapítulo 1.1.9. se des- criben algunos de los factores que influyen en los recepto- res además de la comunicación masiva. Asimismo se explican algunas características psicológicas de los niños de 9 a - 12 años de edad, debido a que fue la población que se estu- dió en este trabajo. Los rubros que destacaron en este pun- to fueron: actitudes propias de la edad, cambios físicos, desarrollo emocional, percepción, los intereses de esta -- edad, memoria, pensamiento, formación y desarrollo del len- guaje.

Finalmente, se explica en qué consiste el análi- sis de contenido, al tiempo que se incluye una descripción de las características del mismo.

1.1.1. Teoría funcionalista.

Una perspectiva general de la corriente funciona- lista de la comunicación debería incluir cuando menos tres

aspectos: su materia y definición de problemas, las perspectivas sobre los datos y los hechos, sus técnicas y procedimientos (1). De tal manera, el presente trabajo abarca estos tres puntos principales:

1.- Materia y definición de problemas.

El funcionalismo como corriente de investigación, abarca como objeto de estudio, a todo tipo de forma y modo de comunicación; de ahí su versatilidad y suficiencia. Sin embargo redefine su objeto de estudio para tratar la comunicación masiva, (conocida como communication research) y por ende a la problemática. Esta se plantea en tres aspectos más concretos: la opinión pública, las masas y la opinión de los electores.

W. P. David y Walter Lippman hacen una recopilación y proporcionan una visión de conjunto de los estudios sobre opinión pública, en donde destaca el origen de estas investigaciones ligadas a intereses políticos (a principios de los 40's debido a la propaganda Nazi y posteriormente para regular y mediatizar la propaganda "comunista" de la URSS) y comerciales (desde principios de la década de los 30's para medir el efecto causado por las "mass media" en las actitudes, conducta, órbita emocional, aprendizaje y psicología profunda del receptor, posible consumi-

(1) Merton R. K. Teoría y estructuras sociales, pp. 437-484.

dor de bienes). (2)

Las masas han constituido el objeto sobre el - - cual es necesario medir la dirección e intensidad de esa - opinión pública y para ello se han creado conceptos clasificatorios y definitorios para abarcar su estudio. Un ejemplo, lo constituye Charles Wright cuando define a la masa, al público y al auditorio. Utiliza a lo público de la comunicación, a lo heterogéneo y anónimo como características de la masa; como formas de identificación para operacionalizar las variables intervinientes entre el estímulo de -- los medios masivos y el comportamiento operacionalizado como conducta verbal y actitudes en la opinión pública. (3)

Uno de los estudios sobre la opinión pública de las masas más definidos es el de P. Lazarsfeld: "el pueblo elige" (en la década de los 40's), donde al mismo tiempo - concentra uno de los aspectos más importantes de la materia y problemática planteada por esta corriente de estudio de comunicación: la opinión de los electores. En esta in--vestigación se logra incidir en una masa con categorías sociales homogéneas para conocer los canales, medios o ins--trumentos por los cuales se allegan de información y la influencia de éstos sobre la conducta del votante, a partir de lo anterior se descubre el rol del líder de opinión co-

(2) David W.P., "La opinión pública" En Enciclopedia Internacional de las ciencias sociales.

(3) Wright Ch., Comunicación de masas, pp. 58.

mo una variable más que interviene en este proceso (4).

Una de las características del funcionalismo con respecto al objeto de estudio, consiste en la fragmentación que hace del mismo, es decir, en la concreción de sus investigaciones se pierde de vista el hecho comunicativo - en su totalidad y se presenta fragmentado como si sólo dependiera de las variables utilizadas en esa investigación en especial. Un ejemplo claro lo presentan Riley y Riley - cuando describen la influencia del grupo al que un niño -- pertenece, cuando el infante "asimila" o "hace suyo" el -- mensaje de los medios para concluir, por ejemplo, que cuando el grupo no es la familia, la interpretación de los mensajes (para programas de aventuras) está afectada por las estructuras sociales de los líderes de opinión. Como puede apreciarse se dejan de lado muchos aspectos que también influyen, pero que no se controlan en este estudio y por lo tanto no se puede pensar en que la interpretación de un -- mensaje sólo está en función de la estructura social del -- grupo al cual pertenece el niño; es únicamente uno de los aspectos que influyen (aunque estos autores no especifican otro tipo de aspectos) (5).

(4) Lazarsfeld P., El pueblo elige.

(5) Riley M. W. y Riley J.W., "Sociological approach to communication research", p. 445. En Public Opinion Quarterly.

2.- Perspectivas sobre datos y hechos.

Los datos y los hechos son para el funcionalismo la abstracción de lo concreto, es decir, posee un referente tan concreto y empírico, que la única forma que se plantea como teoría es el conjunto de resultados que tienen -- una gran comprobación empírica. Esta idea es reforzada por un trabajo de Friedson acerca de la relación de las situaciones sociales y el contacto con los medios masivos (usos de los medios por parte de los niños) en donde se podrá -- apreciar que los resultados poseen comprobación empírica:

Medio	Solo	
	No	Sí
T.V.	12	17
Cine	6	9
Comics	52	74
	70	100

Para obtener estos resultados, y si se quisiera hacer una réplica, deberá seguirse el diseño anterior tal cual. Por ejemplo: si lo que se desea es que las respuestas de los niños se sitúen teóricamente en una situación -- usual, es decir, que contesten lo que hacen cotidianamente, las respuestas deberán ser consideradas por separado para comprobar su veracidad y así poder obtener una media. En -- el caso que se presenta aquí, la media se obtendrá de un --

total de 192 respuestas. (6)

Otro aspecto importante a considerar, consiste en que para entender un fenómeno (de acuerdo al funcionalismo) poco o nada tiene que ver la historia, puesto que se estudia el momento, es decir, qué hacen los niños, en compañía de quién están cuando ven televisión o bien leen historietas; poca significación tiene el que históricamente el acto de leer ha representado una acción comunicativa individual y que la historia personal del niño sea el ver la televisión acompañado.

Es por no considerar a la historia como una forma de explicación que a los investigadores funcionalistas no les interesa estudiar fenómenos sociales a largo plazo; importa resolver conflictos, evitar o corregir disfunciones en "este momento".

3.- Técnicas y procedimientos.

Esta corriente da mayor énfasis a "técnicas y procedimientos" toda vez que concede una importancia singular a los datos y hechos. Tan es así, que tal vez los investigadores funcionalistas sean los únicos que han desarrollado técnicas y procedimientos para medir cualquier fenómeno social, o bien, en el peor de los casos, --

(6) Freidson Eliot, "The relation of the social situation of contact to the media in mass communication", pp. 230-238, En Public Opinion Quarterly.

proporcionar guías metodológicas para construir cualquier tipo de instrumental teórico. En este último caso Lazarsfeld (uno de los investigadores pioneros) y Boudon han contribuido en gran medida. Un claro ejemplo lo constituye el texto sobre "Metodología de las ciencias sociales"(7) y en particular el capítulo dedicado a los conceptos e índices empíricos, en donde, sólo por enunciar los subtítulos, recomiendan una operacionalización de conceptos abstractos:

- 1) Representación literaria del concepto.
- 2) Especificación del concepto.
- 3) Elección de indicadores.
- 4) Formación de los índices.
- 5) Intercambiabilidad de los índices.

Otros autores, Mayntz y Hubrer, no sólo apuntan en el mismo sentido de Lazarsfeld, sino que agregan criterios de validez y confiabilidad, en donde la validez se da cuando una definición operacional cumple las operaciones de medidas indicadas en ella y contempla todo aquello a lo que su contenido significativo remite al concepto, o bien, en cuanto los indicadores del fenómeno expresan el hecho o fenómeno. Para verificar la validez se conocen pruebas matemáticas exhaustivas que permiten llegar a grados medibles y cuantificables tanto para la confiabilidad como pa-

(7) Boudon R. y Lazarsfeld P., Metodología de las ciencias sociales, p. 173.

ra la validez(8). Así también definen a la confiabilidad - como la exactitud y precisión en la reiteración de los resultados.

Es pues, innegable el aporte instrumental, metodológico y la veracidad de las observaciones de esta corriente. Un ejemplo caracterizado, puede ser el estudio de Nordenstreng acerca de las investigaciones sobre las gratificaciones, cuando en uno de los últimos párrafos dice: -- "Este argumento implica no derogar a las matemáticas ni a los métodos estadísticos en las investigaciones sobre audiencias" (9).

1.1.2. Semblanza del concepto de usos.

Respecto a la forma de cómo se relacionan las -- audiencias con los medios de comunicación masiva, De Fleur y Ball-Rokeach (1982) dicen que los individuos tienen una dependencia frente a los medios en donde intervienen determinantes sociales y psicológicas de cada persona; la percepción de los medios será entonces sistemáticamente diferente y dependerá de la personalidad de cada individuo.

(8) Mayntz R., Holve K. y Hubrer P., Introducción a los métodos de la sociología empírica, p. 31.

(9) Nordenstreng K., "Comments on "Gratifications research" in -- broadcasting", p. 132. En Public Opinion Quarterly.

Una de las explicaciones del por qué existen diferencias de percepción la proporciona la teoría de las diferencias individuales. Esta explica que todos los seres humanos desde que nacen, tienen una dotación biológica específica y a medida que se relacionan con la sociedad, adquieren vivencias únicas, lo que da como resultado una forma de percibir y actuar diferente para cada individuo.

Otra determinante del uso de los medios masivos es lo que se denomina como incongruencia en la comunicación. La incongruencia la definen De Fleur y Ball-Rokeach como: "cualquier reducción en la correspondencia existente entre la configuración de señales que utiliza el comunicante y las que utiliza el receptor al interpretar el mensaje" (10).

Las causas de la incongruencia pueden ser:

- 1.- Factores físicos: escases de luz, sonidos perturbables, etc.,
- 2.- Condiciones biológicas, psicológicas, sociales o culturales que supongan diferencias entre los significados de la fuente y del receptor. La falta de memoria también puede producir falta de congruencia, así como una percepción defectuosa, un desconocimiento de convenciones entre símbolo y referente o in-

(10) De Fleur M.L. y Ball-Rokeach, Teoría de la comunicación de masas, p. 181

cluso una lesión cerebral orgánica. La incongruencia puede ser ocasionada por factores - ajenos al hombre o por sus condiciones orgánicas y psicológicas internas. La incongruencia es un factor muy importante porque va a determinar una buena o mala comunicación, y esto va a influir en la manera que se utilice el medio.

Eliot Freidson y Schramm (1980) por su parte - afirman que la forma de usar el medio y el efecto que éste causa, varía dependiendo de la relación que tengan los individuos durante la exposición al medio. Esta relación depende de las experiencias adquiridas entre los receptores y que se traduce en un cierto grado de confianza en el medio(11).

La interacción entre los receptores es de carácter social y presenta dos situaciones obvias:

- 1.- El acto de ser miembro de la audiencia.
- 2.- La acción inmediata de interacción con los - otros miembros de la audiencia.

Freidson, al referirse a las investigaciones de los usos o indicativos sobre evaluaciones de audiencias hecho por Riley y colaboradores, señala tres situaciones sociales inmediatas del niño en relación con su exposición -

(11) Freidson Eliot, op. cit., p. 221.

ante el medio, es decir con quiénes interactúan los niños mientras ven la televisión:

- A) Soledad: el chico está socialmente solo.
- B) Situación observada: el niño está acompañado de sus amigos y primos.
- C) Situación familiar: el niño está acompañado de su madre, padre, abuelo, abuela, etc..

En una serie de estudios acerca de las situaciones sociales se encontró que, a menor edad, los niños tienden hacia una situación familiar; mientras que los de 4ª a 6ª grado de primaria prefieren la situación de soledad y los de 6ª en adelante prefieren situaciones observables, es decir, desligadas del núcleo familiar primario(12).

Matilda Whithe Riley y John W. Riley (1951), encontraron que los niños prefieren grupos familiares y de pares, es decir, ven la televisión con otros niños con características de edad, sexo, nivel económico, escolaridad, semejantes. Estos autores afirman que los miembros de los grupos pares prefieren los temas de los medios, cuando a ellos les agrada hacer lo que se les presenta en éstos y ello debido a que el niño puede convertir las historias en juegos diarios o de actividad en su grupo. En estos grupos los niños son quienes orientan el "juicio" acerca de los -

(12) Ibid, p. 23.

medios. en términos de "utilidad social", para que el material que presentan los medios sea utilizado inmediatamente en su grupo.

Denis Mc. Quail (1983) al explicar las causas -- que dan lugar al uso de los medios de comunicación, indica que las circunstancias sociales y psicológicas que viven -- como problemas y se presentan en los medios para satisfacer ciertas necesidades de la audiencia, aclara que, "Si -- el uso de los medios careciera casi por completo de selectividad, entonces, por la misma razón, no tendría el sentido que le atribuye el usuario y no sería posible considerarlo un procedimiento mínimamente apreciable para la resolución de problemas"(13). La selectividad de los medios de comunicación puede ser de origen consciente o inconsciente, es decir, el uso del medio depende de una preferencia o -- elecciones pero se desconocen, en ocasiones, las causas de ello.

En este sentido, la posibilidad de elección del uso de los medios induce a caracterizar a la audiencia como activa; esta actividad depende pues, de las necesidades y problemas que satisfaga la audiencia en el uso de los medios.

En relación al medio de comunicación preferido,-

(13) Mc. Quail Denis, Introducción a la teoría de la comunicación de masas, p. 102.

en estudios realizados por Eliot Freidson (1953), se encontró que la preferencia es una respuesta selectiva basada en experiencias pasadas acumuladas; además Mc. Quail dice que la frecuencia con que se usan los medios puede estar en función de los ingresos que tengan las personas; entre más altos sean los ingresos más se tiende a rebajar la importancia a la televisión puesto que aquellos permiten obtener una mayor gama de diversiones.

A manera de resumen el uso de los medios de comunicación masiva se caracteriza por:

A) Explicarse, principalmente, desde la teoría de las diferencias individuales.

B) Las variables intervinientes pueden ser:

- 1.- Las incongruencias en la comunicación.
- 2.- La interacción de carácter social entre los receptores (audiencia).
- 3.- La interacción social en receptores con categorías sociales semejantes, orienta el juicio, en términos de utilidad social de los medios.

C) El uso de los medios es selectivo y depende de:

- 1.- De las necesidades de la audiencia.
- 2.- De las experiencias acumuladas pasadas.
- 3.- De los ingresos económicos de los receptores.

(Vease diagrama 1)

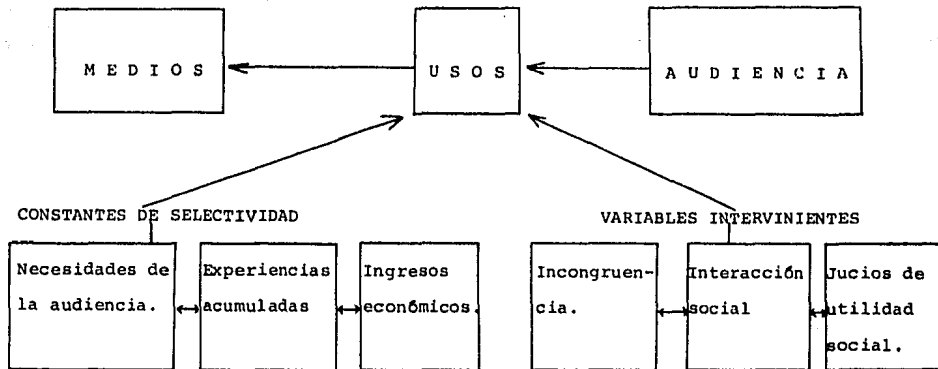


Diagrama (1)

1.1.3. Semblanza del concepto de funciones.

De fleur (1928) y S. Ball- Rokeach (1928) explican que los medios de comunicación proporcionan la información necesaria para crear una conformación política, económica y social de la vida. Por ello es importante estudiar las influencias de la comunicación de masas. Unas de estas influencias pueden ser:

- 1.- El establecimiento de significados para símbolos y metasímbolos que no hubieran sido -- previamente entendidos.
- 2.- Los significados pueden ser ampliados; pueden agregar nuevas señales a las configuraciones de significados existentes para símbolos determinados.
- 3.- La participación en la comunicación puede -- ser la sustitución de nuevas configuraciones de señales para los significados antes aprendidos.
- 4.- La estabilización de significados es una importante consecuencia de la comunicación humana; el uso repetido de palabras específicas y la consiguiente repetida actuación, de sus repetidas configuración de señales, puede reforzar los vínculos convencionales en--

tre símbolo y referente(14).

Establecer, ampliar, sustituir y estabilizar los significados son las consecuencias que estos autores consideran como influencias sobre los receptores.

Por su parte Denis Mc Quail (1983) afirma que -- las audiencias recurren a los medios masivos para:

- 1.- Proporcionar información a las audiencias:
 - informarse sobre las circunstancias y acontecimientos significativos del entorno inmediato de la sociedad y del mundo.
 - buscar consejos sobre cuestiones prácticas, opiniones y decisiones.
 - satisfacer la curiosidad y el interés general.
 - aprendizaje y autoeducación.
 - ganar sensación de seguridad a través del conocimiento.
- 2.- Lograr una identidad personal:
 - encontrar una confirmación de los valores personales.
 - encontrar modelos de conducta.
- 3.- Tener una integración e interés social:
 - empatía social,

(14) De Fleur y Ball-Rokeach, op. cit., P. 189.

- identificarse con los demás y desarrollar el sentimiento de pertenencia.
- encontrar una base para la conversión y la interacción social.
- disponer de un sucedáneo y de una compañía auténtica.
- ayudar a desempeñar roles sociales.
- facilitar al individuo sus relaciones con la familia, amigos y sociedad.

4.- Entretenimiento:

- escaparse o alejarse de los problemas.
- descanso.
- conseguir el placer, intrínsecamente, cultural o estético.
- ocupar el tiempo libre.
- liberación emocional,
- estimulación sexual.(15)

Blake H. y Reed Haroldsen O. (1980) definen a -- las influencias como funciones de la comunicación y las es pecifican como:

1.- Función con respecto de la norma social: - - "cuando una sociedad pasa de tradicional a industrial y -- compleja, los medios masivos adquieren una función nueva, la de refuerzo de las normas sociales, a veces llamada mo-

(15) Denis Mc. Quail, op. cit. p. 100.

realización. Los medios masivos revelan al público las desviaciones de las pautas grupales, costumbres y leyes, por lo tanto, proponer una moralidad única(16).

2.- Función del otorgamiento de status: Como señala Lazarsfeld y Merton (1948), los medios masivos pueden conferir estatus a asuntos, personas, organizaciones y movimientos sociales al considerarlos dignos de atención. -- "Aparentemente, los auditorios de los medios masivos comparten la creencia general de que, si se es realmente importante, se atraerá la atención de los medios masivos y que, si se atrae la atención de los medios masivos, se debe ser realmente importante"(17).

3.- Función de canalización: Es la capacidad de los medios masivos para encauzar las pautas de conducta o actitudes de un individuo. "Puede canalizar el comportamiento lo cual difiere de la creación (formación) o remodelación, cambio de actitudes. Es decir, una vez que se ha formado la actitud, los medios pueden actuar como agentes para orientarla según uno u otra dirección"(18).

4.- Función de complementación: Se refiere a la acción recíproca de refuerzo entre los medios masivos de comunicación y otras fuentes de información, en especial -

(16) Haroldsen E. y Blake H., Una taxonomía de los conceptos de comunicación, p. 91.

(17) Ibid., p. 93.

(18) Ibid., p. 102.

interpersonales. Se considera que ante una fuente directa de información o cambio de actitud o de opinión, los medios desempeñan un papel auxiliar al complementar el empleo de otras fuentes, a menudo organizadas, de comunicación" (19).

5.- Función de vigilancia del ambiente: Es cuando se reúne y distribuye información a la sociedad sobre acontecimientos externos e internos.

6.- Función de contribución: Cuando la sociedad corresponda a sus ambientes, interpreta acontecimientos del medio y prescribe conductas convenientes como reacción a estos acontecimientos.

7.- Transmisión de la herencia social: Comunica información, valores y normas sociales de una generación a otra, de los miembros de una sociedad o grupo.

8.- Función de entretenimiento: Actos que persiguen sobre todo la distracción.

A manera de resumen, se puede decir que los medios tienen diversas funciones que la audiencia le otorga, aunque algunos autores llaman a las funciones como influencias.

Las principales funciones son:

- a) Respecto de la norma social o conformación de identidad personal y social.

(19) Ibid., p. 98.

- b) Otorgamiento de status.
- c) Canalización.
- d) Complementación.
- e) Vigilancia del ambiente o informativa.
- f) Contribución al ambiente.
- g) Trasmisión de la herencia social o establecimiento, ampliación, sustitución o estabilización de significados.
- h) Entretenimiento.

1.1.4. Semblanza del concepto de gratificaciones,

De Fleur y Ball-Rokeach (1982) han clasificado a los individuos que constituyen un público como seleccionadores activos e intérpretes de los mensajes de los medios, para gratificar sus necesidades individuales con los mensajes. Las personas no sólo se auto-exponen selectivamente ante los mensajes de los medios sino que también los evitan selectivamente. Asimismo son los integrantes del público y no el comunicante quien determina la utilidad de la comunicación.

Denis Mc. Quail (1983) menciona dos explicaciones del carácter selectivo de las audiencias:

- 1.- Teoría funcional: las audiencias tienden a -

perseguir lo que necesitan para resolver sus problemas o -- maximizar sus satisfacciones. En la medida en que los -- problemas y necesidades estén enraizadas en circunstancias sociales o en la personalidad, la audiencia reflejará la - condición de sus necesidades.

2.- Explicación socio-cultural: los individuos - tienen una localización social y un espacio vital; prestan atención a las cosas que se encuentran dentro de este espacio vital. Se atiende a lo que es conocido, positivo, se - evitan los objetos de características opuestas.

Sin embargo, Wilbur Schramm (1980) señala que, - "la comunicación de masas generalmente sirve para realimentar y reforzar los gustos existentes del auditorio, más -- que para desagradarles o mejorarlos" (20). Las personas buscan satisfacer sus necesidades de una manera que tienen ya identificada, en este sentido los medios darán esas gratificaciones basándose en los gustos existentes en el auditorio. Por lo general, se evita o rechaza aquella comunica--ción que no esté de acuerdo con sus puntos de vista.

Para conocer las gratificaciones que proporcio--nan los medios de comunicación Kaarle Nordenstreg (1970) - explica que es necesario tomar en consideración, además de los aspectos psicológicos de las diferentes necesidades in

(20) Schramm Wilbur, La ciencia de la comunicación humana, p. 78-85.

dividuales, el ámbito social en que se desarrollan las personas. Hay que incluir en los estudio de las audiencias a todos los grupos que integren la sociedad, hasta aquellos que no tengan aparentemente ninguna relevancia, dado que - en la comunicación de masas necesariamente se introducen - implicaciones sociales que no pueden ser manipuladas por - observaciones simples de las necesidades de los individuos.

Todo ser humano busca satisfacer necesidades y - los medios de comunicación son uno de los instrumentos que las personas utilizan para satisfacerlas. Como el público es diferente, retomando la teoría de las diferencias individuales, entonces la forma de satisfacer sus necesidades será distinta dependiendo de lo que cada persona busca en los medios. De tal manera se puede concluir que las gratificaciones se presentan como lo que el receptor espera recibir al estar utilizando estas gratificaciones del medio:

- a) Están enraizadas en la personalidad individual y colectiva.
- b) Atienden a lo positivo y conocido.
- c) Son un refuerzo de los gustos existentes.
- d) Para conocerlas, hay que considerar los aspectos psicológicos y sociales de los individuos.
- e) Se pueden localizar en los mensajes de los medios de comunicación.

1.1.5. Los usos, funciones y gratificaciones como una variable.

Los usos, funciones y gratificaciones son tres conceptos que se encuentran interrelacionados, es decir, el ser humano que vive en una sociedad; busca satisfacer ciertas necesidades y usará a los medios de comunicación masiva para satisfacerlas. Por lo tanto, lo que éstos le den será de carácter social y la gratificación que él recibirá dependerá de lo que cada persona busque o espere de los medios de comunicación.

Como se puede observar, no es posible separar un concepto de otro (usos, funciones y gratificaciones), los tres son correlacionados y dependientes a la vez.

De esta manera podríamos considerar a los usos, funciones y gratificaciones como una variable específica que tendría las siguientes características:

- Tiene un carácter eminentemente social (son circunstancias que se dan en una sociedad entre seres sociales).
- La variable no actúa de la misma manera en todos los individuos cada persona tiene características biológicas, de aprendizaje y psicológicas específicas así como influencias de grupos en los cuales se desenvuelve. En este sen-

- tido no se dará de la misma manera en todas -- las personas.
- Las funciones que puede desempeñar también tendrán un carácter social, tal como otorgamiento de status, aprendizaje, transmisión de la herencia social, etc..
 - Las gratificaciones que la gente busca en los medios de comunicación dependerá de las necesidades sociales que tenga. (Vease diagrama 2).

Interrelación de conceptos

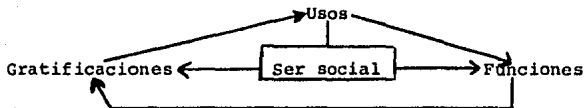


Diagrama 2

1.1.6. Semblanza del concepto de atención selectiva.

De Fleur y Ball-Rokeach (1982) mencionan que los postulados psicológicos nos permiten comprender por qué un estímulo dado habrá de suscitar una forma particular de -- respuesta. Debido a que la comunicación humana es un proce

so biosocial, es decir, no sólo depende de la memoria humana, sino de factores tales como la percepción, la interacción simbólica y las convenciones culturales de lenguaje - específicos(21).

El proceso biosocial se inicial con la percepción a la que define Abraham P.S. Perling (1985) como "el acto de interpretación de un estímulo sensorio por un órgano nervioso"(22). La percepción se lleva a cabo a través - de los sentidos, los cuales nos conectan con el mundo exterior y al momento de percibir interpretamos la señal recibida por los sentidos.

Este autor dice que en la percepción están presentes las experiencias sensorias pasadas, sentimientos -- del momento, prejuicios deseados y actitudes y fines generales, pero siempre uno de ellos será más influyente que - los demás. "La percepción representa la comprensión de una situación presente sobre la base de experiencias pasadas. Lo que percibimos en un momento dado no depende solamente de la naturaleza del estímulo existente, sino también de - los antecedentes que le afectan"(23). Nadie puede mirar un objeto, oír una voz o probar una naranja y recibir estas - sensaciones sin proyectar en ellas algún antecedente de ex

(21) De Fleur y Ball-Rokeach, op. cit., p. 236.

(22) Sperling P. Abraham, Psicología simplificada, p. 39.

(23) Ibid, p. 40.

periencias anteriores. A cualquier edad la acumulación de experiencias sensorias de toda una vida va a formar parte de nuestras percepciones.

De la misma manera De Fleur y Ball-Rokeach dicen que "la percepción es la actitud mental por la cual el ingreso de datos sensoriales es clasificado dentro de categorías reconocibles de experiencias"(24). Aclaran que los miembros individuales de un público atenderían selectivamente los mensajes, particularmente si éstos se relacionan con sus intereses; si son coherentes con sus actividades; si son coincidentes con sus creencias y si apoyan sus valores. La atención selectiva que tienen los individuos hacia determinados mensajes se da porque poseen una mente en donde van depositando desde que nacen todas las experiencias que viven; pero hay experiencias más importantes que tienden a estar más presentes. Finalmente De Fleur y Ball-Rokeach mencionan que el concepto más importante que permite entender a la memoria es el de la señal; ésta es el recuerdo que depende de hechos que se producen en el sistema nervioso.

A manera de resumen, la atención selectiva se puede caracterizar por:

A) Estar incluida en la comunicación humana y --

(24) De Fleur y Ball-Rokeach, op. cit., p. 242.

por ser un proceso biosocial, es decir, que depende de la memoria humana y de factores sociales.

B) Este proceso biosocial se inicia con la percepción:

- La percepción es el acto de interpretación de un estímulo sensorio por un órgano nervioso.

- La percepción relaciona a través de los sentidos, al individuo con el mundo exterior.

- En la percepción están presentes experiencias pasadas, sentimientos del momento, prejuicios deseados y actitudes, pero uno de estos elementos influyen más que los demás.

- En la percepción son muy importantes las experiencias sensorias pasadas porque los datos sensoriales son clasificados dentro de categorías reconocibles de experiencias.

C) La atención selectiva está conformada por las experiencias que son más familiares y cercanas al receptor; y, desde luego, se evita selectivamente o bien, se desatiende selectivamente aquellos que no les son familiares, ---
(Vease diagrama 3).

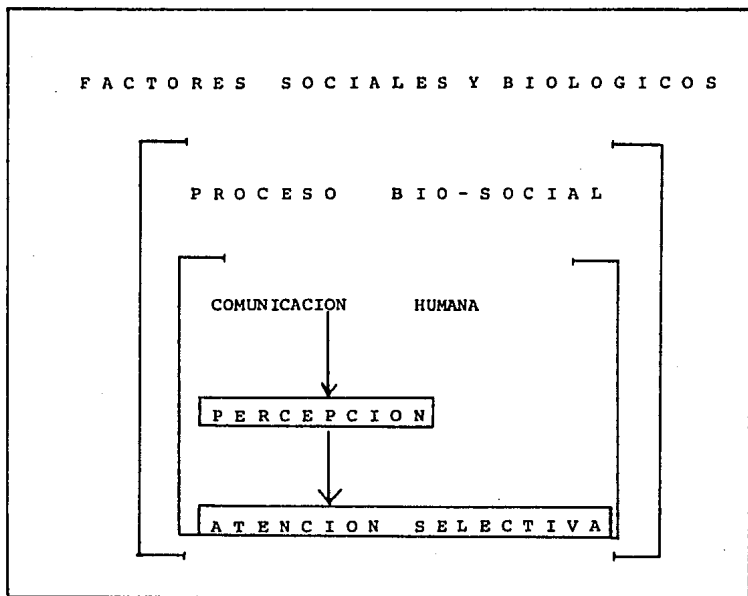


Diagrama 3

1.1.7. Semblanza del concepto de retención selectiva.

De Fleur y Ball-Rokeach resumen el papel de la memoria de la siguiente forma: una persona no estará capacitada para iniciar un proceso de comunicación utilizando símbolos convencionales, a menos que tenga una memoria de funcionamiento adecuado igual a la del receptor.

Porque el ser humano puede realizar el proceso de buscar, comparar, identificar y marcar sus señales debido a que posee una mente; dicho proceso es instantáneo y se realiza con la misma rapidez en el comunicador y en el receptor. De la misma manera es necesario que ambos hallan vivido experiencias semejantes para que exista una comprensión en el momento de la comunicación.

En la memoria se depositan las experiencias y se tienen más presentes las predominantes pues siempre hay un recuerdo selectivo, es decir, sólo una porción de las señales depositadas se ponen en actividad durante un momento dado, aunque permanezcan temporalmente pasivas las señales restantes que quedan depositadas en la memoria y éstas; a su vez, pueden ser evocadas selectivamente.

Los significados no-verbales desempeñan un papel muy importante en la retención selectiva, ya que se perciben y fijan como imágenes en la memoria y por ello se iden

tifican e interpretan con mayor facilidad. (Vease diagrama 4).

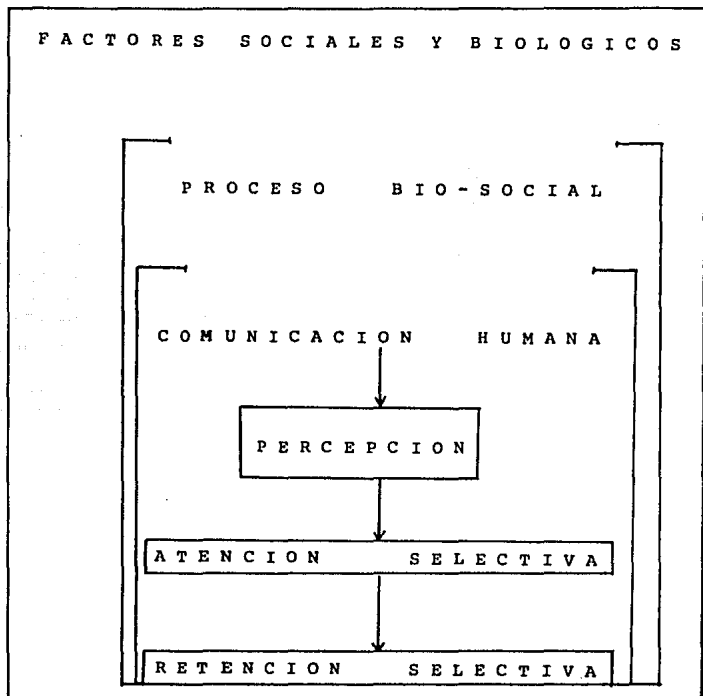


Diagrama 4

1.1.8. La atención y retención como una sola variable.

La atención y retención selectivas son dos fenómenos interrelacionados porque forman parte de un mismo -- proceso bio-social en el cual es necesario que se de la -- atención para que exista la retención y viceversa y van a estar determinadas por los factores sociales en los que vive el hombre.

El agrupar a la atención y retención selectivas como una sola variable obedece a los siguientes puntos:

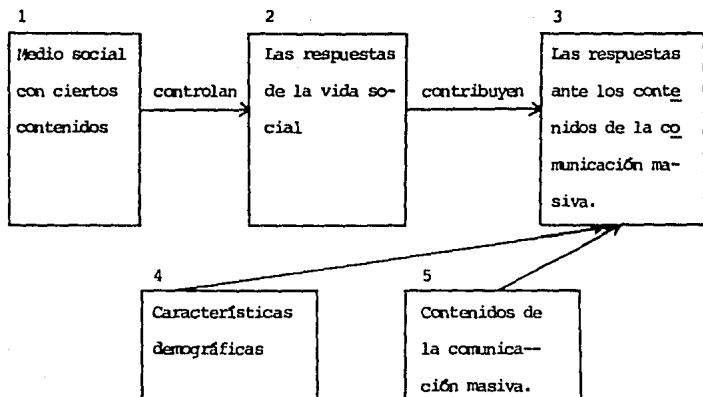
- 1.- Se considera como una misma variable porque corresponde a un mismo ámbito individual y psicológico de los seres humanos, en donde:
- 2.- La memoria permite captar y resumir una serie de experiencias para que:
- 3.- Se atiendan aquellos acontecimientos que estén familiarizados con sus experiencias personales y sus necesidades, por lo que:
- 4.- La atención y retención de los mensajes de la comunicación masiva serán selectivas. Por que también en la comunicación se atiende y retiene los mensajes con los que se este más familiarizado.

1.1.9. Algunos de los factores que influyen en los receptores además de la comunicación masiva.

Wilbur Schramm (1980) establece que la comunicación de masas está constituida por un auditorio de personas que vive con otras personas entre múltiples instituciones sociales, y cada una de estas personas estará sujeta a numerosas influencias además de la comunicación masiva.

Los medios de comunicación de masas y las relaciones personales que se viven dentro de la sociedad actúan en forma recíproca de varias maneras, algunas veces reforzando; otras ocasiones modificando y otras más creando actitudes, creencias y valores en los individuos.

Eliot Freidson (1953) señaló que hay dos tipos de respuestas: 1) La que se da en los mensajes de los medios masivos, y 2) la que se da al medio social. Las primeras respuestas no se pueden explicar satisfactoriamente a partir de la relación entre características demográficas y con los contenidos de las comunicaciones masivas, sino que para su explicación es necesaria la contribución de las respuestas que se dan a la vida social, mismas que son controladas por los contenidos del medio social.



La comunicación de masas es un proceso social - y su contenido es producido por un grupo de hombres sociales, quienes crean y mantienen este medio.

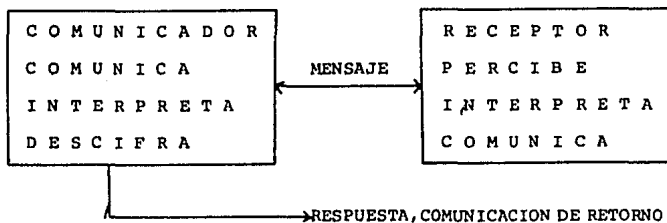
El ser social es una persona que está en interacción con otras, participando cooperativamente en actividades sociales. Sin embargo, las diferentes características que poseen las personas ante los continuos estímulos recibidos de los contenidos de los medios, hacen que su atención se incline hacia intereses individuales y proyecciones personales, ya que es importante la relación entre la interacción social del contexto y la experiencia de los miembros de la audiencia.

Paul F. Lazarsfeld (1980) indica que en la mayo-

ría de las ocasiones se ejerce una mayor influencia en una comunicación interpersonal que en una masiva a través de cualquier medio. Para la recepción de la comunicación, es determinante la ubicación de cada persona a partir del grupo social, así como la relación que tenga con la estructura social(25).

Wilbur Schramm (1980) menciona que la comunicación interpersonal es una comunicación muy rica, ya que la retroalimentación es inmediata y permite a la fuente corregir y ajustar su mensaje a las necesidades manifestadas -- por el receptor.

MODELO DE COMUNICACION INTERPERSONAL



Además la comunicación interpersonal tiene un re fuerzo más que la hace más efectiva; el comportamiento no

(25) Lazarsfeld P., Teoría de la comunicación de masas, p. 121.

verbal. Las funciones del comportamiento no verbal en el proceso de la comunicación interpersonal son:

A) Redundancia: en muchas ocasiones se repite lo que se dice verbalmente. Si no hubiera redundancia la comunicación sería muy pobre.

B) Acentuación: el comportamiento no verbal enfatiza un mensaje verbal.

C) Sustitución: el comportamiento no verbal en ocasiones reemplaza a la comunicación verbal.

D) Regulación: regula el flujo de la comunicación verbal.

E) Complemento: el comportamiento no verbal modifica o expande la comunicación verbal.

F) Contradicción: contradice el mensaje verbal.

Wilbur Schramm indica que, de todas las situaciones de comunicación, no hay ninguna comúnmente afectiva y satisfactoria como la comunicación interpersonal. Señala los principales factores que influyen en su proceso:

1.- Grado de privacidad percibida: cuando se da una comunicación entre dos personas se puede dar una privacidad, pero si se presenta una tercera persona se rompe la privacidad y varía por completo la comunicación.

2.- Comportamiento del rol: aprendemos los tipos de comportamiento que debemos ejercer para satisfacer nuestras necesidades. De esta manera organizamos nuestros da--

tos para saber las exigencias sociales que necesitamos.

3.- Interacciones previas: son muy útiles y prácticas. Cuando nos comunicamos por primera vez con una persona todo es miedo. En cambio, cuando han existido encuentros previos, ya se tiene un antecedente de la persona.

4.- Disponibilidad de retroalimentación: no existe comunicación más completa que la comunicación interpersonal, pues están todos los canales disponibles para que se de (vista, olfato, habla, gusto, etc.) (26).

Es más probable que la comunicación interpersonal influya más en el receptor que la comunicación masiva, dadas las características de aquellas.

Por su parte Wilbur Schramm (1980) menciona que "hay varios factores además de los procesos que tienden a hacer que la comunicación de masas sea un medio más favorable de refuerzo que de cambio, tales como los grupos y normas de grupos, la influencia interpersonal, aspectos económicos de los medios de masas en la sociedad" (27).

De esta manera afirma que el efecto típico de la comunicación de masas, es de refuerzo, puesto que, la comunicación masiva rara vez actúa directamente sobre el público, éste no se presenta ante los medios en un estado de desnudez psicológica,

(26) Schramm Wilbur, op. cit., p. 102.

(27) Ibid., p. 79.

Los tres principios básicos acerca de los efectos de la comunicación de masas que marca Schramm son:

- a) La influencia de la comunicación de masas se ve mediada por factores, tales como predisposiciones, procesos selectivos, afiliaciones a grupos y otros análogos.
- b) Estos factores generalmente convierten a la comunicación de masas en un agente de refuerzo.
- c) Estos mismos factores de refuerzo de la comunicación masiva pueden generar un cambio(28).

A través de la comunicación principalmente, y de manera importante la interpersonal, vamos conformando nuestra vida social. Esta nos va a ir dando las pautas políticas, económicas, sociales, etc., que necesitamos conocer para poder vivir en sociedad.

Cuando se es niño, la familia se encarga de introducirlo en la sociedad; después cuando se es adolescente, los medios funcionan como introductorios en un primer momento y después como reforzadores de todas esas pautas sociales que ha ido aprendiendo y que deberá realizar en su vida.

Por lo tanto estamos de acuerdo con autores como De Fleur, Mc. Quail, Harlden entre otros, que consideran los medios de comunicación de masas como reforzadores de

(28) Ibid., p. 82.

la estructura social de los individuos ya que se encuentran influenciados por sus grupos, roles y estructuras sociales.

(Vease diagrama 5).

- P R O C E S O S O C I A L -

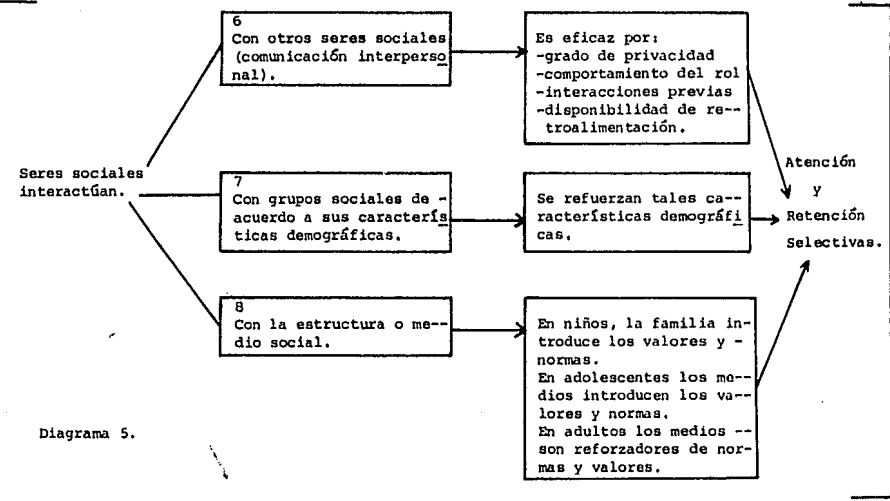
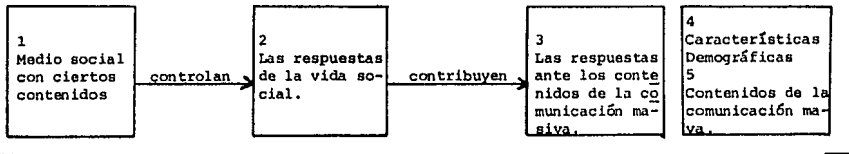


Diagrama 5.

1.2. Características psicológicas de los niños -
de 9 a 12 años.

Según Hansell (1985) las características propias de esta edad son:

A) Actitud propia de esta fase.- En esta fase el niño alcanza el desarrollo característico y típicamente infantil: "la plena niñez". Desde todos los puntos de vista (físico, psíquico y emocional), la personalidad infantil se completa en esta parte importantísima de desarrollo. Según el autor Busemann, en esta etapa muchos niños atraviesan por un corto período de desajuste, ya que se observan lapsos de exagerada inestabilidad y excitabilidad acentuada siempre que el niño se encuentra frente a una nueva etapa de su vida. El niño en esta fase, tiene la vivencia de encontrarse con su futuro próximo y comienza a imitar las formas de rendimiento y de conducta típica de ella. De esta manera, en ocasiones tiene contradicciones con el medio. Regularmente le faltan todavía condiciones físicas o psicológicas indispensables para los nuevos modos de conducta.

Busemann señala que no todos los niños atraviesan este corto período de excitación y cuando se llega a presentar, desaparece muy pronto; es entonces cuando comienza "la plena niñez" propiamente dicha.

Las características fundamentales de esta edad -

se encierran en los conceptos de armonización o perfeccionamiento, fase que caracteriza la transición a la actitud propia del joven.

B) El estado físico y actitud del cuerpo los cambios físicos son muy notorios en esta edad, ya que el cuerpo alcanza un alto grado de simetría. En esta etapa se adquiere una relación equilibrada entre las extremidades, el tronco y la cabeza, cosa que antes no existía. Asimismo, - el aumento de su estatura corresponde con un aumento de su corpulencia.

"La actitud y los movimientos del cuerpo son también equilibrados y armónicos. Los niños adquieren la capacidad de controlar los movimientos del cuerpo. Por lo general son ágiles y mantienen bien el equilibrio"(29).

Como es notorio la actitud del cuerpo del niño - depende, de la edad, la estatura, del tipo de constitución y del sexo. Existen muchos factores, los cuales imponen -- que se pueda hablar en general de un desarrollo y actitud única obligada para todos los niños.

C) Actitud psíquica, emocional y social: desde el nacimiento hasta esta etapa, el niño se ha desarrollado en su familia y en el medio social, por lo que se ha formulado una imagen del mundo que en este momento le basta pa-

(29) Clauss G.H. y Hiesbsch, Psicología del niño escolar, p. 120,

ra su forma de vida.

Se puede señalar que el niño está abierto en gran medida a las cosas y a los fenómenos de su ambiente. Puede desprenderse de sus propósitos y deseos subjetivos, considerando al medio de manera objetiva.

La escuela sirve para que el niño distinga las relaciones causales, lo que le permite que se haga objetiva la imagen del mundo.

El niño presenta características de la aceptación no crítica de las cosas o los fenómenos, pero a medida que crece obtiene una actitud crítica cada vez mayor. A esta edad su interés no sólo radica en el querer experimentar con los fenómenos, sino en el descubrimiento de su dónde y su por qué. A partir de esta situación sus intereses se ven transformados; los que tengan mayor fuerza en ellos podrán llegar a perpetuarse para toda la vida.

En la vida social del niño se observan también cambios significativos. Su capacidad social va aumentando sobre todo para integrarse en grupos. Es por esto que puede observarse la tendencia a vivir en armonía con los demás, a pesar de ciertos fenómenos como la rivalidad entre los grupos infantiles. En este momento se empieza a sentir una desvinculación con la familia.

El desarrollo emocional; el niño se interesa por el mundo que lo rodea y que se le presenta. Asimismo mani-

fiesta un gran entusiasmo por la naturaleza y las técnicas, pues el mundo humano no ocupa aún el centro de su atención, por lo menos en lo que respecta a los hechos psíquicos. No alcanza a percibir los factores internos del hombre, ya -- que sólo le da importancia al mundo exterior.

"Los procesos cognositivos no tienen todavía un carácter lógico teórico, sino que en ellos el sujeto es -- guiado por la necesidad de entenderlos activamente en la - acción con las cosas del mundo" (30).

Los intereses: la diferenciación real de los se- xos en una sociedad conduce hacia distintos intereses. De la misma manera hay muchos otros factores como el medio am biente, la escuela, la familia, etc., los cuales van a ir - determinando los intereses de cada niño.

Esto ocurre necesariamente en esta edad porque - de ahora en adelante empieza a consolidarse su personali- - dad.

El pequeño busca identificar al héroe de las si- tuaciones y descubrir sobre todo la simpatía que éste espe- ra. Esto llega a ser una verdadera compenetración y a ve- ces una total identificación. Así el niño quisiera parecer se al héroe del cuento, igualarse a él. Este deseo va más hacia el aspecto físico y a las hazañas del héroe que ha--

(30) Clauss G.H., op. cit., p. 135.

cia su carácter. Es por esto que a los niños les agradan - mucho las narraciones en que los héroes tienen hazañas for- midables, pero en las cuales su problemática cíclica no de- sempeña ningún papel.

"Prefieren las personas abiertas a las que se -- puede comprender con facilidad y que se distinguen por sus rasgos positivos, tales como el valor, la fuerza, la habi- lidad y el sentido de justicia"(31).

Después de los 11 años comienzan a interesarse - por los relatos realistas, técnicos y utópicos, así como - viajes de cosmonautas, viajes a la luna y utilización de energía atómica.

El infante se va a interesar por cualquier cosa siempre que ésta le diga o le prometa algo. El desarrollo del lenguaje más formal se da posteriormente. A pesar de - esto, la forma verbal tiene una eficacia desde antes.

Percepción: este acto es muy importante a esta - edad porque permite elaborar conocimientos exactos y dife- renciar a las cosas que lo rodean. Esta percepción se desa- rrolla cada vez más en el niño.

El pequeño logra descubrir a través de la percep- ción, que el mundo es un todo inmenso, por lo que para com- prenderlo es necesario resumirlo o sintetizarlo. Actitud -

(31) Ibid, p. 139.

creadora que se manifiesta a esta edad.

Memoria: según los autores Bronswick, Goldscheider y Pilek, a esta edad comienza la memoria a grabar los objetos que se van percibiendo.

Las leyes del desarrollo psíquico y emocional pueden ser alteradas en alto grado por las circunstancias temporales a que pueden estar sometidos los niños.

Pensamiento y formación: a esta edad su necesidad de explicación queda satisfecha cuando puede ligar los dos sucesos de una relación causal (causa-efecto) que son visibles, desde fuera y que a veces llama mucho la atención, a saber, el hecho de causa y el hecho de efecto.

A partir de estos procesos es cuando el niño comienza a formularse conceptos. Su pensamiento alcanza la coordinación eficaz para poder comprender los procesos que se generan a su alrededor.

Desarrollo del lenguaje: un reflejo del pensamiento que es alcanzado a esta edad, es su lenguaje tan desarrollado. A estas alturas los niños ya asisten regularmente a la escuela, por lo que es necesario se hagan entender cada vez más a través del lenguaje.

"Se tiene la vivencia del hombre de una cosa como si éste fuera una parte integrante, fija de la cosa misma, pero todavía no se tiene una vivencia del hombre como lo que éste es en realidad o sea, como una mera etiqueta,

que como toda etiqueta puede desprenderse o separarse de - la cosa a la que va unida" (32).

Con esto se entiende que el niño utiliza el lenguaje, pero aún no alcanza a comprender su funcionamiento, es decir, no distingue entre lo conotativo y denotativo de las palabras.

El niño tiene una visión general del lenguaje, - lo ve como un todo y no alcanza a comprender que está conformado por varios elementos.

La escuela ayuda al niño a que aprenda y entienda el lenguaje, lo que trae como consecuencia un enriquecimiento y refinamiento del mismo, y en sus primeros años es colares se notará un aumento considerable en su vocabulario. Además los factores del medio ambiente constituyen en una determinada manera a la formación del lenguaje.

Desarrollo social: la primera vivencia de la forma social en el niño es la familia y la forma secundaria - es la escuela, y a medida que va creciendo el niño va viviendo más en forma secundaria. A esta edad, les parece -- más interesante relacionarse con los niños de su misma - - edad que con su propia familia.

(32) Clauss, G.H., op. cit., p. 147.

1.3. Algunas características del análisis de contenido.

Según Ole R. Holsti, el análisis de contenido es un método de investigación de propósitos múltiples, el cual se ha desarrollado particularmente para investigar los problemas en los que el contenido de la comunicación, sirve para llegar a un determinado resultado.

La mayoría de las investigaciones que se realizan en el campo de las ciencias sociales depende de la realización cuidadosa de lecturas de materiales escritos. Ante esta situación, es importante distinguir, a lo largo del proceso de investigación, el análisis de contenido de cualquier lectura cuidadosa de documentos(33).

Las definiciones del análisis de contenido, han ido cambiando con el tiempo y a medida que se desarrolla la técnica de las diversas definiciones, se puede observar que existe una tendencia marcada a concebir el análisis de contenido como un instrumento básico que puede ser útil en varias disciplinas y para muchas clases de problemas de investigación. Además existe un amplio acuerdo en los requisitos de objetividad, sistematicidad y generalidad(34).

(33) Holsti R., "Una introducción al análisis de contenido", p. 2, En análisis de contenido.

(34) Idem, p. 3.

Para Holsti (35) el requisito de objetividad se cumple cuando en el proceso de investigación surge la necesidad de tomar decisiones a través del análisis. Estas decisiones son orientadas por un conjunto de reglas que disminuyen la subjetividad, aunque quizás no se elimine completamente la posibilidad de que los hallazgos reflejen -- las predisposiciones subjetivas del investigador en lugar del contenido de los documentos en análisis. Si otros analistas pueden llegar a conclusiones similares siguiendo -- procedimientos idénticos con los mismos datos, se estará verificando la objetividad de la investigación.

El análisis de contenido debe ser sistemático en el sentido de incluir y excluir contenidos o categorías, - de acuerdo a reglas aplicadas en forma consistente.

La generalización requiere que los descubrimientos tengan una importancia teórica. El análisis de contenido está relacionado con la comparación que sugiere la teoría sustentada por el investigador, puesto que un dato - - acerca del contenido de la comunicación es insignificante hasta que se relaciona por lo menos con otro dato.

Berelson (36) afirma que la cuantificación es de primordial importancia para esta técnica toda vez que aque

(35) Idem, p. 4.

(36) Berelson Bernal, "Análisis de contenido", p. 37. En análisis de contenido.

lla es el grado en que las categorías analíticas aparecen en el contenido; es el "énfasis y las omisiones relativas". La cuantificación no exige necesariamente, que se asignen valores numéricos a las categorías analíticas, sino sólo -- que algunas veces éstas pueden adoptar experiencias cuantitativas. Sin embargo las categorías siempre deben presentar un incremento o frecuencia es decir, "el análisis de -- contenido es una técnica cuyo objeto consiste en realizar inferencias con base en la identificación objetiva y sistemática, de características de los mensajes"(37).

Esta técnica resulta útil siempre y cuando el -- problema a investigar requiera de métodos precisos y replicables para analizar atributos específicos en los documentos. Los métodos objetivos y sistemáticos implícitos en el análisis de contenido son ventajosos como complementos, -- aunque es reconocible usar otros que puedan verificar o -- complementar los resultados del análisis de contenido.

(37) Holsti Ole R., apud Stone, op. cit., p. 15.

2. HIPOTESIS Y METODO.

La ciencia busca la sistematización, generalización e interpretación de los hechos a través de la comprobación de las hipótesis, por lo tanto, éstas buscan establecer relaciones significativas entre fenómenos o variables, apoyándose en el conjunto de conocimientos organizados y sistematizados(1).

La importancia de la hipótesis radica en el hecho de que reúne lo ya conocido con lo nuevo, con lo que se busca. Uno de los objetivos de esta investigación, es diseñar un procedimiento cuasi experimental, el instrumento de medición y el registro a utilizar para poder obtener un conjunto de conocimientos organizados y sistematizados.

El presente capítulo está integrado por dos subcapítulos: Hipótesis y Método. En el primero se presentan las premisas que sustentan a la hipótesis planteada en esta investigación. En el segundo subcapítulo, se hace una descripción del proceso que se siguió para el diseño del procedimiento cuasi experimental, el instrumento de medición y el registro utilizado.

La primera parte del subcapítulo referente al mé

(1) Rojas Soriano Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, p. 90.

todo contiene la especificación del procedimiento para realizar el análisis de contenido. Se describe a la muestra considerada y los motivos por los cuales se le escogió. -- Además se presenta la forma y características de los instrumentos utilizados y su procedimiento de aplicación, así como la explicación del tratamiento estadístico de los resultados. El último apartado consiste en los resultados y comentarios descriptivos.

En la segunda parte del segundo subcapítulo se hace referencia al procedimiento de identificación de la dependencia de las variables de atención y retención selectivas, con respecto de las variables de usos, funciones y gratificaciones. Esta parte está integrada por los siguientes apartados: descripción de la muestra, instrumentos utilizados para la realización de la investigación de campo, la explicación de la metodología que se utilizó para construir el cuestionario aplicado a la muestra elegida y por último se presenta la explicación del tratamiento estadístico utilizado para obtener el índice de correlación de las variables consideradas en esta investigación.

2.1. Hipótesis.

De lo expuesto en el capítulo anterior, nos han

quedado claras algunas cuestiones fundamentales que bien se pueden sustentar como hipótesis a comprobar en el siguiente capítulo, para ello se partirán de ciertas premisas:

- Los usos, funciones y gratificaciones son conceptos que se refieren a un mismo fenómeno y por lo tanto se pueden manejar como una misma variable, pero diferenciados entre si.

- La atención y memoria selectiva son conceptos que se refieren a un mismo fenómeno y por lo tanto se pueden manejar como una misma variable, pero diferenciados entre si.

- Si bien es cierto que los efectos de la comunicación masiva se objetivizan en la conducta de los perceptores, también es cierto que hay algunas clases de efectos que anteceden a la conducta como los que afectan las áreas emotivas, del saber, de las actitudes y opiniones y el de la psicología profunda, entre otras, y que en esta investigación se trabajarán como atención y memoria selectivas -- (una variable) y como los usos, funciones y gratificaciones (como otra variable), aunque de antemano se puede pre-sumir que no se objetiva el efecto; que la conducta está previamente determinada, por lo que el individuo recuerda gracias a la atención selectiva con la que se enfrenta a los mensajes.

Así pues, planteadas las premisas anteriores, se puede contrastar empíricamente la siguiente hipótesis: Son los usos, funciones y gratificaciones (como variable independiente) las que no tienen ninguna correlación con la memoria y atención selectivas (como variable dependiente), - en el caso de un X programa televisivo, en una X población, con X características sociales,

Es decir, lo que ciertos individuos recuerdan y seleccionan de un programa de televisión, no depende de -- los usos, funciones o gratificaciones que tengan los individuos con respecto al mismo programa, sino que se debe a otro tipo de variables.

Estamos seguras que plantear una hipótesis así, contradice muchos de los postulados teóricos aceptados como válidos, sin embargo, y confiadas en la revisión teórica que antecede a estas líneas creemos muy posible acertar, en la medida en que son los medios de comunicación masiva quienes refuerzan lo aprendido por el individuo en sus relaciones sociales y, luego entonces, el individuo recordará fundamentalmente gratificaciones, usos y funciones de un programa en el cual sólo se refuercen los roles, actitudes, opiniones, entre otros, aprendidos de un tipo de comunicación más importante para ellos.

2.2. Método.

2.2.1. Procedimiento del análisis de contenido.

El objetivo de este subcapítulo es describir el proceso de creación y aplicación del instrumento del análisis de contenido, para demostrar que se ha cumplido con los requisitos de objetividad, sistematicidad y generalidad.

Se ha establecido un plan de muestreo y un conjunto de operaciones para presentar cierto número de hechos, que no dependen sólo de la personalidad o del modo de ver de las autoras, sino que pueden ser puestos a prueba por cualquier investigador, de tal forma que se puede comprobar la objetividad de este trabajo.

La sistematicidad se puede constatar con el apartado donde se describe al instrumento de análisis de contenido, ya que se explica como se incluyeron y excluyeron las categorías.

En el apartado de los resultados, se presenta la relación entre las categorías, con sus gráficas y comentarios.

Las categorías empleadas recibieron ciertos valores, con el fin de proceder a la cuantificación en esta in

vestigación, es decir, la frecuencia con que se presentaron ciertos datos en la muestra analizada, determinó el porcentaje de éstos.

Este análisis de contenido sirve de complemento en la presente investigación, puesto que los resultados se utilizan para asignarles valores numéricos a las variables de funciones y gratificaciones empleadas en las encuestas; para poder correlacionar estas variables con la atención y retención selectivas.

2.2.1.1. Muestra de programas,

Para realizar el análisis de contenido de esta investigación, se consideró como muestra a diez programas de dibujos animados de la serie "Felinos Cósmicos". El análisis se realizó los días: 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 27 de abril y 1 de mayo de 1987, en el horario de 18:00 a 18:30 horas, por el canal 5 del D.F. de Televisa;

Este programa tiene gran popularidad, ya que sus personajes no sólo aparecen en la televisión, sino que también se encuentran en camisetas, estampas, calcomanías, muñecos y juguetes. Con motivo del día del niño estuvieron en las tiendas Aurrera y en un festival del día de la madre, además de hacer una temporada de presentaciones en --

"Astros".

Un indicador del gran auditoria de la serie "Felinos C6smicos", es el raiting que ha logrado obtener. Seg6n datos de la Direcci6n de Servicios de Informaci6n de Televisa, a la hora en que se transmite este programa, el canal 5 alcanz6 en la 6ltima semana de mayo los d6as martes 26, mi6rcoles 27 y jueves 28, el segundo lugar de mayor audiencia; el viernes 29 lleg6 al primer lugar. El promedio del raiting durante el mes de mayo fue de 16.3, con 239 entrevistas.

El canal 5, alrededor de las 18 horas, en el mes de junio, los d6as lunes 1, martes 2, mi6rcoles 3, permaneci6 en segundo lugar del raiting, antecedido por el canal 2. El viernes 5, baj6 al tercer sitio; se qued6 en segundo los d6as lunes 8 y martes 9, pero volvi6 a bajar al tercero el mi6rcoles 10; el jueves 11 obtuvo el mismo raiting que el canal 4, quedando los dos en segundo lugar. Los d6as mi6rcoles 24 y viernes 26, el canal 5 baj6 al tercero; los otros d6as del mes de junio permaneci6 en segundo sitio. El promedio de este mes fue de 14.7, con 257 entrevistas. (Ver tablas).

**"FELINOS COSMICOS".**
LUNES A VIERNES DE 18:00 A 18:30 HRS.

MES	DIA	HORA	CANAL 2	CANAL 4	CANAL 5	CANAL 7	CANAL 9	CANAL 13	TOTAL ENTREVISTAS
<u>1987.</u>									
<u>MAYO.</u>	Mar. 26	17:59	34.0	10.0	(11)22.0	2.0		2.0	(50)
	Mie. 27	18:04	29.8	10.5	(11)19.3	0.0		0.0	(57)
	Jue. 28	18:04	23.9	12.5	(12)13.6	0.0		0.0	(88)
	Vie. 29	17:55	23.2	8.9	(15)26.8	0.0		0.0	(56)
PROMEDIO MENSUAL					(239)16.3	(1464)			
<u>JUNIO.</u>	Lun. 1	18:05	26.5	6.8	(15)14.7	0.0		0.0	(102)
	Mar. 2	18:00	29.8	4.3	(07)14.9	0.0		0.0	(47)
	Mie. 3	18:02	26.0	9.0	(17)17.0	0.0		2.0	(100)
	Jue. 4		EN SU LUGAR PASO: FUTBOL CAMONATO DE LIGA.						
	Vie. 5	17:58	26.9	14.9	(06) 8.9	3.0		1.5	(67)
	Lun. 8	18:01	28.9	6.7	(16)17.7	0.0		0.0	(90)
	Mar. 9	17:58	27.0	12.7	(21)16.6	0.0		0.8	(126)
	Mie. 10	18:03	29.0	11.0	(09) 9.0	0.0		0.0	(100)



"FELINOS COSMICOS".
LUNES A VIERNES DE 18:00 A 18:30 HRS.

MES	DIA	HORA	CANAL 2	CANAL 4	CANAL 5	CANAL 7	CANAL 9	CANAL 13	TOTAL ENTREVISTAS
<u>1987.</u>									
<u>JUNIO.</u>	Jue. 11	18:02	28.4	15.8	(15)15.8	0.0		0.0	(95)
	Vie. 12	17:53	31.2	9.7	(10)10.7	0.0		0.0	(93)
	Lun. 15	18:00	36.4	5.4	(20)18.2	1.8		2.7	(110)
					136 14.4				
	Mar. 16	18:01	28.2	6.0	(28)23.9	0.8		2.6	(117)
	Mie. 17	18:03	32.4	5.9	(09)13.2	0.0		2.9	(68)
	Jue. 18	18:06	32.6	5.6	(09)10.1	0.0		0.0	(89)
	Vie. 19	17:59	37.0	9.0	(21)21.0	0.0		3.0	(100)
	Lun. 22	18:03	23.0	11.0	(12)12.0	0.0		0.0	(100)
	Mar. 23		EN SU LUGAR PASO: FUTBOL FINAL 2da. DIVISION.						
	Mie. 24	18:05	30.8	15.4	(13)11.1	0.0		0.0	(117)
	Jue. 25	18:09	35.5	7.5	(17)15.9	0.0		1.9	(107)
	Vie. 26	17:55	33.3	12.5	(12)10.0	0.0		0.8	(120)
PRONEDIO MENSUAL					(257)14.7	(1748)			

2.2.1.2 Instrumentos del análisis de contenido.

Con el fin de identificar los usos, funciones y gratificaciones que tienen los dibujos animados transmitidos por la televisión comercial en el canal 5 del D.F., se elaboró el instrumento con el cual se hizo el análisis de contenido, mismo que exigió la delimitación y definición de las categorías que sirvieron para señalar qué era lo -- que se iba a conocer.

Al establecerse lo que se iba a conocer, se procedió a la creación del formato: se tomaron en consideración las categorías delimitadas, la hora de transmisión, el canal, la fecha y el nombre del programa. Además, los personajes se clasificaron en principales y secundarios, especificando el nombre de cada uno de ellos.

Para verificar la efectividad del instrumento, tres observadores realizaron, por separado y el mismo día, el análisis de contenido del programa Tom y Jerry, Comparándose los resultados de este análisis con base en las diferencias, se obtuvo el porcentaje de no concordancia de criterios, el cual fue de 11.30%.

El porcentaje de no concordancia, se obtuvo contando las diferencias de las características éticas, de actitud y las acciones, que se presentaron entre los tres -- analistas; utilizando una regla de tres se obtuvo el por--

centaje de error en relación al total de características y acciones de cada personaje; con estos datos se sacó el promedio total, que dio como resultado 11.30%.

Se corrigieron algunos detalles del formato, discriminando las categorías que no eran de utilidad. En el transcurso del análisis se hicieron algunos ajustes, con respecto a la categoría de las características de los personajes, tomando en consideración las mismas para el aspecto ético y para el de actitud.

Las categorías que se tomaron en cuenta fueron:

a) Tema: asunto que se aborda y alrededor del cual se desarrolla la trama.

b) Argumento: (estructura del programa)

- Planteamiento: se explica qué es lo que ocurre y qué se planea hacer.

- Desarrollo: se presentan todos los acontecimientos para lograr lo planeado.

- Clímax: el momento en que parece que se va a lograr lo planeado, pero por un elemento extraño, la trama se voltea.

- Desenlace: panorama después de los acontecimientos.

c) Características de los personajes:

- Físicas: estatura, color y complexión,

- Actitudes: son las opiniones que manifiestan -

los personajes en el desarrollo del programa.

- Éticas: son las normas que rigen a los personajes dentro de su sociedad.

d) Acciones: son las actividades que realizan los personajes en el transcurso del programa.

e) Personajes:

- Principales: los que salen o son nombrados en todos los programas.

- Secundarios: los que salen en algunos programas.

- Incidentales: los que se presentan en un solo programa.

Las características y acciones de los personajes que aparecen en el instrumento, se enlistaron en primera instancia a partir de contenidos previos, planteados en los análisis de contenido realizados sobre dibujos animados que se transmitieron por el mismo canal 5, en fechas anteriores a la aplicación de nuestro estudio, (Fernández Rodríguez y Vieyra Abdala 1984; Rodríguez Aguilar y Salgado Escobar 1986). Además esta lista se verificó con las personas que realizaron el análisis de contenido del programa Tom y Jerry*.

* También se verificó con la forma de análisis de Lucero Lozano, Esta elección se debió fundamentalmente a que son métodos de análisis que los niños aprenden a realizar a edades tempranas, Confróntese con textos de español de quinto y sexto año de primaria.

Las correcciones que a continuación se mencionan, surgieron en el desarrollo de la elaboración y aplicación del instrumento para el análisis de contenido:

a) Se quitaron las características físicas porque los personajes no representan a los humanos, sino son "animales" con características humanas.

b) Se aumentó el grupo de los personajes incidentales en la clasificación, ya que se observó que algunos personajes tenían importancia, pero sólo salían en un programa y no se les volvía a mencionar.

c) Se ajustaron las características éticas y de actitud de los personajes, puesto que algunas se repetían y no aportaban alguna novedad al análisis, por lo tanto, se creó una sola lista para los dos tipos de características, ordenándolas por parejas de antónimos. (Ver anexo 1)

2.2.1.3. Procedimiento de aplicación de los instrumentos para el análisis de contenido.

Para la realización del análisis de contenido, se hizo un cuadro para cada uno de los programas de la muestra. Los resultados de estos cuadros se vaciaron en una tabla de concentración, resaltando los porcentajes más altos de cada una de las categorías,

Con el fin de cuantificar el tema y los aspectos del argumento, fue necesario hacer generalidades de los -- diez programas analizados.

Con respecto a los personajes, se observó que en tre los considerados como secundarios, algunos tenían im-- portancia cuando aparecían, pero sólo lo hacían en un pro-- grama y en el resto de los programas analizados no se les volvía a mencionar, por lo que se agregaron a la clasifica ción de los personajes incidentales.

2.2.1.4. Tratamiento estadístico de los resulta-- dos del análisis de contenido.

Para la tabla de concentración, se dió la fre-- cuencia y el porcentaje de cada una de las características y acciones de los personajes, El porcentaje se basó en el número de apariciones de los personajes.

Para obtener el intervalo de la variación del -- instrumento de análisis de contenido en las característi-- cas y acciones que los personajes presentaron con mayor -- frecuencia se utilizó una regla de tres con la cual se re-- lacionaba el porcentaje de características y acciones de -- los personajes, multiplicado por el porcentaje total de no concordancia (11.30) entre el 100%, el resultado se sumó y

restó al porcentaje de características y acciones de los personajes.

Las características y acciones más sobresalientes de los personajes incidentales se obtuvieron sumando las de cada personaje, para tener un solo resultado de cada una de las características y acciones. Se tuvo que hacer este procedimiento porque este tipo de personajes aparecieron una sola vez en los días analizados y los porcentajes dependían del número de apariciones, por lo que todas las características y acciones que presentaban tenían un porcentaje del 100% y no podíamos saber cuáles eran las más sobresalientes.

2.2.1.5. Resultados y comentarios descriptivos - del análisis de contenido.

Los resultados se presentan en una tabla de concentración con el tratamiento estadístico antes mencionado, así como una serie de comentarios descriptivos de la tabla de concentración.

CUADRO DE CONCENTRACION DE ANALISIS DE CONTENIDO		
TEMA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1) Atacar a los Felinos Cósmicos.	5	50%
2) Piden ayuda a los Felinos Cósmicos.	2	20%
3) Los Felinos Cósmicos auxilian a los que están en peligro.	2	20%
4) Competencia entre los Felinos Cósmicos..	1	10%
ARGUMENTO		
PLANTEAMIENTO		
1) Planean destruir a los Felinos Cósmicos.	4	40%
2) Piden ayuda a los Felinos Cósmicos.	1	10%
3) Se presenta una situación fuera de lo normal	5	50%
DESARROLLO		
1) Leono se entera de lo que sucede y ayuda.	6	60%
2) Son atacados los Felinos Cósmicos.	2	20%
3) Alguno de los Felinos Cósmicos se entera de lo que ocurre y va al rescate.	1	10%
4) Descripción de la competencia.	1	10%
CLIMAX		
1) Enfrentamiento de Leono.	7	70%
2) Los Felinos Cósmicos están en peligro.	2	20%
3) Leono no se da por vencido en la competencia.	1	10%
DESENLACE		
1) Terminan con el peligro.	9	90%
2) Leono logra su objetivo personal.	1	10%
TOTAL DE PROGRAMAS ANALIZADOS 10.		

F	TIPOS DE PERSONAJES	PRINCIPALES																															
	PERSONAJES	LEONO				FELINO				FELINA				TIGRO				PANTRO				CHITARA				ASHAR							
		MAGNITUD DE MEDIDA	FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%				
TIPO DE CARACTERISTICA	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	
CARACTERISTICAS	1) Ignorancia	10	10	100	100	6	6	57,7	57,7	5	6	71,4	55,7	8	8	88,8	88,8	8	8	80	80	8	8	80	80	8	8	80	80	4	5	40	50
	2) Pacifico																													2		70	
	3) Envidio																																
	4) Compartido																																
	5) Feliz	6	5	60	50	3	4	42,8	57,1	4	4	57,1	57,1	5	5	55,5	55,5	6	6	60	60	6	6	60	60	6	6	60	60	6	6	60	60
	6) Infeliz																																
	7) Avercielo																																
	8) Generosidad	3	10	30	100	2	2	28,5	100	2	2	28,5	100	2	2	22,2	100	2	2	20	90	2	2	20	90	3	10	30	100				
	9) Coherde	2		20		2		28,5		2		28,5						3		30		3		30		5	3	50	30				
	10) Vallante	10	10	100	100	7	7	100	100	7	7	100	100	8	8	88,8	88,8	9	9	90	90	9	9	90	90	5	5	50	50				
	11) Odisa			40		1		14,2		1		14,2		4		44,4		5		50		4		40		6	6	60	60				
	12) Amistad	4																															
	13) Alague	6		60		6		57,1		4		57,1		6		66,6		7		70		5		50		4		40					
	14) Defensa	7		70		4		52,1		4		52,1		7		77,7		10		100		5		50		4		40					
	15) Credibilidad	8	5	80	50	3	1	42,5	14,2	3	1	42,5	14,2	3	1	33,3	11,1	3	1	30	10	3	1	30	10	5	3	50	30				
	16) Incredulidad																																
	17) Inteligente	7	7	70	70	2	3	28,5	42,8	2	3	28,5	42,8	2	3	22,2	33,3	2	3	20	30	2	3	20	30	1	2	10	20				
	18) Torpe	2		20		1		14,2		1		14,2		2		22,2		2		20		2		20		2		20					
OYOS	1) Rubor																																
	2) Pelear	10		100		5		71,4		5		71,4		0		100		7		70		8		80		2		20					
	3) Huir	2		20		3		42,8		2		20		1		11,1		3		30		4		40		6		60					
	4) Atacar	6		60		4		57,1		4		57,1		6		66,6		7		70		5		50		1		10					
	5) Gritar	5		50		1		14,2																									
	6) Defender	8		80		3		42,8		3		42,8		6		66,6		6		60		7		70		3		30					
CUCARACHAS	7) Llorar																																
	8) Reir	2		20		1		14,2		3		42,8		2		22,2		1		10		2		20		1		10					
	9) Burlarse																																
	10) Borrar																																
	11) Flanquear	6		60		4		57,1		4		44,4		4		44,4		5		50		5		50		3		30					
	12) Comer																																
TOTAL	13) Jugarse					1		14,2		1		14,2																					
	14) Pasarse					3		42,8		2		42,8																					
	15) Desplazarse	10		100		10		100		10		100		8		88,8		8		80		9		90		9		90					
	Total de programas en los que aparecen los personajes.	10				7				7				9				10				10											

	TIPOS DE PERSONAJES	SECUNDARIOS																	
		PERSONAJES		MUNDA				REPTILIO				MUTANTES				LLAGA			
		MAGNITUD DE MEDIDA		FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%		FRECUENCIA		%	
TIPO DE CARACTERISTICA	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	
	1) Agradación	2	5	60	100	2	2	100	100	2	2	66.6	66.6						
	2) Perfidio																		
	3) Envidia		3		60	1		50		1	2	33.3	66.6					100	100
	4) Compartido																		
	5) Feliz	2	1	40	20					1	1	33.3	33.3						
	6) Infeliz		1		20		1		50		1		33.3						
	7) Avaricia	2	3	40	60		1		50	1	2		66.6						
	8) Generosidad														3	3	100	100	
	9) Cohejido	2		40															
	10) Valiente										1		33.3						
	11) Odio	5	5	100	100	2	2	100	100	3	3	100	33.3						
	12) Amistad														1			33.3	
	13) Ataque	2	5	40	100	2	2	100	100	2			66.6						
	14) Defensa																		
	15) Credibilidad	1		20															
	16) Incredulidad	1	1	20	20	1	1	50	50										
	17) Inteligente		1		20														
	18) Torpe						1	50			1		33.3						
	19) Rugar						1	50		1			33						
	20) Pelear	2		40			1	20		1			33						
	21) Huir	3		60		2		100		1			33						
	22) Atacar	3		60		2		100		2			66.6						
	23) Gritar	4		80															
	24) Defender																		
	25) Llorar																		
	26) Reír	2		60						1			33.3						
	27) Burlarse	4		80									33.3						
	28) Dormir																		
	29) Platificar	5		100		2		100		1			33.3		3			100	
	30) Comer										1		33.3						
	31) Jugal																		
	32) Pensar																		
	33) Desplazarse																		
	Total de programas en los que aparecen los personajes.			5				2					2					3	

TIPOS DE PERSONAJES		INCIDENTALES																	
PERSONAJES		CLAUDUS				PASTORA				CUBERBHI				MANDORA					
MAGNITUD DE MEDIDA		FRECUENCIA		I		FRECUENCIA		I		FRECUENCIA		I		FRECUENCIA		I			
TIPO DE CARACTERISTICA		A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E		
N U M U M U U U U U U U U U U U U U U	1) Agresión																		
	2) Pacífico	1	1	100	100	1	1	100	100			1	1	100	100	1	1	100	100
	3) Envidia																		
	4) Competido																		
	5) Feliz	1	1	100	100														
	6) Infeliz																		
	7) Avaricia																		
	8) Generosidad	1	1	100	100	1	1	100	100			1	1	100	100	1	1	100	100
	9) Cobarde																		
	10) Valiente																		
	11) Odioso																		
	12) Amalado										1		100		1	1	100	100	
	13) Alegre														1	1	100	100	
	14) Defenso														1	1	100	100	
	15) Sincibilidad	1	1	100	100	1	1	100	100						1	1	100	100	
	16) Incredulidad																		
	17) Inteligente																		
	18) Torpe																		
N U M U U U U U U U U	1) Robar																		
	2) Pelear															1		100	
	3) Huir																		
	4) Atacar															1		100	
	5) Critar																		
	6) Defender															1		100	
	7) Llorar																		
	8) Reír																		
	9) Burlarse																		
	10) Dormir																		
	11) Platicar	1		100		1		100		1		100		1		100		100	
12) Comer																			
13) Jugar																			
14) Paapar																			
15) Desplazarse.					1		100												
Total de programas en los que aparecen los personajes				1				1				1						1	

	TIPOS DE PERSONAJES	INCIDENTALES																		
		PERSONAJES		HARPER		SAFARI JOH		ROBOT/TREN		HANDRILIO										
		MAGNITUD DE MEDIDA		FRECUENCIA		X		FRECUENCIA		X		FRECUENCIA		FRECUENCIA		X				
TIPO DE CARACTERISTICA		A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E	A	E					
C A R A C T E R I S T I C A S	1) Atresia		1		100	1	1	100	100				1		100	1	1	100	100	
	2) Pacifista												1		100					
	3) Invidia																			
	4) Despartido																			
	5) Feliz						1		100											
	6) Infeliz																			
	7) Asustica						1		100											
	8) Generosidad												1		100					
	9) Cobarde						1	1	100	100				1		100				
	10) Valiente																			
	11) Odioso														1		1	100	100	
	12) Amigad																			
	13) Ataque		1		100		1		100						1		1	100	100	
	14) Defensa																			
15) Credibilidad		1		100		1	1	100	100											
16) Incredulidad																				
17) Inteligente																				
18) Torpe																				
A C T O R I A S	1) Robar																			
	2) Pelear						1		100						1			100		
	3) Bailar																			
	4) Atacar						1		100						1			100		
	5) Gritar																		100	
	6) Defender																			
	7) Llorar																			
	8) Bailar																			
	9) Burlarse								1		100									
	10) Durmir																			
A C T O R I A S	1) Platicar		1		100		1		100		1		100		1			100		
	2) Comer																			
	3) Jugar																			
	4) Pasear																			
5) Desplazarse.						1		100												
Total de programas en los que aparecen los personajes			1				1				1				1					

El tema: "atacar a los Felinos C6smicos", fue el que obtuvo mayor porcentaje con respecto a otros temas tratados. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varfa de un 44.3 a un 55.6%.

En cuanto al argumento, que incluye:

El planteamiento: "una situaci6n fuera de lo normal", fue el que obtuvo un mayor porcentaje con respecto a otros planteamientos tratados. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varfa de un 44.3 a un 55.6%.

El desarrollo: "Leono se entera de lo que sucede y ayuda a resolver el problema", fue el que obtuvo un mayor porcentaje con respecto a otros desarrollos tratados. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varfa de un 53.2 a un 66.7%.

El clmax: "el enfrentamiento de Leono", fue el que obtuvo un mayor porcentaje con respecto a otros temas tratados. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varfa de un 62 a un 77.9%.

El desenlace: "terminan con el peligro", fue el que obtuvo un mayor porcentaje con respecto a otros desenlaces tratados. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varfa de un 89.8 a un 100%.

Se puede observar que en el tema y el plantea---

miento no se presentó una gran concentración en un solo as pecto; sin embargo, el desenlace es casi el mismo en los diez programas que se analizaron, por lo que la diferencia entre uno y otro programa se encuentra en el planteamiento y el desarrollo. El clímax también tiene una frecuencia -- considerable con respecto al: "enfrentamiento de Leono".

a) Personajes principales,

Leono.- Las características éticas y de actitud "agresión" y "valiente" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia -- del instrumento, el resultado varía de un 88.7% a un 100%.

Las acciones, "pelear" y "desplazarse", fueron -- las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado -- varía de un 88.7% a un 100%.

Las características éticas y de actitud con ma-- yor frecuencia, tienen relación con las acciones de mayor frecuencia (pelear, defender y atacar, con agresión y va-- liente). Las acciones que no cumplen con esta corresponden-- cia pero que se presentan frecuentemente (desplazarse y ha-- blar), son indispensables para que se pueda llevar a cabo la trama del programa.

Felina y Felino.- Estos personajes caracterizan a unos niños; sus porcentajes de características éticas, --

de actitud y sus acciones son los mismos.

La característica ética y de actitud con mayor frecuencia fue "valiente". De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 88.7% a un 100%.

Las acciones "pelear" y "desplazarse", fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 63.3% a un 79.4% y de un 88.7 a un 100% respectivamente.

Tigro.- La característica ética de "generosidad", fue la que obtuvo un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 88.7% a un 100%.

Las características éticas y de actitud "agresión" y "valiente", fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 78.1% a un 97.9%.

Las acciones "pelear" y "desplazarse", fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 88.7% a un 100% y de un 78.8% a un 98.8%.

Pantro.- Las características éticas y de actitud "valiente" y "agresión", fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia

cia del instrumento, el resultado varía de un 89,8% a un 100% y de un 70,9% a un 89% respectivamente.

La acción "pelear", fue la que obtuvo un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 89,8% a un 100%.

Chitara.- Las características éticas y de actitud "valiente" y "agresión", fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 89,8% a un 100% y de un 70,9% a un 89% respectivamente.

Las acciones "desplazarse", "pelear" y "defender" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 89,8% a un 100%, de un 70,9% a un 89% y de un 62% a un 77,9% respectivamente.

Asnar.- Este personaje es la mascota de los Felinos Cósmicos; sus características de actitud y éticas "amistad" y "felicidad" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 53,2% a un 66,6%.

Las acciones "desplazarse", "platicar" y "huir" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 89,8% a un 100%, 44,3% a un 55,65% y de un 35,4% a un 44,5% respectivamente.

Las características de "valiente" y "agresión" - se presentaron en todos los personajes principales con uno de los porcentajes más altos y tuvieron el mismo porcentaje en lo ético y en la actitud.

La generosidad es sobresaliente en el aspecto -- ético, contrastando con la actitud que se presentó con los índices más bajos.

Existen algunas diferencias entre estos personajes con respecto a las características más sobresalientes, sobre todo con Felina, Felino y Asnar, pero las características de valiente y agresión, fueron una constante en todos los personajes principales.

Ninguno presentó características de actitud y -- éticas como pacífico, envidia, compartido, infeliz, avaricia e incredulidad; ni acciones como robar, llorar, burlarse, dormir o comer. Los niños (Felina y Felino) son los -- únicos que juegan y pasean.

Las acciones que generalmente realizaron fueron las de pelear (con el mayor porcentaje) y desplazarse.

b) Personajes Secundarios.

Munra.- Las características éticas y de actitud "agresión" y "odio", fueron las que obtuvieron un mayor -- porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia -- del instrumento, el resultado varía de un 88,7% a un 100%.

Las acciones "platicar", "burlarse" y "gritar",

fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía en la primera de un 88.7% a un 100% y en las acciones restantes de un 70.9% a un 89%.

Reptilio.- Las características éticas y de actitud "agresión", "odio" y "ataque" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 88.7% a un 100%.

Las acciones "huir", "atacar" y "platicar" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 88.7% a un 100%.

Mutantes.- Las características éticas "envidia", "odio" y "avaricia" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía en la primera de un 88.7% a un 100% y en las dos últimas de un 59.1% a un 74.1%.

Las características éticas y de actitud "agresión" y "ataque" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 58.1% a un 74.1%, pero la característica de ataque presentó una variación en el aspecto de actitud.

La acción "atacar" fue la que obtuvo un porcentaje

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

mayor con respecto a otras acciones tratadas. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 59.1% a un 74.1%.

Llaga.- Es el personaje que da consejos a Leono cuando éste está en problemas. Las características éticas y de actitud "pacífico" y "generosidad", fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 88.7% a un 100%.

La acción "platicar" fue la que obtuvo un mayor porcentaje con respecto a otras acciones tratadas. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 88.7% a un 100%.

A excepción de Llaga, todos los personajes secundarios tienen como característica sobresaliente la agresión y el odio, esta última tiene una correspondencia en la actitud y lo ético en los personajes de Munra y Reptilio.

Entre estos personajes secundarios, no se dieron las características de compartido, valiente y defensa.

Las acciones más frecuentes son las de platicar y atacar.

c) Personajes Incidentales,

Como los porcentajes se obtuvieron de acuerdo al número de apariciones durante los diez programas analiza--

dos, los personajes incidentales presentaron en sus características y acciones una variación que va de un 88.7% a un 100%. Generalmente se dio una igualdad en el porcentaje de sus características éticas y de actitud.

Las características "agresión" y "ataque" fueron las que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 61% a un 76.4%.

Las acciones "platicar" y "atacar" fueron las -- que obtuvieron un mayor porcentaje. De acuerdo al porcentaje de no concordancia del instrumento, el resultado varía de un 77.7% a un 97.3% y de un 49.9% a un 62.5% respectivamente.

La característica que se presentó constantemente en todos los tipos de personajes es la agresión, también sobresalen atacar y defender. Estas tres características -- están relacionadas con la acción de pelear, la cual tiene un porcentaje bastante alto. Los únicos personajes que no presentaron este panorama son Llaga, Claudus y Pastora.

Las características que nunca se presentaron en los personajes principales aparecen en los personajes secundarios y viceversa.

De las acciones que nunca realizaron los personajes, están la de llorar y dormir. En cambio platicar y desplazarse, fueron las más comunes.

2.2.2. Procedimiento de identificación de la independencia de las variables de atención y retención selectivas con respecto de -- las variables de usos, funciones y gratificaciones.

La creación de este subcapítulo tiene como objetivo describir el proceso realizado para diseñar el instrumento de medición y el registro empleados para poder conocer los usos, funciones y gratificaciones como variables de la atención y retención selectivas, del programa de dibujos animados "Felinos Cósmicos". Esta descripción persigue la finalidad de explicar el origen de los resultados a los que han llegado las autoras de esta investigación; lo que se entiende por muestra, instrumentos, metodología y tratamiento estadístico.

2.2.2.1. Muestra.

La muestra de esta investigación fue de 150 encuestas, distribuidas de la siguiente manera:

- a) 50 cuestionarios para el municipio de Atizapán de Zaragoza.
- b) 50 cuestionarios para el municipio de Naucal-

pan de Juárez,

- c) 50 cuestionarios para el municipio de Tlalnepantla de Baz.

Los niños considerados como representativos para la muestra, deberían cubrir los siguientes requisitos: tener entre 9 y 12 años de edad, vivir en los municipios antes mencionados y haber visto el programa de los Felinos - Cósmicos en la última quincena de abril de 1987.

Se eligieron los municipios de Atizapán de Zaragoza, Naucalpan de Juárez y Tlalnepantla de Baz por ser -- los municipios de influencia de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán y porque según el almanaque - del Estado de México 1983 (2), son los que cuentan con mayor población y con una actividad industrial importante, - en comparación con el resto de los municipios que integran el Estado de México.

La etapa de los 9 a los 12 años de edad fue un - requisito de entrada para poder aplicar la encuesta, ya -- que es en esta fase en la que el infante va consolidando - sus roles dentro de la sociedad. Además, por experiencias anteriores de las autoras, es más difícil encuestar a niños más pequeños.

Según Hansen(3), en esta fase el niño alcanza el

(2) Almanaque del Estado de México 1983, p.p. 196, 288 y 382

(3) Clauss G. y Hiebsch H., Psicología del niño escolar, p. 83.

desarrollo característico y típicamente infantil. Desde -- los puntos de vista físico, psíquico y espiritual, se complementa la personalidad infantil en esta parte del desarrollo.

Busemann(4), afirma que en esta etapa muchos niños atraviesan por un corto período de desajuste o excitación, ya que se observan lapsos de exagerada inestabilidad y excitabilidad, acentuada siempre que el niño se encuentra frente a una nueva etapa de su vida. En esta fase el niño tiene la vivencia de encontrarse con su futuro próximo; comienza a imitar las formas de rendimiento y de conducta típica de ella. De esta manera, en ocasiones tiene contradicciones con el medio.

G. Clauss y H. Hiebsch(5), dicen que el niño de esta edad presenta la característica de la aceptación no crítica de las cosas o los fenómenos, pero a medida que va creciendo, va obteniendo una actitud más crítica. Además, se observan cambios significativos en la vida social del niño, su capacidad social va aumentando sobre todo para integrarse en grupos, por lo que se observa una tendencia a vivir en armonía con los demás.

La población de los niños que tienen una edad entre los 9 y 12 años y viven en los municipios antes mencio-

(4) Ibid., p. 84.

(5) Ibid., p. 86.

nados, es de aproximadamente 232,555 (6), por lo que hay un grado de significación de la muestra de: .16%.

2.2.2.2. Instrumentos.

Para identificar los usos, funciones y gratificaciones que tienen y proponen los Felinos Cósmicos, como variables para la atención y retención selectivas de niños de 9 a 12 años de edad que viven en los municipios de Nautcalpan de Juárez, Atizapán de Zaragoza y Tlalnepantla de Baz, se elaboró un cuestionario para el cual fue necesario delimitar y definir las categorías de los conceptos de usos, funciones, gratificaciones, atención y retención selectivas.

Se hizo un cuadro por concepto, en donde se especificaron las categorías con su definición y los índices necesarios para deducir analíticamente los reactivos de cada pregunta del cuestionario.

Las categorías para cada concepto fueron las siguientes:

(6) apud Almanaque del Estado de México 1983.

USOS (7):

- 1) Tiempo de exposición: el tiempo que los sujetos ven -- los dibujos animados por semana.
- 2) Día de exposición: los días en que ven los dibujos animados y los días en que los - ven más.
- 3) Ubicación de la expo-
sición:
 - a) Habitación en donde ven los - dibujos animados.
 - b) Posición para ver los dibujos animados.
 - c) Muebles que utilizan.
 - d) Distancia a la que se colocan los niños con respecto al apa-
rato de televisión.
- 4) Compañía durante la
exposición:
 - a) Número de personas con que--
nes ven los dibujos animados.
 - b) Relación o parentesco con las
personas que los acompañan cuan-
do ven los dibujos animados.
- 5) Acciones durante la -
exposición: Actividades que realizan los ni-
ños regularmente, cuando están -
viendo los dibujos animados,

(7) Moreno Velázquez Ivonne, La audiencia mexicana de televisión: Estudio descriptivo de variables..., pp. 183-189.

GRATIFICACIONES (8)

1) Estímulos emocionales
para compensar priva-
ciones propias:

se busca una nueva información -
que ayude al receptor a un acer-
camiento con lo que se declara -
en el mensaje y se rechaza lo --
que no concuerda con las expe- -
riencias positivas.

2) Identificación con --
los personajes:

se refiere a la empatía de un re-
ceptor con un personaje de las -
narraciones a través de una reac-
ción psicológica,

3) Motivaciones;

es el motor que impulsa al ser -
humano para realizar determina--
actividades que lo conducen a un
fin o a una meta.

4) Satisfactores para -
las necesidades de -
relación interperso-
nal:

las relaciones interpersonales -
son predominantemente conflicti-

(8) Ibid., pp. 146-155.

vas, por lo que constituyen principales fuentes de conflicto; -- las conductas de otros que recaen sobre el individuo y las dificultades inevitables que esto acarrea.

Cuando las relaciones son armónicas tienen como base el apoyo.

FUNCIONES (9)

1) Vigilancia del am-

biente (informativo):

reunir y distribuir la información a la sociedad sobre acontecimientos externos e internos.

2) Concordancia de las

diferentes partes -

de la sociedad en -

respuesta al ambien

te (actividad edito

rial):

contribución para que la sociedad responda a su ambiente, al interpretar acontecimientos del medio y prescribir conductas convenientes como reacción a esos -

(9) Blake H. Reed & Haroldsen O Edwin, Una taxonomía de los conceptos de la comunicación, pp. 87-104.

acontecimientos,

3) Transmisión de la herencia social (educacional):

comunica información, valores, normas sociales de una generación a otra; de los miembros de una sociedad o grupo, a los recién llegados.

4) Entretenimientos:

actos que persiguen la distracción.

5) Con respecto a la norma social (moralización):

revela al público las derivaciones de las pautas grupales, costumbres y leyes.

6) Otorgamiento del status:

las personas adquieren importancia, porque se cree que si se es realmente importante, uno atrae la atención de los medios masivos, y se esto ocurre entonces debe ser realmente importante.

7) Complementación:

acción recíproca de refuerzo entre los medios masivos y otras fuentes de información.

8) Canalización: capacidad de los medios masivos para encauzar las pautas de conducta o actividades de un individuo.

ATENCION SELECTIVA (10)

- 1) Ingreso de datos sensoriales: es el contacto a través de los sentidos del individuo con el medio ambiente.
- 2) Clasificación de datos: los datos son clasificados dentro de categorías reconocibles de experiencias.
- 3) Asignación de significado: diferencias individuales, los seres humanos formados en circunstancias sumamente distintas, quedan expuestos a puntos de vista diferentes.
- 4) Interpretación del mensaje: decisión respecto a cuál configuración de las experiencias se corresponde mejor en el símbolo significativo.

(10) De Fleur Melvin y Ball-Rokeach S., Teoría de la comunicación de masas, p. 181.

RETENCION SELECTIVA (11)

- 1) Señal fisiológica: la señal física recibida por el ojo.
- 2) Memoria: es un gran "banco de datos", donde se depositan las experiencias.
- 3) Recuerdo ~~selectivo~~: base en la cual las señales dinámicas operan bajo influencias -- psicotrópicas selectivas en la bioquímica del cerebro.

Las categorías sirvieron para señalar qué era lo que se iba a conocer de cada uno de los conceptos, mientras que los índices nos ayudaron a responder la interrogante de cómo se mediría la categoría.

Al establecerse lo que se iba a conocer y cómo se mediría, el paso siguiente fue, ¿cómo se preguntaría a la muestra?. Para ello se formuló un reactivo por índice, el cual sirvió para conocer la opinión que la muestra tiene acerca del tema.

Todas las preguntas formuladas para el cuestionario fueron cerradas, es decir, se le dieron al niño las opciones de respuesta. Las opciones para los conceptos de gratificaciones y funciones se obtuvieron del análisis de contenido que se realizó en la última quincena de abril*,

(11) Ibid., p. 172.

* Véase el subcapítulo de procedimiento de análisis de contenido.

Una opción importante fue el "no recuerdo", pues to que medía la categoría de la clasificación de datos en los reactivos de usos, funciones y gratificaciones, ya que partimos del principio de que se recuerda lo atendido.

La memoria se midió con el índice de percepción espacial y memoria inmediata. Para lograrlo, se utilizó un test consistente en presentar al niño cinco láminas, una - por una, durante diez segundos cada una y conforme se les iban mostrando el niño tenía que dibujar en los cuadros -- que habían en el cuestionario.

Este test tiene una fiabilidad de 0.95 y consta de seis láminas, pero en esta investigación se utilizaron sólo cinco por ser la sexta la más difícil. Es un test de Benton de retención visual, extraído del libro Tests Psicológicos, de Anne Anastasi (12).

Para controlar las variables de las características de la muestra, además de la edad y el lugar de residencia, se clasificó a los niños por la escala demográfica, - utilizando las tablas de valoración para la escala demográfica de Robert L. Havinghurst (13). De tal manera que nuestra muestra quedó dividida en tres clases: alta, media y - baja. Estas tablas toman en consideración únicamente el nivel de escolaridad y la ocupación del padre o de la madre

(12) Anastasi Anne, Tests psicológicos, pp. 312-313,

(13) Tyler Leona E., Psicología de las diferencias humanas, capítulo 13.

del niño.

Según Leona E. Tyler(14), por estudios realizados en Estados Unidos e Inglaterra, los investigadores han constatado la existencia de diferencias en las puntuaciones de los tests, en función del nivel profesional. El factor determinante de las diferencias no es el tipo de actitud, sino más bien el nivel general de aptitud. La profesión es por sí misma un índice razonablemente válido para calcular la posición social de una persona.

Los resultados, del estudio realizado en la comunidad de Midwest (Havighurst 1945), mostraban que las diferencias analizadas de las variables de sexo, procedencia (ciudad-campo) y clase social, eran más discriminativas en esta última.

En el estudio de River City (Havighurst y colaboradores 1962), se obtuvo una relación elevada entre nivel de inteligencia y de status social. La correlación fue de 0,34 para varones y 0,28 para mujeres.

Los resultados son semejantes cuando se agrupan a los niños según la clase de profesión ejercida por sus padres, las diferencias del nivel intelectual entre los distintos grupos, son sobresalientes.

Los conceptos de escolaridad, ocupación, retención selectiva, atención selectiva, usos, gratificaciones y funciones se concentraron en una tabla de especificacio-

(14) Ibid., pp. 333-337.

nes, junto con sus categorías, índices y reactivos, organizados en clasificación decimal. El cuestionario piloto se conformó a partir de esta tabla.

Se realizó un cuadro donde se estableció la relación de los reactivos de índice y los reactivos de cuestionario, el cual sirvió como antecedente a la aplicación del cuestionario para no perder los índices de referencia.

El cuestionario fue de 46 preguntas, 10 eran --- reactivos de cuestionario; sirvieron para ambientar a la muestra investigada en el tema que se abordaría, y 36 de operación, extraídos de los índices establecidos para nuestro estudio.

Fue necesario "arborear"*, para que los reactivos de cuestionario quedaran relacionados con los reactivos de operación y para hacer los pases por reactivos de cuestionario.

La validez del cuestionario está basada en la validez por convalidación lógica, de acuerdo a la del instrumento de análisis de contenido de los dibujos animados, cuyo rango de error es de 11.30% y para cada porcentaje se especifican los rangos**.

* Diagramación de flujo.

** Para verificar la validez del instrumento de análisis de contenido, véase el proceso metodológico de elaboración del mismo instrumento en el subcapítulo inmediato anterior.

William J. Goode(15), describe la convalidación lógica como el análisis teórico o de "sentido común" que llega a la conclusión de que siendo los puntos o partidas de la lista los que son, la naturaleza del continuo no puede ser otra que lo que se ha afirmado que era. La convalidación lógica se emplea casi siempre, debido a que dimana automáticamente de la definición precisa del continuo y de la selección de los casos en él comprendidos.

La confiabilidad del instrumento fue medida por la regla de la prueba de la prueba, en la cual la escala se aplica dos veces a una misma población y se comparan los resultados obtenidos. Una manera de hacer esta comparación es a través de procedimientos estadísticos, para lo cual regularmente se utiliza alguna forma de correlación. Tiene que exigirse un alto nivel de asociación para que pueda darse por sentado la confiabilidad(16).

Se aplicaron quince encuestas piloto para cuyo análisis de resultados se sacó la frecuencia, el porcentaje y el índice de correlación de la retención selectiva y los reactivos de los conceptos de usos, funciones y gratificaciones.

En este caso de piloteo no se pudo medir la aten

(15) Goode William J. y Hatt Paul K., Métodos de investigación social, p. 289.

(16) Ibid., p. 289.

ción selectiva, porque no se presentó ningún cuestionario en el cual se hubiera respondido con la opción "no recuerdo".

Las modificaciones que se hicieron al cuestionario fueron las siguientes:

a) Se quitaron del cuestionario las preguntas -- ¿Tienes alguna enfermedad en los ojos o en los oídos? y -- ¿Cuál?, porque se observó que las enfermedades que contestaban los niños no tenían relación con la memoria inmediata.

b) Se dejó fuera la pregunta ¿Cuántas horas ves los Felinos Cósmicos a la semana?, como los niños no la -- comprendían no arrojaban datos reales, ya que no había concordancia con el reactivo: Ponle una "x" al día o días que ves los Felinos Cósmicos.

c) De las opciones de algunas preguntas se invertieron los incisos de "no recuerdo" y "otras", para que la siguiente pregunta fuera ¿Cuál?, e indicar si la respuesta era el inciso de "otras", respondieron a la siguiente pregunta y si no que pasarán a la otra.

d) A la pregunta: ¿Cuántas personas te acompañan cuando estás viendo los Felinos Cósmicos?, se le agregó la opción de "solo" y si la respuesta era esa se le indicaba al niño pasar a la pregunta 18, puesto que las preguntas 14, 15, 16 y 17 eran con respecto a la relación que se da-

ba entre el infante y las personas que lo acompañan cuando ven los Felinos Cósmicos.

e) En las preguntas donde se pedía que de las -- opciones se eligieran tres y se enumeraran por orden de im portancia, se modificó para señalar únicamente una, porque los niños respondían las que les gustaba sin considerar -- cuáles eran más importantes, además de que les enfadaba se ñalar tres opciones.

f) Se definieron algunas palabras que presenta-- ron dificultades de entendimiento en el niño.

TABLA DE REACTIVO INDICE - REACTIVO CUESTIONARIO

REACTIVO INDICE EN TABLA DE ESPECIFICACIONES	REACTIVO CUESTIONARIO		
Escolaridad	1.1.1.	1	
Ocupación	2.1.1.	2	
Percepción	3.1.1.	3	
Usos	5.1.1.	4	
	5.1.2.	5	
	5.2.1.	6	
	5.2.2.	8	
	5.2.3.	10	
	5.2.4.	12	
	5.3.1.	13	
	5.3.2.	14	
	5.3.3.	16	
	5.3.4.	17	
	5.4.1.	18	
	Gratificaciones	6.1.1.	21
		6.2.1.	22
		6.2.2.	24
6.2.3.		25	
6.3.1.		26	
6.3.2.		27	
6.3.3.		28	
6.4.1.		30	
6.4.2.		31	
Funciones		7.1.1.	32
	7.1.2.	33	
	7.2.1.	34	
	7.3.1.	36	
	7.3.2.	37	
	7.4.1.	39	
	7.5.1.	40	
	7.5.2.	41	
	7.6.1.	43	
	7.7.1.	44	
7.8.1.	46		
REACTIVOS DE OPERACION	34		
REACTIVOS DE CUESTIONARIO	12		
TOTAL DE REACTIVOS	<u>46</u>		

ARBORZACION

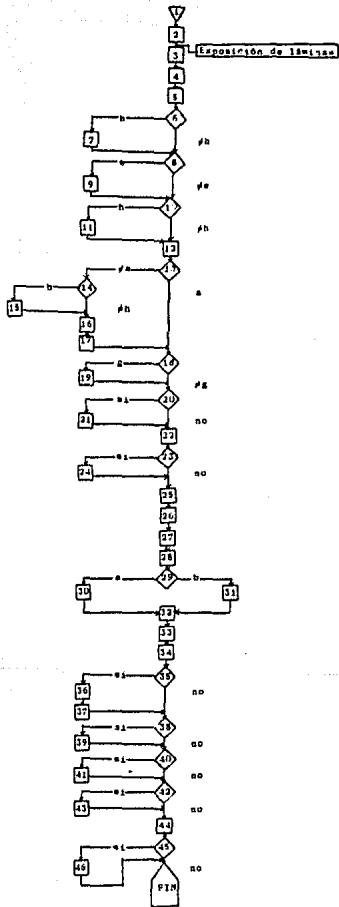


TABLA DE ESPERIFICACIONES DEL CUESTIONARIO

CONCEPTOS	CATEGORIAS	INDICES	REACTIVOS
1. Escolaridad	1.1. Nivel de estudios del padre, en caso de no ser posible la información sobre él, el de la madre.	1.1.1. Nivel de estudios del padre, en caso de no ser posible la información sobre él, el de la madre.	1.1.1. Coloca una "x" si tu papá estudio: (si no sabes de tu papá, pon el de tu mamá) 4º año de primaria Todo la primaria Algo de secundaria o carrera corta Todo la secundaria Preparatoria, normal o estudios equivalentes Universidad o algo parecido
2. Ocupación	2.1. Tipo de trabajo del padre, en caso de no ser posible la información sobre él, el de la madre	2.1.1. Tipo de trabajo del padre, en caso de no ser posible la información sobre él, el de la madre.	2.1.1. ¿En qué trabaja tu papá? (si no sabes de tu papá, pon el de tu mamá)
3. Retención Selectiva	3.1. Retención visual.	3.1.1. Percepción espacial y memoria inmediata.	3.1.1. Dibuja las figuras, que viste en la lámina que te presentaron, en los siguientes cuadros.
4. Atención Selectiva	4.1. Clasificación de datos.	4.1.1. ESTA CATEGORIA SE MEDIRA EN LOS REACTIVOS DE USOS, FUNCIONES Y CRATIFICACIONES EN LAS OPCIONES "NO RECUERDO" PUNQUE PARTIMOS DEL PRINCIPIO DE QUE SE RECUERDA LO ATENDIDO Y SE MIDIO LA MEMORIA CON EL INDICE -- 3.1.1.	

5. Usos

5.1. Día de exposición.	5.1.1. Por día.	5.1.1. Pone una "x" al día o días a que ves los Pelinos Cósmicos: Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes No recuerdo
	5.1.2. Por día preferido.	5.1.2. ¿Qué día de la semana no te pierdes por ningún motivo los Pelinos Cósmicos? Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes No recuerdo
5.2. Lugar en donde se expone.	5.2.1. Habitación.	5.2.1. ¿En qué habitación de tu casa ves el programa? Sala Cocina Comedor Estudio Otros
	5.2.2. Posición.	5.2.2. ¿Cómo te pones para ver los Pelinos Cósmicos? Parado Hincado Sentado Acostado Otra posición
	5.2.3. Mueble.	5.2.3. ¿En dónde te pones para ver los Pelinos Cósmicos? Cama Banco Silla Suelo Sillón Taburete No recuerdo Otro mueble
	5.2.4. Distancia.	5.2.4. ¿A qué distancia de la televisión están para ver los Pelinos Cósmicos? A menos de un metro Entre uno y dos metros Entre tres y cuatro metros Más de cuatro metros No recuerdo
5.3. Compañía durante la exposición.	5.3.1. Número de personas.	5.3.1. ¿Cuántas personas te acompañan cuando estás viendo los Pelinos Cósmicos? Solo No recuerdo
	5.3.2. Tipo de parentesco.	5.3.2. ¿Qué relación o parentesco tienes con las personas que te acompañan cuando estás viendo los Pelinos Cósmicos? Tío Primo Mamá Nurmano Papá No recuerdo Amigo Otra relación
	5.3.3. Calidad de la relación	5.3.3. Cuando estás viendo los Pelinos Cósmicos, ¿cómo te ligas con las personas que te acompañan? Muy bien Bien Regular Muy mal No recuerdo
	5.3.4. Relación lingüística generada.	5.3.4. ¿Acostumbra a platicar del programa con las personas que te acompañan cuando estás viendo el programa? Muchísimo Poco Mucho Nada Regular
5.4. Acciones durante la exposición.	5.4.1. Actividades.	5.4.1. ¿Qué actividades realizan cuando están viendo los Pelinos Cósmicos? Comer Platicar Jugar No recuerdo Escribir Otras Estudiar

6. Gratificaciones

6.1. Estimulos emocionales.

6.2. Identificación con los personajes.

6.3. Motivaciones.

6.4. Necesidades para satisfacer las relaciones interpersonales.

6.1.1. Información.

6.2.1. Valores moral-ético.

6.2.2. Valor práctico-cotidiano.

6.2.3. Valor social.

6.3.1. Metas de carácter profesional.

6.3.2. Metas de carácter anticinematográfico.

6.3.3. Formas de lograr las metas.

6.4.1. Relaciones interpersonales conflictivas.

6.4.2. Relaciones interpersonales de apoyo.

6.1.1. De la siguiente lista señala lo que te gustaría que León hiciera o manifestara:

Odio	Generosidad
Amistad	Infelicidad
Envidia	Inteligencia
Avaricia	Crear en los demás
Compartir	No creer en los demás
Felicidad	No recuerdo

6.2.1. Me gusta ver los Pellos Cósmicos porque hacen cosas:

Muy buenas	Me las
Buenas	Muy malas
Regulares	No recuerdo

6.2.2. De la siguiente lista señala lo que León hace en el programa y que tú desearías hacer, debido a que te gustaría ser él:

Huir	Dormir	Platicar
Reír	Gritar	Ir de un lugar a otro
Comer	Llorar	No recuerdo
Jugar	Pasear	
Pelear	Pelear	
Atacar	Defender	

6.2.3. Lo que León hace en el programa, lo ven sus amigos como:

Muy bueno	Mal
Bueno	Muy mal
Regular	No recuerdo

6.3.1. De la siguiente lista señala el motivo por el cual ves los Pellos Cósmicos. Porque me gusta lo:

Paz	Generosidad
Amistad	Inteligencia
Valentía	Crear en los demás
Felicidad	Distribución de los bienes
Defensa de lo bueno	No recuerdo

6.3.2. De la siguiente lista señala lo que menos te gusta del programa de los Pellos Cósmicos:

El odio	La avaricia
El ataque	La cobardía
La envidia	La infelicidad
La torpeza	La incredulidad
La agresión	No recuerdo

6.3.3. Tú ves el programa de los Pellos Cósmicos porque:

Atacan a los Pellos Cósmicos
Comienzan los Pellos Cósmicos entre ellos
Ayudan los Pellos Cósmicos a los demás
Defienden a los Pellos Cósmicos
No recuerdo

6.4.1. Al ver el programa de los Pellos Cósmicos tu esperas poder:

Huir	Llorar
Pelear	Pelear
Atacar	Riñerte
Gritar	No recuerdo

6.4.2. Al ver el programa de los Pellos Cósmicos tu esperas poder:

Huir	Platicar
Jugar	Ir de un lado a otro
Pasear	No recuerdo
Defender	

7. Funciones

7.1. Vigilancia del ambiente.

7.1.1. Qué lo informa.

7.1.1. De la siguiente lista señala como son Tigro y Pantro en el programa:

Torpes	Pelenceros	Generosos
Felices	Infelices	Avariciosos
Osiosos	Pacificos	Compartidos
Cobardes	Valientes	Inteligentes
Agresivos	Defensores	Crece en lo que dicen los demás
Amistosos	Envidiosos	No recuerdo
Incrédulos		

7.1.2. Cómo lo informa.

7.1.2. Té crece que Tigro y Pantro son porque

Rien	Juegan	Defienden
Comen	Lloran	Se burlan
Hayen	Pasean	Van de un lado a otro
Roban	Pelean	No recuerdo
Atacan	Dueren	
Gritan	Platican	

7.2. Concordancia de las diferentes partes de la sociedad en respuesta al ambiente.

7.2.1. Qué la opinión del receptor con respecto a un hecho real.

7.2.1. Desde que ves el programa de los Felinos Cósmicos piensas en lo que a ti te pasa con:

Paz	Torpes	Generosidad
Odio	Agresión	Infelices
Ataque	Avaricia	Credibilidad
Amistad	Cobardía	Incrédulos
Defensa	Valentía	Inteligencia
Envidia	Felicidad	No recuerdo

7.3. Transmisión de la herencia social.

7.3.1. Qué aprenden.

7.3.1. Aprender a ser:

Feliz	Amistosos	Pelencero
Torpe	Generoso	Avaricioso
Osioso	Pacifico	Compartido
Cobarde	Valiente	Inteligente
Crédulo	Defensivo	No recuerdo
Infeliz	Envidioso	
Agresivo	Incrédulo	

7.3.2. Cómo lo aprenden.

7.3.2. Lo que dicen que aprenden en porque los Felinos Cósmicos:

Rien	Juegan	Defienden
Comen	Lloran	Se burlan
Hayen	Pasean	Van de un lado a otro
Roban	Pelean	No recuerdo
Atacan	Dueren	
Gritan	Platican	

7.4. Entretenimiento.

7.4.1. Acciones.

7.4.1. ¿Qué te divierte de este programa?

Reír	Defender
Reír	Gritar
Comer	Llorar
Jugar	Pasear
Robar	Pelear
Atacar	Burlarse

7.5. Con respecto a la norma social (moralización).

7.5.1. Pautas grupales.

7.5.1. ¿Te ves los Felinos Cósmicos para conocer algunas formas de cómo comportarte?

si no

7.5.2. Costumbres.

7.5.2. ¿Cuáles son las formas de comportarte que has conocido en el programa y que te gustan?

Reír	Defender
Reír	Platicar
Comer	Ir de un lado a otro
Jugar	Pasear
Robar	Pelear
Atacar	Burlarse

7.6. Otorgamiento de estatus.

7.3.1. Importancia.

7.6.1. Son importantes porque:

Sien
Cosen
Huyen
Roban
Atacan
Gritan
Lloran
Pasan
Pulan
Dueran
Platican

Defienden
Se burlan
Van de un lado a otro
No recuerdo

7.7. Complementación.

7.7.1. Diron medios.

7.7.1. Vea el programa de los Felinos están así:

Cine
Radio
Bolsas
Muñecos
Betampas
Juguetes
Revistas
Camisetas
Cinturonas
Festivales

Cómicos porque también
Periódicos
Calcomanías
Presentaciones personales
No recuerdo

7.8. Canalización.

7.8. Encasamiento de pautas de conducta.

7.3.1. Te has vuelto así:

Feliz
Torpe
Odioso
Cobarde
Infeliz
Agresivo
Amigable
Generoso
Pacífico
Valiente
Defensivo
Envidioso

Incrédulo
Peleonero
Avaricioso
Compartido
Inteligente
Crece en los demás

2.2.2.3. Metodología.

Para poder construir el cuestionario fue necesario elaborar un cuadro para cada uno de los conceptos que se manejan en esta investigación. En cada cuadro se definieron las categorías de los conceptos y se especificaron los índices que determinaron los reactivos para las preguntas del cuestionario.

El contenido de estos cuadros y los conceptos de escolaridad y ocupación, se concentraron en una tabla de especificaciones en la cual se indicaron todos los conceptos con sus categorías, índices y reactivos, organizados de la forma como se colocarían en el cuestionario piloto.

Después de analizar los resultados que arrojaron las encuestas piloto, se hicieron las modificaciones necesarias para que quedará conformado el cuestionario que se les aplicó a los 150 niños considerados como la muestra.

La muestra se dividió en tres estratos (alta, media y baja), por lo que se obtuvieron resultados para cada una de estas tres clases.

A todas las preguntas se les asignó un valor numérico, para obtener la correlación entre la atención y retención selectivas con los usos, funciones y gratificaciones.

2.2.2.4. Tratamientos estadísticos.

Para poder identificar los usos, funciones y gratificaciones que tiene y proponen los "Felinos Cósmicos" - como variables para la atención y retención selectivas, se obtuvo el índice de correlación entre las preguntas del cuestionario referentes a los usos, funciones y gratificaciones con la retención selectiva, medida como memoria inmediata y la atención selectiva, medida con la opción "no recuerdo".

El índice de correlación se sacó para cada una de las tres clases en que se dividió a la muestra, por lo tanto fueron doce los resultados obtenidos de las clases, más el índice de correlación general:

- Tres correlaciones entre atención y retención selectivas con la variable de usos.
- Tres correlaciones entre atención y retención selectivas con la variable de gratificaciones.
- Tres correlaciones entre atención y retención selectivas con la variable de funciones.
- Tres correlaciones entre atención y retención selectivas con el promedio de usos, funciones y gratificaciones.
- El promedio de las tres correlaciones entre atención y retención selectivas con el prome-

dio de usos, funciones y gratificaciones.

Es necesario para poder sacar el índice de correlación asignarle valores numéricos a las variables dependiente e independiente. Estos valores deben ser una serie para cada una de las dos variables, por lo que se tuvo que considerar cada cuestionario como caso particular.

La variable dependiente "y", está integrada por la retención selectiva (memoria inmediata) y la atención selectiva (no recuerdo).

La memoria inmediata se midió con el test de Benton de retención visual y se calificó tomando en consideración los siguientes elementos:

- | | | |
|----------------------|-------|------------|
| a) Número de figuras | ----- | 2,5 |
| b) Forma de figuras | ----- | 2,5 |
| c) Tamaño de figuras | ----- | 2,5 |
| d) Detalles finos | ----- | <u>2,5</u> |

TOTAL 10.0

El elemento que no se refleje en los dibujos del niño se evaluó con la calificación de cero.

El valor para la memoria inmediata está dado a partir de la suma de la evaluación de cada uno de los elementos considerados.

Se sacó el porcentaje para cada niño de las respuestas con opción "no recuerdo", en relación al total de preguntas del cuestionario que tenían entre sus opciones -

"no recuerdo" . Este porcentaje se le restó al 100%, correspondiente a la totalidad de la atención, el resultado de esta resta fue el valor que se le dió a la atención de cada uno de los niños.

Se hizo un promedio entre el valor de la atención y el de la retención, el cual se le asignó a la variable "y".

A los niños que no presentaban en su cuestionario ninguna respuesta con la opción "no recuerdo", se les promedió la evaluación de la retención con el 100% de la atención.

La variable independiente "x" tomó cuatro valores para las cuatro correlaciones de cada clase consideradas en la investigación. Estos valores fueron determinados por las preguntas de usos, funciones, gratificaciones y el promedio de estos tres conceptos.

Fue necesario realizar una tabla con la frecuencia y el porcentaje de algunas preguntas de usos y sólo una de funciones, para poder asignar valores numéricos a las preguntas del cuestionario. A las otras preguntas de funciones y gratificaciones, se les dió los valores con relación a los resultados de los porcentajes obtenidos en la tabla de concentración del análisis de contenido,

De la siguiente manera se evaluaron las preguntas con opciones de:

- a) Muy bien..... 10
- b) Bien..... 7.5
- c) Regular..... 5
- d) Mal..... 2.5
- e) Muy mal..... 1

Después de asignarles valores a cada pregunta -- del cuestionario, se promedió, por separado, las preguntas que correspondieron a cada uno de los conceptos de usos, - funciones y gratificaciones.

El cuarto valor de "x" se obtuvo al promediar -- los valores de estos tres conceptos.

3. RESULTADOS.

Los resultados se presentan en una tabla de concentración, con el tratamiento antes mencionado, así como una serie de comentarios descriptivos de los resultados obtenidos.

Debido a que nuestra muestra se dividió en tres clases (alta, media y baja) los coeficientes de correlación de los conceptos de usos, funciones y gratificaciones con la atención y retención selectivas, fueron calculados para cada clase.

Para graficar los datos con base en sus respectivos coeficientes de correlación, se utilizaron diagramas de dispersión. En éstos presentamos una curva de aproximación, misma que permite aproximar los datos dispersos a esta curva y así observar la tendencia negativa predominante en las gráficas.

3.1. Clase Baja.

El coeficiente de correlación de la variable de usos (X) con la atención y retención (Y), fue de -----
-.05868743. El grado de relación de interdependencia es ne

gativa o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". - (Diagrama 1).

El coeficiente de correlación de la variable de gratificaciones (X) con la atención y retención (Y), fue de -0.057834553 . El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 2).

El coeficiente de correlación de la variable de funciones (X) con la atención y retención (Y), fue de -0.060182931 . El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 3).

El coeficiente de correlación del promedio de usos, funciones y gratificaciones (X) con atención y retención (Y), fue de -0.057852561 . El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 4).

Tabla de variables correspondientes a la clase baja.

Sujetos	Y Memoria	X Usos	X Gratificaciones	X Funciones	X Promedio
B1	55	4.61	4.10	4.40	4.37
B2	62.50	4.47	5.03	3	4.16
B3	79.81	3.42	4.36	5.30	4.36
B4	73.08	4.36	4.30	3.73	4.13
B5	62.50	5.37	4.03	5.08	4.82
B6	55	4.32	4.4	4.30	4.34
B7	73.08	3.80	6.10	4.19	4.69
B8	62.50	4.70	6.60	4.84	5.38
B9	67.31	4	5.06	5.82	4.96
B10	92.31	3.75	4.40	3.17	3.77
B11	58.65	4.80	3.48	3.68	3.98
B12	100	4.26	5.20	3.36	4.27
B13	79.81	5.12	6.40	4.48	5.33
B14	56.73	2.95	5.40	4.52	4.29

D I A G R A M A

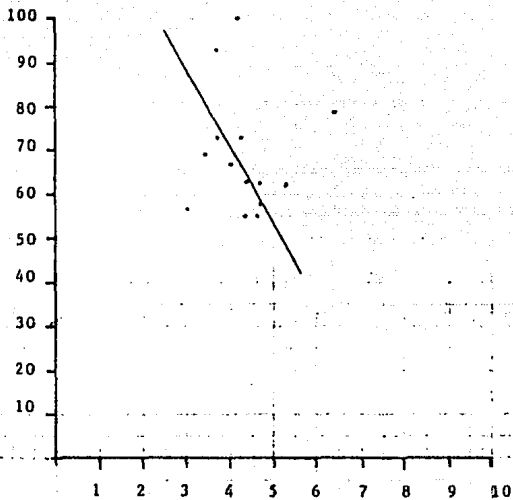


Diagrama de dispersión de las variables
Memoria (Y) y usos (X)

Coefficiente de correlación: -.05868743

D I A G R A M A 2

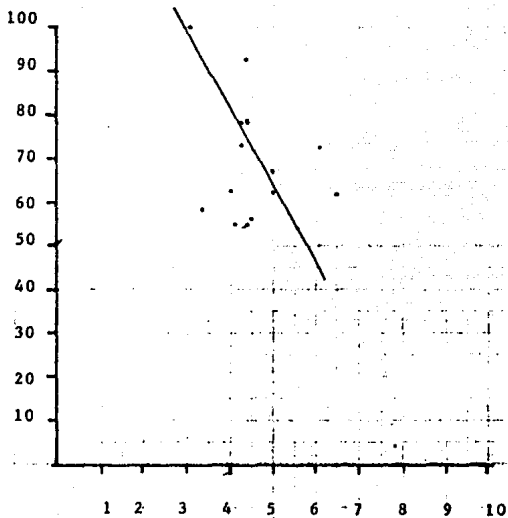


Diagrama de dispersión de las variables
Memoria (Y) y gratificaciones (X).

Coefficiente de correlación : $-.057834553$

D I A G R A M A 3

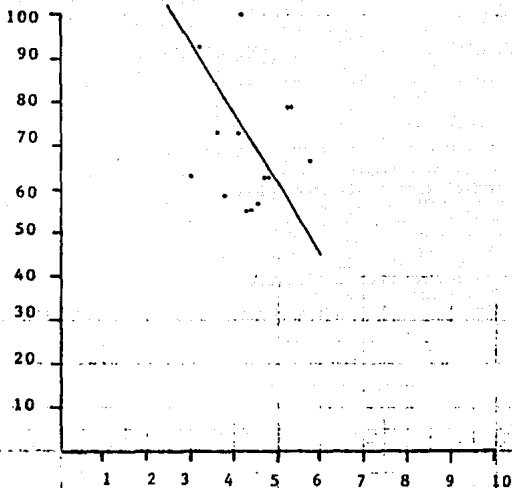


Diagrama de dispersión de las variables
Memoria (Y) y funciones (X)

Coefficiente de correlación : $-.060182931$

D I A G R A M A 4

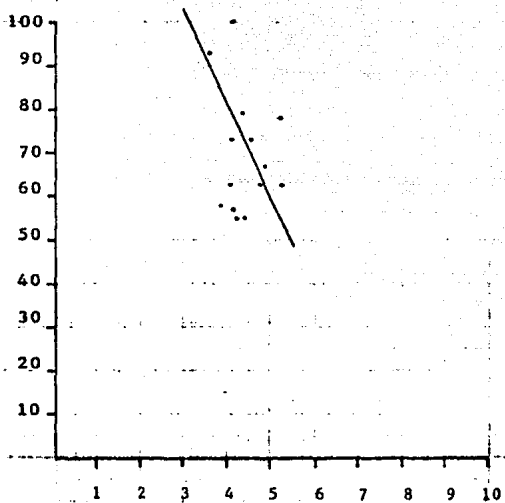


Diagrama de dispersión de las variables

Memoria (Y) y usos, funciones y gratificaciones (Y)

Coefficiente de correlación : -0.057852561

3.2. Clase media.

El coeficiente de correlación de las variables de usos (X) con la atención y retención (Y), fue de -----
-.015193101. El grado de relación de la interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 5).

El coeficiente de correlación de la variable de gratificaciones (X) con la atención y retención (Y), fue de
-.05044956. El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 6).

El coeficiente de correlación de la variable de funciones (X) con la atención y retención (Y), fue de ----
-.015009311. El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 7).

El coeficiente de correlación del promedio de usos, funciones y gratificaciones (X) con atención y retención (Y), fue de -.015076915. El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incre-

menta la variable "X". (Diagrama 8).

Tabla de variables correspondiente a la clase media.

Sujetos	Y Memoria	X Usos	X Gratificaciones	X Funciones	X Promedio
M1	73.08	3.49	2.72	4.59	3.60
M2	65.38	4.59	4.27	4.12	4.32
M3	60.58	4.69	4.17	3.80	4.22
M4	83.65	4.67	4.61	4.41	4.56
M5	75.96	4.87	4.15	5.40	4.80
M6	87.5	3.24	3.16	4.24	3.54
M7	98.08	4.60	4.77	5.09	4.82
M8	61.54	3.64	3.98	2.23	3.28
M9	94.23	3.21	5.28	3.74	4.07
M10	62.5	4.00	3.96	3.36	3.77
M11	98.08	3.83	4.67	3.45	3.98
M12	75	3.76	3.32	3.81	3.63
M13	60.58	3.41	4.72	5.86	4.66
M14	85.58	4.41	4.82	4.40	4.54
M15	60.58	5.53	4.15	2.67	4.11
M16	47.12	3.30	6.87	5.10	5.09
M17	60.58	5.19	4.10	4.01	4.43
M18	100	4.54	4.35	5.80	5.06
M19	73.08	6.34	4.35	5.40	5.36
M20	81.73	3.89	3.13	3.20	3.40
M21	85.58	4.18	3.87	4.04	4.03
M22	77.88	3.35	.25	3.74	2.44
M23	85.58	4.95	5.9	5.25	5.36
M24	83.65	6.31	7.18	3.36	5.61
M25	85.58	4.28	4.67	6.40	5.11

Sujetos Y Memoria X Usos X Gratificaciones X Funciones X Promedio

M26	85.58	5.37	4.83	4.20	4.80
M27	83.65	5.22	5.75	4.18	5.05
M28	85.58	4.90	5.54	5.07	5.17
M29	87.5	4.72	5.48	5.03	5.07
M30	98.08	2.74	3.92	5.04	3.9
M31	96.15	3.89	4.85	4.53	4.42
M32	100	5.49	6.75	4.46	5.56
M33	62.5	4.85	5.01	5.17	5.01
M34	87.5	4.28	5.05	4.77	4.70
M35	75	3.55	3.35	4.71	3.87
M36	60.58	4.87	3.87	4.9	4.54
M37	62.5	6.64	2.73	3.02	4.13
M38	62.5	3.98	3.77	4.23	3.99
M39	62.5	3.66	3.05	2.60	3.10
M40	53.08	3.88	4.20	4.54	4.20
M41	75	4.23	3.30	4.01	3.84
M42	53.08	4.63	4.18	3.48	4.09
M43	75	5.15	4.36	2.68	4.06
M44	75	4.54	3.06	4.02	3.87
M45	55	4.78	2.90	5.52	4.40
M46	62.5	3.45	3.75	3.23	3.47
M47	55	3.58	3.91	5.06	4.18
M48	55	4.84	4.36	3.59	4.26
M49	55	4.64	4.45	3.50	4.19
M50	55	4.65	4.56	4.89	4.70
M51	53.08	5.16	3.41	3.22	3.93

D I A G R A M A 5

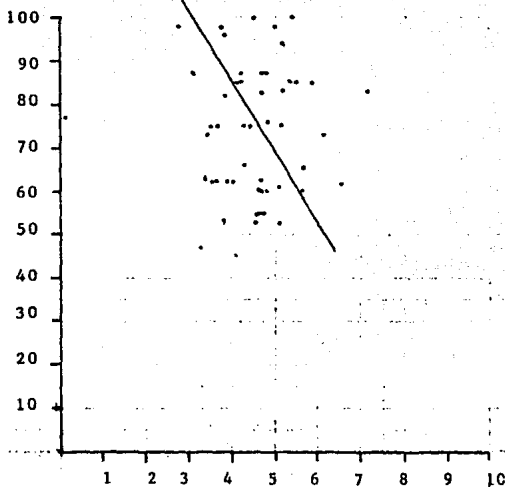


Diagrama de dispersión de las variables.

Memoria (Y) y usos (X)

Coefficiente de correlación :-0,015193101

D I A G R A M A 6

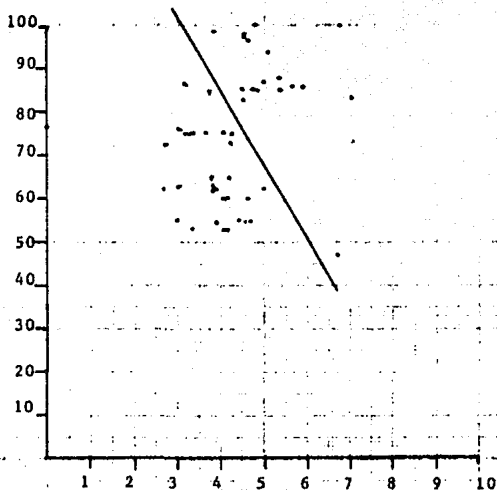


Diagrama de dispersión de las variables
 Memoria (Y) y gratificaciones (X)
 Coeficiente de correlación: -0.05044956

D I A G R A M A 7

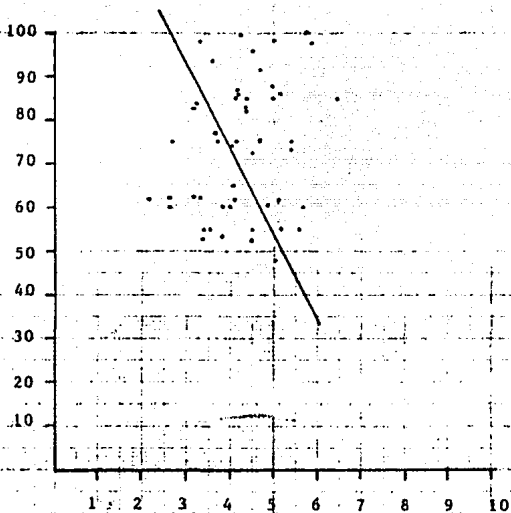


Diagrama de dispersión de las variables
Memoria (Y) y funciones (X).

Coefficiente de correlación: $-.015009311$

D I A G R A M A 8

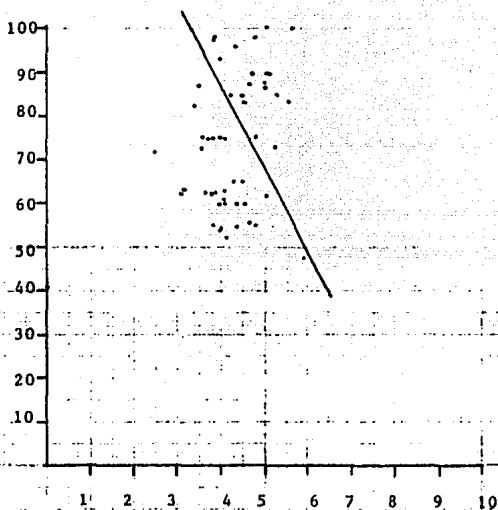


Diagrama de dispersión de las variables

Memoria (Y) y usos, funciones y gratificaciones (X)

Coefficiente de correlación : -0.015076915

3.3. Clase alta.

El coeficiente de correlación de la variable usos (X) con la atención y retención (Y), fue de -0.008662082 . El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 9).

El coeficiente de correlación de la variable gratificaciones (X) con la atención y retención (Y), fue de -0.0088454395 . El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 10).

El coeficiente de correlación de la variable de funciones (X) con la atención y retención (Y), fue de -0.0083556639 . El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la variable "X". (Diagrama 11).

El coeficiente de correlación del promedio de usos, funciones y gratificaciones (X) con atención y retención (Y), fue de -0.008579181 . El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable "Y" tiende a disminuir cuando se incrementa la

variable "X". (Diagrama 12).

Tabla de variables correspondiente a la clase alta.

Sujetos	Y Memoria	X Usos	X Gratificaciones	X Funciones	X Promedio
A1	85.60	3.7	5.3	3.2	2.3
A2	50.0	3.7	2.9	2.9	2.2
A3	87.5	3.6	3.2	2.2	1.9
A4	62.50	3.4	3.1	2.0	1.8
A5	67.35	3.9	5.1	2.7	2.2
A6	96.20	3.1	3.7	4.9	2.6
A7	60.60	3.6	2.6	3.7	2.4
A8	81.75	3.1	6.0	3.2	4.1
A9	62.50	4.2	3.3	4.7	2.9
A10	84.65	2.8	1.0	-	1.2
A11	75.00	3.3	4.7	2.2	1.8
A12	96.20	4.2	5.1	5.2	3.1
A13	86.55	3.2	1.0	.6	1.2
A14	57.70	2.9	6.6	.8	3.4
A15	71.20	3.2	4.8	3.2	3.7
A16	73.10	3.0	3.4	3.6	3.3
A17	58.70	3.4	4.9	2.3	3.5
A18	100	3.8	4.3	2.4	3.5
A19	62.50	3.3	3.5	3.9	3.5
A20	85.60	3.3	4.2	3.6	3.7
A21	75.00	3.4	2.8	4.4	3.5
A22	55.00	4.7	3.3	3.3	3.7
A23	75.00	2.8	6.0	3.5	4.1
A24	100	3.5	6.6	4.9	5.0
A25	62.5	4.2	3.9	2.2	3.4
A26	96.20	3.5	2.3	4.2	3.3
A27	87.50	3.6	4.3	4.2	4.0

Sujetos	Y Memoria	X Usos	X Gratificaciones	X Funciones	X Promedio
A28	73.10	3.4	4.0	3.7	3.7
A29	49.25	4.0	4.0	4.2	4.0
A30	62.5	3.2	4.2	4.2	3.8
A31	62.5	4.1	4.2	4.6	4.3
A32	55.0	4.5	2.9	4.1	3.8
A33	60.60	4.1	4.3	3.7	3.0
A34	75.0	5.0	5.5	2.9	4.4
A35	83.70	5.7	6.3	1.7	4.5
A36	55.0	4.1	5.3	4.6	4.6
A37	79.85	4.4	6.5	5.1	5.3
A38	62.5	5.0	4.7	4.2	4.6
A39	81.75	4.8	5.4	3.7	4.6
A40	77.90	4.7	4.8	3.2	4.2
A41	58.70	5.3	3.0	3.9	4.0
A42	60.60	3.6	4.8	2.0	3.4
A43	98.10	3.9	5.6	4.2	4.5
A44	100	4.0	4.6	2.0	3.5
A45	85.60	3.6	4.7	5.1	4.4
A46	75.0	4.0	4.7	5.1	4.6
A47	100	2.9	2.7	2.0	4.0
A48	75.0	4.3	5.0	2.3	3.8
A49	67.35	4.2	4.4	3.0	3.8
A50	81.50	3.9	4.2	2.7	3.6
A51	83.70	3.9	4.2	4.6	4.2
A52	94.25	4.6	4.6	3.2	4.1
A53	87.5	2.8	5.0	2.6	3.4
A54	54.85	3.7	3.4	3.4	3.5
A55	73.10	2.7	2.3	2.3	2.4
A56	71.20	4.1	2.4	6.8	4.4

Sujetos	Y Memoria	X Usos	X Gratificaciones	X Funciones	X Promedio
A57	67.35	2.8	4.6	1.0	2.8
A58	83.70	4.6	2.4	4.1	3.7
A59	62.5	4.3	3.8	5.7	4.6
A60	98.10	4.5	4.6	3.5	4.2
A61	96.20	3.4	2.7	4.7	3.6
A62	61.55	3.3	2.5	3.6	3.1
A63	75.0	3.2	5.7	4.0	4.3
A64	62.5	3.5	4.1	4.6	4.0
A65	94.25	3.8	4.5	4.1	4.1
A66	96.20	4.3	5.1	5.2	4.8
A67	75.0	4.2	4.4	4.6	4.4
A68	85.60	4.3	4.2	5.1	4.5
A69	60.60	3.9	4.7	4.4	4.3
A70	87.5	4.5	5.4	4.6	4.8
A71	74.05	5.2	4.0	3.8	4.3
A72	96.20	3.4	3.7	4.2	3.7
A73	85.60	4.3	4.9	2.7	3.9
A74	87.5	4.6	3.7	3.8	4.0
A75	62.5	4.0	4.1	2.5	3.5
A76	73.10	4.1	2.7	3.3	3.0
A77	75.0	4.2	5.6	3.4	4.4
A78	73.10	3.8	1.9	3.4	3.0
A79	62.5	3.6	2.6	5.1	3.7
A80	87.5	4.9	3.2	3.5	3.8
A81	81.75	3.2	3.3	4.0	3.5
A82	92.35	3.9	5.4	3.2	4.1
A83	82.70	4.5	5.7	1.4	3.8
A84	56.75	3.0	3.1	.9	2.3
A85	100	3.6	5.1	4.7	4.4

D I A G R A M A 9

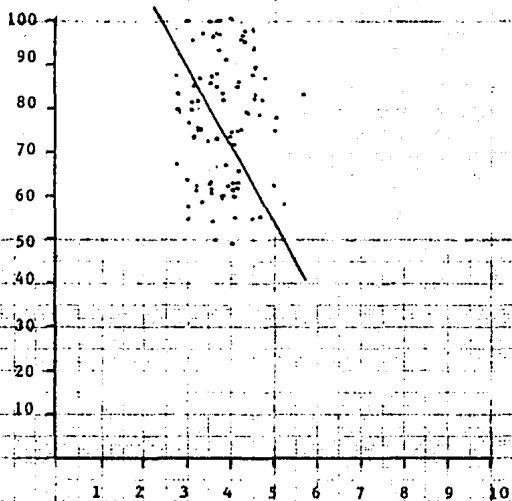


Diagrama de dispersión de las variables
Memoria (Y) y usos (X)
Coeficiente de correlación: -0.008662082

D I A G R A M A I D

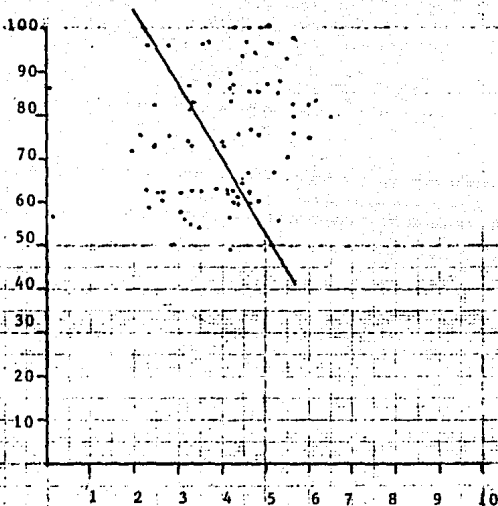


Diagrama de dispersión de las variables
Memoria (Y) y gratificaciones (X)

Coefficiente de correlación : $-0,0088454395$

D I A G R A M A 11

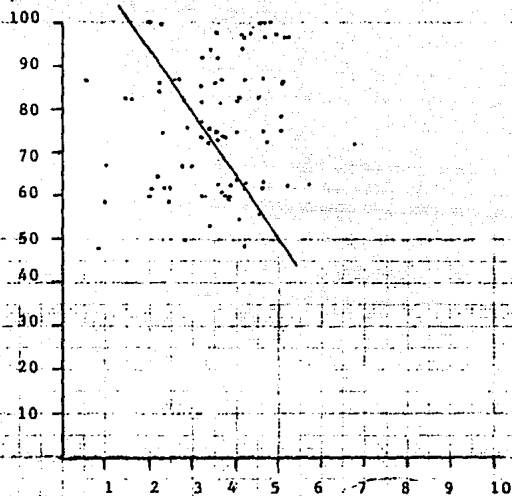


Diagrama de dispersión de las variables
Memoria (Y) y funciones (X)

Coefficiente de correlación : $-.0083556639$

D I A G R A M A 12

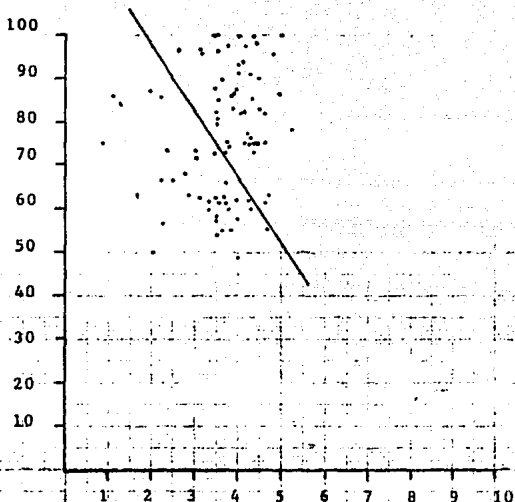


Diagrama de dispersión de las variables.
Memoria (Y) y usos, funciones y gratificaciones (X)
Coeficiente de correlación : $-.0085579181$

3.4. Resultado general.

El resultado del promedio, obtenido del cuarto coeficiente de correlación de cada una de las tres clases, -- fue de -0.0271624 . El grado de relación de interdependencia es negativo o inversamente proporcional, porque la variable dependiente tiende a disminuir cuando se incrementa la variable independiente.

CONCLUSIONES.

Los postulados funcionalistas surgen alrededor de los años cuarenta; algunos de éstos tratan de explicar los efectos que producían los medios de comunicación masiva. Existen reportes de investigaciones realizadas por teóricos como Kaarle Nordenstreng, Matilda White Riley, John W. Riley, Eliot Freidson, W. P. Davison, entre otros. Estos autores explican que los medios de comunicación proponen pautas sociales de conducta a los receptores.

En la presente investigación se obtuvieron resultados que demuestran empíricamente la inexistencia de una correlación estadística entre usos, funciones, gratificaciones y la atención y retención selectivas.

Las ideas expuestas por los autores antes mencionados no nos permiten explicar la forma en que actualmente influye la televisión en los niños, si consideramos que los postulados funcionalistas de los años cincuenta explican los efectos causados por la televisión en el auditorio de aquél entonces que viene a ser aproximadamente la primera generación influenciada por los efectos ocasionados por este medio; aproximadamente han pasado 37 años durante los cuales la televisión ha formado parte de la vida cotidiana, por lo que ésta ha dejado de ser "novedosa". El auditorio

infantil de hoy en día es aproximadamente la cuarta generación influenciada por este medio, por lo que posiblemente tales teorías deban ser adaptadas a las circunstancias actuales.

Los estudios funcionalistas se realizaron principalmente en sociedades desarrolladas como la norteamericana y la inglesa. Considerando que cada sociedad tiene una escala de valores específicos, no es posible que los resultados de las sociedades de esa época sean los mismos para la sociedad mexicana de 1987, puesto que en la percepción individual de los mensajes ante los medios se presentan diferencias por dotaciones biológicas y de aprendizaje. Con mayor razón los efectos producidos variarán de una sociedad a otra y de una época a otra y también variarán las necesidades que los individuos buscan satisfacer a través de la comunicación.

En este sentido, la audiencia va a ser selectiva porque buscará en los medios los que necesita y de la misma manera usará a los medios dependiendo de la forma de vida. Las funciones son de carácter social como mencionan De Fleur, Lazasfeld, Mc. Quail, entre otros. Dado que hay un aprendizaje social en lo que se refiere a usos, funciones y gratificaciones, entonces hay una variación con respecto a la sociedad mexicana y a aproximadamente 37 años de haber sido planteada la teoría,

Las funciones de los medios ayudan a mantener la estructura social prevaleciente, ya que el ser humano desde que nace y empieza su formación social, tiene su primer contacto con la sociedad a través de la familia. Esta lo introduce en el mundo social; le enseña los roles que le corresponden y deberá asumir para integrarse a la sociedad. Cuando el ser humano tiene entre 9 y 12 años de edad, se presenta ante los medios de comunicación con los roles que deberá seguir; estos medios sólo servirán para reforzar los roles.

En este trabajo se encontró que la mayoría de los niños manifiestan una tendencia hacia la diversión a través de los medios y sin saberlo se ejerce la función reforzadora en los niños de una manera inconsciente al no darse cuenta de que los medios refuerzan roles de conducta. De esta manera podríamos afirmar que una de las funciones de los medios de comunicación es la de reforzar las pautas sociales y no producir pautas o normas sociales.

En esta investigación no se pudieron identificar las gratificaciones de los medios posiblemente porque los niños de 9 a 12 años de edad tienen características psicológicas específicas; pasan de la fantasía a la realidad, tránsito que se manifiesta en sus actitudes.

Las relaciones sociales que presentan los niños de 9 a 12 años de edad son especiales porque en esta etapa

llega el niño a la plena niñez como señala Hansen. Se forma su personalidad infantil tanto física, psicológica como emocional. A esta edad el niño va dejando los lazos familiares para irse integrando a grupos sociales fuera de su familia, desempeña nuevos roles: niño - transición - joven, ante los cuales tiene períodos de desajuste por ser algo nuevo para él.

Por experiencias anteriores y durante el desarrollo de esta investigación, se observó que los niños entre más pequeños creen más en la fantasía presentada por los medios, pero a medida que van creciendo y se relacionan a través de la escuela, la iglesia, centros recreativos, -- con otras personas, etc., van entendiendo su estructura social, es decir, su realidad. Después de los 12 años los niños comienzan a interesarse por entender como está estructurada su realidad y a diferenciar los elementos que se dan en ella, ya que antes de esta edad no le prestan atención a entender porqué se dan las cosas en una determinada forma.

Los niños recuerdan la estructura social porque la han aprendido y la viven en sociedad. En los medios de comunicación masiva se presenta esta estructura en forma polarizada: el bueno-el malo, el que ataca-el que defiende. De esta manera los niños ven la estructura social como algo natural en los medios de comunicación que forman parte

de ellos y por lo tanto será más fácil que la recuerden. En cambio, en el contenido de los programas que presentan los medios de comunicación no se explican las causas posibles de las acciones de los personajes, por lo que los niños no pueden identificarse con éstos, y mucho menos recordarlos.

Retomando la teoría del recuerdo selectivo de Schramm, podemos afirmar que los niños recuerdan la estructura porque es parte de su vida diaria. En cambio el contenido es ajeno a ellos y por lo regular se tiende a olvidar aquello que no es relevante para los niños.

En nuestra investigación los niños recuerdan el programa en sí, pero no su contenido. Prueba de ello es que el programa de los Felinos Cósmicos (programa analizado) es el de mayor rating actualmente (junio 1987).

Por lo tanto los niños conocen la estructura narrativa del programa y olvidan lo que pasa en él. Puesto que la estructura narrativa la han aprendido en la sociedad, además de que se da de antemano en las relaciones sociales.

Los resultados obtenidos en esta investigación solamente consideraron el valor real obtenido por los observadores en los resultados de la aplicación del instrumento del análisis de contenido de los Felinos Cósmicos, sin considerar el 11.30 de margen de error de este instru-

mento. Este hecho se debió a que son valoraciones de juicio y que no tienen una influencia real sobre el resultado final de la correlación, dado que ésta resultó muy baja entre las dos variables establecidas. Al iniciar el diseño experimental se decidió tomar en cuenta su influencia, pero debido a lo bajo de la correlación se optó por no considerarla.

Este estudio, que correlaciona dos variables: -- los usos, funciones y gratificaciones y, la atención y retención selectivas demuestra la inexistencia de la dependencia de las variables, mientras que, por otro lado, reafirma la mayor importancia de otros niveles de comunicación.

Se ha discutido anteriormente la pertinencia de los resultados aquí obtenidos dentro de la teoría de la atención y retención selectivas y de los usos, funciones y gratificaciones, para concluir que al parecer la teoría no responde a las necesidades de esta investigación, mientras se demuestra la función de refuerzo por parte de los medios de comunicación masiva.

Dado lo anterior, la teoría empleada en el marco teórico formulada desde hace 37 años aproximadamente, resulta inoperante para el caso de nuestro estudio, en el que los niños utilizan a la televisión como un elemento de diversión y no de información, ni de análisis, ni de educa

ción y por ello la influencia de la televisión en este caso concreto, se ve diluida hasta el grado de no existir de pendencia entre las variables aquí empleadas.

Este estudio reafirma la idea de que son otro ti po de comunicaciones las que más influyen en el niño, estos, son estímulos diferentes los que permiten una mayor -- atención y selección de los contenidos de los mensajes; y que son las funciones, los usos y las gratificaciones con los cuales los niños ven los Felinos Cósmicos, que sólo -- sirven de refuerzo a la atención y selección. Por ello una conclusión importante consiste en tratar de indagar en la historia personal de los sujetos y en la localización de -- los significados que le otorgan al programa en función de sus experiencias pasadas, sin dejar de lado que si esta in vestigación de alguna manera fuera generalizada a otros -- sujetos y se encontraran los mismos resultados, se podría pensar en que no sólo se depende de la historia personal -- de los individuos, sino de los procesos de socialización -- que cada niño tiene en sus familiares, y esto nos llevará a plantear que es quizá ahí, donde el niño verdaderamente aprende a significar las comunicaciones masivas, es decir, que sea ahí, donde adquiere los valores que le permiten re cordar y atender selectivamente a los mensajes de los me-- dios.

Otro punto de interés en estas conclusiones, es

el hecho de que los niños entre 9 a 12 años de edad han lo grado la diferenciación entre la realidad y la fantasía, y que por ello es justo en ese momento cuando logran separar y diferenciar las funciones de los medios; gracias a ello, la influencia de ciertos programas es nula. Con esto quere mos dejar claro que puede ser posible que la televisión -- tenga cierto tipo de influencia sobre niños que no hayan alcanzado todavía la etapa de los "12 a 9 años". O bien -- quizá si se analizara la personalidad de los niños a quienes sí afecta, se lograrán encontrar algunas coincidencias de atención y retención selectivas. Este punto nos induce a replantear la línea de investigación aquí seguida, en la medida de localizar a niños a los cuales sí les afecta la televisión o bien a aquellos que nunca hayan visto el programa y proceder a investigarlos para localizar las variables individuales que permiten que sí los afecte.

Por otro lado, una de las conclusiones obtenidas de este estudio es que los niños al parecer ya conocen la estructura narrativa de los programas y es por ello que no representa ningún contenido significativo, puesto que la significación de los hechos presentados en el programa, es tá medida o multideterminada por las condiciones individuales, sociales, históricas y culturales dentro de las que viven, es decir, el niño ha aprendido la estructura narrativa de "bueno vs. malo", en la que los buenos ganan por "

medio del uso de los mismos mecanismos empleados por los malos, pero con un sentido guiado por la bondad. Esta estructura narrativa es proporcionada por otras instancias comunicativas, en donde la televisión sólo presenta variantes de forma y no de contenido. En este punto es interesante proponer investigaciones que permitan localizar cuáles son las instancias comunicativas que proporcionan estas estructuras narrativas y a qué sistema corresponden para localizar la regulación, transformación, sistematicidad y totalidad estructural que representan las comunicaciones televisivas. Es claro que se piensa en apoyar otro tipo de teorías por la vía de la contrastación empírica, dado que se conocen investigaciones que lo proponen a nivel de teoría, sin el correspondiente sustento empírico.

Por último, se quiere dejar muy claro que los resultados nos permitieron llegar a todas las conclusiones anteriores y ahí radica su valor. Sin embargo, consideramos muy importante resaltar la concreción y operacionalización de una serie de categorías abstractas aplicadas a hechos reales y sobre nuestra realidad concreta. De ahí que la técnica y los instrumentos sean algunos de los aspectos que se puedan rescatar, en la medida, inclusive, de que tales técnicas e instrumentos sirvan para futuras investigaciones y las validen por la vía de la comprobación y con ello permitan el desarrollo y optimicen los recursos teóri

rico-metodológicos.

BIBLIOGRAFIA.

- Almanaque del Estado de México 1983, México, D.F., -- 1983, 416 pp.
- Anastasi Anne, Tests psicológicos, 2a. ed., Madrid, - ediciones Aguilar, 1973, 679 pp.
- Berger Peter L. y Luckmann Thomas, La construcción so- cial de la realidad, Buenos Aires, Amorrorto editores, 1979, 233 pp.
- Blake H. Reed y Haroldsen Edwin O., Una taxonomía de los conceptos de comunicación, México, Nuevomar, 1980, 175 pp.
- Boudon R. y Lazarsfeld P., Metodología de las cien- cias sociales, Barcelona, Laia, 1973, 250 pp.
- David W. P., Opinión Pública. Enciclopedia Internacio- nal de las ciencias sociales.
- De Fleur Melvin y Ball-Rokeach. Teoría de la comunica- ción de masas, 7a. ed., México, Paidós, 1982, 349 pp.
- ENEP Acatlán, Centro de Estudios Interdisciplinarios de apoyo a la Docencia, Análisis de Contenido, México, UNAM, S.A.
- Fernández R., Rodríguez A., Salgado E., Análisis de - contenido del programa He-Man, Investigación inédita para la materia Seminario de Análisis de Contenido. - Febrero 1986.
- Fernández R., Vieyra A., Motivaciones en el programa infantil He-Man, Investigación inédita para la mate- ria Psicología de la Comunicación Colectiva. Agosto - 1986.
- Fernández R., Horta M., Resendiz R., Salgado E., Viey- ra., Los niños y la televisión educativa, Investiga- ción inédita para la materia Metodología de las Cien- cias Sociales. Marzo 1984.
- Goode William J. y Hatt Paul K., Métodos de investiga- ción social, México, Trillas, 1984, 469 pp.

- Hielscha H. y Clauss G., Psicología del niño escolar, México, Grijalbo, 1966, 307 pp.
- Mayntz R., Holve K. y Hubrer P., Introducción a los métodos de la sociología empírica, Madrid, Alianza, 1975, 31 pp.
- Mc. Quail Denis, Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona España, Paidós comunicación, 1983, 318 pp.
- Merton Robert K., Teoría y estructuras sociales, México, D.F., Fondo de cultura económica, 1976, 504 pp.
- Moreno Velázquez Ivonne (1980), La audiencia mexicana de televisión: Estudio descriptivo de variables socioestructurales, psicológicas y de usos, funciones y gratificaciones de la televisión en la audiencia mexicana del medio urbano. Tesis inédita de maestría. México: Facultad de Psicología, UNAM.
- Paoli José A., Comunicación, México, edicol, 1979, -- 195 pp.
- Rojas Soriano Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, 4a. ed., México, UNAM, 1979, 279 pp.
- Schramm Wilbur, La ciencia de la comunicación humana, México, El Roble, 1980, 159 pp.
- Sperling Abraham P., Psicología simplificada, México, Grupo Sayrols, 1985, 199 pp.
- Spiegel Murray R., Estadística, trad. José Luis Gómez Espada, México, Mc Graw-Hill, 1970, Serie de compendios Schaum, 357 pp.
- Tyler Leona E., Psicología de las diferencias humanas, Madrid, ediciones Marova, 1975, 585 pp.
- Wright Ch., Comunicación de masas, Buenos Aires, Paidós, 1974, 120 pp.

HEMEROGRAFIA.

- Davison W. Phillips, "On the effects of communication", Public Opinion Quarterly, Vol. 24, 1959, 343-360 pp.
- Freidson Eliot, "The relation of the social situation of to the media in mass communication", Public Opinion Quarterly, Vol. 17, 1953, 230-238 pp.
- Nordenstreng Kaarle, "Comments on "gratifications research" in broadcasting", Public Opinion Quarterly, Vol. 34, 1970, 130-133 pp.
- Riley Matilda White and Riley John W., "A sociological approach to communications research", Public Opinion Quarterly, Vol. 15, 1951, 445-460 pp.

INSTRUMENTOS EMPLEADOS PARA EL ANALISIS DE CONTENIDO.

CUADRO POR PROGRAMA

CARICATURA:	HORARIO:	CANAL:	FECHA:
TEMA: Asunto que se aborda y alrededor del cual se desarrolla el programa.			
ARGUMENTO: 1) Planteamiento 2) Desarrollo 3) Climax 4) Desenlace			
CARACTERISTICAS DE LOS PERSONAJES: a) Actitudes 1) Agresión 2) Pacífico 3) Envidia 4) Compartido 5) Feliz 6) Infeliz 7) Avaricia 8) Generosidad 9) Cobarde 10) Valiente 11) Odio 12) Amistad 13) Ataque 14) Defensa 15) Credibilidad 16) Incredulidad 17) Inteligente 18) Torpe	PRINCIPALES	SECUNDARIOS	INCIDENTALES
	b) Eticas 1) Agresión 2) Pacífico 3) Envidia 4) Compartido 5) Feliz 6) Infeliz 7) Avaricia 8) Generosidad 9) Cobarde 10) Valiente 11) Odio 12) Amistad 13) Ataque 14) Defensa 15) Credibilidad 16) Incredulidad 17) Inteligente 18) Torpe		
ACCIONES: Actividades que realizan los personajes.			
1) Robar 2) Pelear 3) Huir 4) Atacar 5) Gritar 6) Defender 7) Llorar 8) Reír 9) Burlarse 10) Dormir 11) Platicar 12) Comer 13) Jugarse 14) Pensar 15) Desplazarse			

CUADRO DE CONCENTRACION.

TEMA		FRECUENCIA		PORCENTAJE			
1) Atacar a los Felinos Cósmicos 2) Piden ayuda a los Felinos Cósmicos 3) Los Felinos Cósmicos auxilian a los que están en peligro 4) Competencia entre los Felinos Cósmicos							
ARGUMENTO PLANTEAMIENTO 1) Planean destruir a los Felinos Cósmicos 2) Piden ayuda a los Felinos Cósmicos 3) Se presenta una situación fuera de lo normal							
DESARROLLO 1) Leona se entera de lo que sucede y ayuda 2) Son atacados los Felinos Cósmicos 3) Alguno de los Felinos Cósmicos se entera de lo que ocurre y va al rescate 4) Descripción de la competencia							
DESENLACE 1) Terminan con el peligro 2) Leona logra su objetivo personal							
TOTAL DE PROGRAMAS ANALIZADOS							
TIPO DE PERSONAJES		PRINCIPALES		SECUNDARIOS		INCIDENTALES	
PERSONAJES		FRECUENCIA		FRECUENCIA		FRECUENCIA	
MAGNITUD DE MEDIDA		X		X		X	
TIPO DE CARACTERÍSTICA		A	E	A	E	A	E
CARACTERÍSTICAS	1) Agresión						
	2) Pacífico						
	3) Envidia						
	4) Compartido						
	5) Feliz						
	6) Infeliz						
	7) Avaricia						
	8) Generosidad						
	9) Cobarde						
	10) Valiente						
	11) Odio						
	12) Amistad						
	13) Ataque						
	14) Defensa						
	15) Credibilidad						
	16) Incredulidad						
	17) Inteligente						
	18) Torpe						
ACCIONES	1) Robar						
	2) Pelear						
	3) Huir						
	4) Atacar						
	5) Gritar						
	6) Defender						
	7) Llorar						
	8) Reír						
	9) Burlarse						
	10) Dormir						
	11) Platicar						
	12) Comer						
	13) Juger						
	14) Pasear						
	15) Desplazarse						
TOTAL DE PROGRAMAS EN LOS QUE APARECEN LOS PERSONAJES							

NOTA 1: El porcentaje de las características y acciones de los personajes se obtuvo de acuerdo con el total de veces que apareció el personaje en los diez programas que se consideraron para el análisis de contenido.

NOTA 2: Las características de actitud y éticas son las mismas. En el tipo de característica se le asignó la letra A a actitudes y la E a éticas.

VALORACION PARA LA ESCALA DEMOGRAFICA DE

ROBERT L. HAVINGHURST.

- Se entrevistan sólo las condiciones del padre, en -
caso de no ser posible, entonces las de la madre.

- La ocupación se multiplica por tres.

- La escolaridad se multiplica por dos.

- Los resultados de estas dos operaciones se suman.

NIVEL DE ESCOLARIDAD.

1. Universidad o algo parecido.
2. Preparatoria, normal o estudios equivalentes.
3. Secundaria o estudios equivalentes.
4. Algo de secundaria o carrera corta.
5. Primaria
6. 4° grado de primaria.

OCUPACION

MUJERES

HOMBRES

I

Doctora

Catedrático UNAM

Concertista de piano

Arquitecto

Química

Científico

Dentista

Doctor

Catedrático

Abogado

Arquitecto

Contador público

ANEXO II

II

Trabajadora social	Agente de seguros
Jefe de oficina	Gerente de banco
Laboratorista	Contador privado
Enfermera	Piloto aviador
Maestra de secundaria	Maestro de secundaria
Publicista	Publicista
Gerente de banco	Trabajador social
Secretaria Bilingüe	Jefe de oficina
Bibliotecaria	Laboratorista

III

Secretaria	Agente viajero
Perforista	Burócrata
Burócrata	Locutor
Maestra de primaria	Empleado bancario
Empleada bancaria	Capitán del ejército
Educadora	Supervisor en una fábrica
Aeromoza	Secretario
Dueña de pequeño comercio	Dueño de pequeño comercio
Dueña de florería	Capitán de meseros
Decorador	Maestro de primaria
Archivista	Dueño de tienda de abarrotes
Dueña de farmacia pequeña	Periodista
Ama de casa	

IV

Telefonista	Carpintero
Dependiente de mostrador	Peluquero
Mecanógrafa	Mecánica
Oficinista	Electricista
Manicurista	Tornero
Taquígrafa	Plomero
Recepcionista	Taxista
Agente de prods. de belleza	Pintor de casas
Peinadora	Dependiente de mostrador
Directora de belleza	Fotógrafo
Fotógrafa	Cerrajero
Vendedora	Maquinista

V

Obrera	Obrero
Costurera	Chofer
Encargada de taquilla	Agente de tránsito
Mesera	Mesero
Acomodadora de cine	Policia bancario
Decoradora de pasteles	Cartero
Obrera de supermercado	Bombero
Galopina	Sargento del ejército
Cocinera	Policia, Chofer

VI

Lavandera

Albañil

Portera

Portero

Vendedora ambulante

Campesino

Afanadora

Mozo

Planchadora

Barrendero

Niñera

Lechero

TABLA DE VALORES PARA ASIGNAR EL NIVEL SOCIOECONOMICO

5	
6	
7	
8	
9	ALTA
10	
11	
12	
<hr/>	
13	
14	
15	
16	MEDIA
17	
18	
19	
<hr/>	
20	
21	
22	
23	
24	
25	BAJA
26	
27	
28	
29	
30	
<hr/>	

REQUISITOS DE ENTRADA:

¿Qué edad tienes? _____

¿Cuál es la colonia en donde vives y a qué municipio corresponde? _____

C U E S T I O N A R I O

Este cuestionario nos servirá para hacer un estudio en la Universidad Nacional Autónoma de México, te pedimos contestes conforme a lo que tú creas. Gracias por tu ayuda.

INSTRUCCIONES: Lee con atención cada una de las siguientes preguntas y escribe en el paréntesis correspondiente la letra o letras de la opción u opciones que representen o se acerquen a lo que tú creas.

1.- Coloca una "x" si tu papá estudió:
(si no sabes de tu papá, pon el de tu mamá)

- a) 4° año de primaria. _____
- b) Toda la primaria. _____
- c) Algo de secundaria o carrera corta. _____
- d) Toda la secundaria. _____
- e) Preparatoria, normal o estudios equivalentes. _____
- f) Universidad o algo parecido. _____

2.- ¿En qué trabaja tu papá?
(si no sabes de tu papá, pon el de tu mamá)

3.- Dibuja las figuras, que viste en las láminas que se te presentaron, en los siguientes cuadros.



4.- Ponle una "x" al día o días que ves los Felinos Cósmicos:

- | | |
|---------------|-----------------|
| Lunes () | Jueves () |
| Martes () | Viernes () |
| Miércoles () | No recuerdo () |

5.- ¿Qué día de la semana no te pierdes por ningún motivo los Felinos Cósmicos?

- | | |
|--------------|----------------|
| a) Lunes | d) Jueves |
| b) Martes | e) Viernes () |
| c) Miércoles | f) No recuerdo |

6.- ¿En qué habitación de tu casa vez el programa?

- | | |
|------------|-------------------------|
| a) Sala | e) Récamara |
| b) Cocina | f) Cuarto de televisión |
| c) Comedor | g) No recuerdo () |
| d) Estudio | h) Otros |

(Si la respuesta es "h" pasar a la pregunta 7 y si es diferente pasar a la pregunta 8).

7.- ¿Cuál? _____

8.- ¿Cómo te pones para ver los Felinos Cósmicos?

- | | |
|------------------|-----|
| a) Parado | |
| b) Hincado | |
| c) Sentado | |
| d) Acostado | |
| e) Otra posición | () |

(Si la respuesta es "e" pasar a la pregunta 9 y si es diferente de "e" pasar a la pregunta 10)

9.- ¿Cuál? _____

10.- ¿En dónde te pones para ver los Felinos Cósmicos?

- | | |
|----------|--------------------|
| a) Cama | e) Sillón |
| b) Banco | f) Taburete |
| c) Silla | g) No recuerdo () |
| d) Suelo | h) Otro mueble |

(Si la respuesta es "h" pasar a la pregunta 11 y si es diferente de "h" pasar a la pregunta 12)

11.- ¿Cuál? _____

- 12.- ¿A qué distancia de la televisión estás para ver los Felinos Cósmicos?
- a) A menos de un metro
 - b) Entre uno y dos metros
 - c) Entre tres y cuatro metros ()
 - d) Entre cinco y seis metros
 - e) No recuerdo

- 13.- ¿Cuántas personas te acompañan cuando estás viendo -- los Felinos Cósmicos?
- a) Solo ()
 - b) No recuerdo ()

(si la respuesta es "a" pasar a la pregunta 18)

- 14.- ¿Qué relación o parentesco tienes con las personas -- que te acompañan cuando estás viendo los Felinos Cósmicos?
- a) Tío
 - b) Mamá
 - c) Papá
 - d) Amigo
 - e) Primo
 - f) Hermano
 - g) No recuerdo ()
 - h) Otra relación

(Si la respuesta es "h" pasar a la pregunta 15 y si es diferente de "h" pasar a la pregunta 16).

- 15.- ¿Cuál? _____

- 16.- Cuando estás viendo los Felinos Cósmicos, ¿cómo te -- llevas con las personas que te acompañan?
- a) Muy bien
 - b) Bien
 - c) Regular ()
 - d) Mal
 - e) Muy mal
 - f) No recuerdo

- 17.- ¿Acostumbas a platicar del programa con las personas que te acompañan cuando estás viendo el programa?
- a) Muchísimo
 - b) Mucho
 - c) Regular ()
 - d) Poco
 - e) Nada

- 18.- ¿Qué actividades realizas cuando estás viendo los Felinos Cósmicos?
- a) Comer
 - b) Jugar
 - c) Escribir
 - d) Estudiar
 - e) Platicar
 - f) No recuerdo ()
 - g) Otras

(Si la respuesta es "g" pasar a la pregunta 19 y si es diferente de "g" pasar a la pregunta 20)

19.- ¿Cuál? _____

20.- Cuando Leono sale en el programa de los Felinos C^osmicos, ¿te gustaría que hiciera o manifestara algo con lo que estás de acuerdo?
sí () no ()

(Si la respuesta es no pasar a la pregunta 22)

21.- De la siguiente lista señala lo que te gustaría que Leono hiciera o manifestara:

- | | | |
|--------------|--------------------------|-----|
| a) Odio | g) Generosidad | |
| b) Amistad | h) Infelicidad | |
| c) Envidia | i) Inteligencia | () |
| d) Avaricia | j) Creer en los demás | |
| e) Compartir | k) No creer en los demás | |
| f) Felicidad | l) No recuerdo | |

22.- Me gusta ver los Felinos C^osmicos porque hacen cosas:

- | | |
|----------------|-----|
| a) Muy buenas | |
| b) Buenas | |
| c) Regulares | () |
| d) Muy malas | |
| e) Malas | |
| f) No recuerdo | |

23.- Te gustaría hacer cosas como Leono, ¿porque te gustaría ser él?

- | | |
|--------|--------|
| sí () | no () |
|--------|--------|

(Si la respuesta es no pasar a la pregunta 25)

24.- De la siguiente lista señala lo que Leono hace en el programa y que tú desearías hacer, debido a que te -- gustaría ser él:

- | | | |
|-----------|-------------|--------------------------|
| a) Huir | g) Dormir | m) Platicar |
| b) Reir | h) Gritar | n) Ir de un lugar a otro |
| c) Comer | i) Llorar | o) No recuerdo |
| d) Jugar | j) Pasear | () |
| e) Robar | k) Pelear | |
| f) Atacar | l) Defender | |

25.- Lo que Leono hace en el programa, lo ven sus amigos - como:

- a) Muy bueno
- b) Bueno ()
- c) Regular
- d) Malo
- e) Muy malo
- f) No recuerdo

26.- De la siguiente lista señala el motivo por el cual -- ves los Felinos Cósimicos. Porque me gusta la:

- a) Paz
- b) Amistad
- c) Valentía
- d) Felicidad
- e) Distribución de los bienes.
- f) Generosidad
- g) Inteligencia ()
- h) Creer en los demás
- i) Defensa de lo bueno
- j) No recuerdo

27.- De la siguiente lista señala lo que menos te gusta -- del programa de los Felinos Cósimicos:

- a) El odio
- b) El ataque
- c) La envidia
- d) La torpeza
- e) La agresión
- f) La avaricia
- g) La cobardía
- h) La infelicidad ()
- i) La incredulidad
- j) No recuerdo

28.- Tú ves el programa de los Felinos Cósimicos porque:

- a) Atacan los Felinos Cósimicos
- b) Compiten los Felinos Cósimicos entre ellos
- c) Ayudan los Felinos Cósimicos a los demás ()
- d) Defienden a los Felinos Cósimicos
- e) No recuerdo

29.- Tú ves el programa de los Felinos Cósimicos para:

- a) Enojarme con mis amigos
- b) Divertirme con mis amigos

(Si contesta "a" pasar a la pregunta 30 y si responde "b" pasar a la pregunta 31)

30.- Al ver el programa de los Felinos Cósimicos tú esperas poder:

- a) Huir
- b) Robar
- c) Atacar
- d) Gritar
- e) Llorar
- f) Pelear ()
- g) Burlarte
- h) No recuerdo

(Pasar a la pregunta 32)

- 31.- Al ver el programa de los Felinos C6smicos t6 esperas poder:
- | | |
|-------------|--------------------------|
| a) Reir | e) Platicar |
| b) Jugar | f) Ir de un lugar a otro |
| c) Pasear | g) No recuerdo () |
| d) Defender | |
- 32.- De la siguiente lista se6ala como son Tigro y Pantro en el programa:
- | | |
|--------------|------------------------------------|
| a) Torpes | k) Defensores |
| b) Felices | l) Envidiosos |
| c) Odiosos | m) Incr6dulos |
| d) Cobardes | n) Peleones |
| e) Agresivos | o) Avariciosos |
| f) Amistosos | p) Compartidos () |
| g) Generosos | q) Inteligentes |
| h) Infelices | r) Creen en lo que dicen los dem6s |
| i) Pacificos | s) No recuerdo |
| j) Valientes | |
- 33.- T6 crees que Tigro y Pantro son _____ porque
- | | |
|-----------|--------------------------|
| a) Rien | i) Pasean |
| b) Comen | j) Pelean |
| c) Huyen | k) Duermen |
| d) Roban | l) Platican () |
| e) Atacan | m) Defienden |
| f) Gritan | n) Se burlan |
| g) Juegan | o) Van de un lado a otro |
| h) Lloran | p) No recuerdo |
- 34.- Desde que ves el programa de los Felinos C6smicos - - piensas en lo que a t6 te pasa con:
- | | |
|-------------|---------------------|
| a) Paz | k) Valent6a |
| b) Odio | l) Felicidad |
| c) Ataque | m) Generosidad |
| d) Amistad | n) Infelicidad |
| e) Defensa | o) Credibilidad () |
| f) Envidia | p) Incredulidad |
| g) Torpeza | q) Inteligencia |
| h) Agresi6n | r) No recuerdo |
| i) Avaricia | |
| j) Cobard6a | |
- 35.- ¿Ves los Felinos C6smicos para aprender algo?
s6 () no ()
- (Si la respuesta es "no" pasar a la pregunta 38).

36.- Aprender a ser:

- | | |
|-------------|-----------------|
| a) Feliz | k) Valiente |
| b) Torpe | l) Defensivo |
| c) Odioso | m) Envidioso |
| d) Cobarde | n) Incrédulo |
| e) Crédulo | o) Peleoner () |
| f) Infeliz | p) Avaricioso |
| g) Agresivo | q) Compartido |
| h) Amistoso | r) Inteligente |
| i) Generoso | s) No recuerdo |
| j) Pacífico | |

37.- Lo que dices que aprendes es porque los Felinos Cósmicos:

- | | |
|-----------|--------------------------|
| a) Rien | i) Pasean |
| b) Comen | j) Pelean |
| c) Huyen | k) Duermen |
| d) Roban | l) Platican () |
| e) Atacan | m) Defienden |
| f) Gritan | n) Se burlan |
| g) Juegan | o) Van de un lado a otro |
| h) Lloran | p) No recuerdo |

38.- ¿Tú ves los Felinos Cósmicos para divertirte?
sí () no ()

(Si la respuesta es "no" pasar a la pregunta 40)

39.- ¿Qué te divierte de este programa?

- | | |
|-----------|-------------------------|
| a) Huir | i) Llorar |
| b) Reir | j) Pasear |
| c) Comer | k) Pelear |
| d) Jugar | l) Burlarse () |
| e) Robar | m) Defender |
| f) Atacar | n) Platicar |
| g) Dormir | o) Ir de un lado a otro |
| h) Gritar | p) No recuerdo, |

40.- ¿Tú ves los Felinos Cósmicos para conocer algunas formas de cómo comportarte?
sí () no ()

- 41.- ¿Cuáles son las formas de comportarte que has conocido en el programa y que te gustan?
- | | |
|-----------|-------------------------|
| a) Huir | i) Llorar |
| b) Reir | j) Pasear |
| c) Comer | k) Pelear |
| d) Jugar | l) Burlarse () |
| e) Robar | m) Defender |
| f) Atacar | n) Platicar |
| g) Dormir | o) Ir de un lado a otro |
| h) Gritar | p) No recuerdo |

- 42.- ¿Crees que los Felinos Cósmicos salen en la televisión porque son personajes importantes?
sí () no ()

(Si la respuesta es "no" pasar a la pregunta 44)

- 43.- Son importantes porque:
- | | |
|-----------|--------------------------|
| a) Rien | i) Pasean |
| b) Comen | j) Pelean |
| c) Huyen | k) Duermen |
| d) Roban | l) Platican () |
| e) Atacan | m) Defienden |
| f) Gritan | n) Se burlan |
| g) Juegan | o) Van de un lado a otro |
| h) Lloran | p) No recuerdo. |

- 44.- Ves el programa de los Felinos Cósmicos porque también están en:

- | | |
|-------------|------------------------------|
| a) Cine | h) Camisetas |
| b) Radio | i) Cinturones |
| c) Bolsas | j) Festivales |
| d) Muñecos | k) Periódicos () |
| e) Estampas | l) Calcomanías |
| f) Juguetes | m) Presentaciones personales |
| g) Revistas | n) No recuerdo |

- 45.- ¿Desde que ves los Felinos Cósmicos, tu forma de comportarte ha cambiado?
sí () no ()

(Si la respuesta es "sí" pasar a la pregunta 46)

46.- Te has vuelto más:

- | | |
|-------------|-----------------------|
| a) Feliz | j) Valiente |
| b) Torpe | k) Defensivo |
| c) Odioso | l) Envidioso |
| d) Cobarde | m) Incrédulo |
| e) Infeliz | n) Peleonero |
| f) Agresivo | o) Avaricioso () |
| g) Amigable | p) Compartido |
| h) Generoso | q) Inteligente |
| i) Pacífico | r) Crees en los demás |

G R A C I A S .