

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE ENFERMERIA**



**RELACIÓN ENTRE EL USO TELEVISIVO Y LA
AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA VIRGEN DEL CARMEN N°1174
JUNIO 2017**

TESIS

**PRESENTADA POR BACHILLER
DAVID ALFREDO VARGAS DONAYRE**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ENFERMERIA**

**LIMA – PERÙ
2018**

ASESORA DE TESIS: MG. RINA MERCEDES BUSTAMANTE PAREDES

DEDICATORIA

Este presente trabajo lo dedico con amor a todos mis seres queridos gracias a ellos, se pudo lograr esta meta.

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por darle salud a mis padres, ya que por ellos hoy me encuentro frente usted y darme la oportunidad de culminar esta carrera con éxitos.

A la Universidad Privada San Juan Bautista

A mi alma mater a quien debo la formación profesional, a mis docentes brindarme sus conocimientos por guiarme durante toda mi formación académica.

A la institución educativa virgen del Carmen N°1174

Por brindarme el tiempo permitió de elaborar este trabajo de investigación se haga posible realizarlo.

A mi asesora

Por su buena labor e brindarme sus conocimientos y su gran apoyo durante todo este proceso de elaboración e igual manera a todas las personas que colaboraron de manera directamente o indirectamente de la presente investigación.

RESUMEN

Introducción: Actualmente el uso televisivo es de mayor magnitud en los adolescentes, abarca aproximadamente el 75% de sus actividades cotidianas, pasando más del tiempo permitido frente al aparato televisivo. El presente estudio tiene como **Objetivo:** Determinar la relación de uso televisivo y la autoestima de los adolescentes de la Institución Educativa Virgen del Carmen N°1174 de san juan de Lurigancho alumnos del 3 grado de secundaria, junio 2017. **Metodología:** Estudio cuantitativo, descriptivo y de corte transversal. La técnica que se utilizó para ambas variables fue a encuesta y el instrumento el cuestionario. Muestra conformada por 80 estudiantes del 3^{ro} grado de secundaria. **Resultados:** Los adolescentes hacen un uso adecuado de los medios televisivos en 52% y uso inadecuado un 48 %, de acuerdo a las dimensiones: contenidos de programas es adecuado en el 56 % , tiempo de expectación 52 % , motivación televisiva 57 % , acompañamiento 82 % , en relación a la autoestima es alta en el 58 % , media en el 31 % y baja en el 11% . Tomando las dimensiones los adolescentes tiene autoestima media de acuerdo al de aspecto físico en 53% y aspecto social 93 % y aspecto afectivo 72%. **Conclusión:** La relación entre el uso televisivo y la autoestima de los adolescentes es alta. El uso televisivo en los adolescentes es adecuado según: Contenidos de programas, Tiempo de expectación, Motivación de la televisión, acompañamiento es adecuada. La autoestima de los adolescentes es media según los Aspectos: Físico, Social y Afectivo.

PALABRAS CLAVE: Adolescente, Autoestima, Uso televisivo

ABSTRACT

Introduction: Currently the use of television is of greater magnitude in adolescents, it covers approximately 75% of their daily activities, spending more of the time allowed in front of the television set. The present study aims to: Determine the relation of television use and self-esteem of the adolescents of the Educational Institution Virgen del Carmen N°1174 of San Juan de Lurigancho secondary school students, June 2017.

Methodology: Qualified study was quantitative, descriptive and cross-section. The technique used for both variables was a survey and the instrument was a questionnaire. Sample made up of 80 students of the 3rd grade of secondary.

Results: Adequate use of television media by 52% and inappropriate use by 48%, according to the dimensions: content of programs is adequate in 56%, time of expectation 52%, motivation television 57%, accompaniment 82%, in relation to self-esteem is high in 58%, average in 31% and low in 11%. Taking the dimensions, the adolescents have average self-esteem according to the physical aspect in 53% and social aspect 93% and affective aspect 72%.

Conclusion: The relationship between television use and self-esteem of adolescents is high. The use of television in adolescents is adequate according to: Contents of programs, Time of expectation, Motivation of television, accompaniment is adequate. The self-esteem of the adolescents is average according to the Aspects: Physical, Social and Affective.

KEYWORDS: Teen, Self-esteem, TV usage

PRESENTACIÓN

Actualmente el uso televisivo es uno de los medios de comunicación más importante y su uso con mayor magnitud enfocado en los adolescentes quienes muchas veces se enfocan en la forma de presentación y actuación de las personas que laboran en este medio como los presentadores , reporteros , las publicidades que les venden moda , cultura , costumbre , las cuales los jóvenes lo van adoptando , haciendo parte de su vida ya que aborda el total de tiempo en ver la televisión teniendo en cuenta que el público de mayor demanda está entre: adolescentes y adultos y muchas veces la televisión ocupa el rol de un cuidador de muchos menores que están frente a ella.

El medio de comunicación social cumple un papel importante en la construcción de la identidad de una sociedad, con discurso e imágenes, los medios representan a las personas y las relaciones entre ellas. Así como son capaces de instalar ideas acordes con las transformaciones que se operan en la realidad, también pueden reforzar imágenes tradicionales y roles estereotipado de cada género.

Algunos programas de televisión visto por adolescentes muestran casos de violencia que promueve el carácter violento dañando a la sociedad misma así mismo como medio sexista el cual muestra a la mujer como un objeto sexual, además promueve la belleza física y superficial que en muchos aspectos influye a las adolescentes mujeres emplear en su vida personal.

El adolescente por naturaleza es vulnerable, que se encuentra en la última etapa para consolidarse como un adulto, por tanto, requiere de las personas con quienes puedan establecer una relación de confianza que les ayuden a entender y sentirse valorados muchas veces se siente

influenciado por lo que ve y toma prioridad el consumo de la televisión antes sus labores escolares.

El objetivo del estudio es determinar La relación entre el uso televisivo y autoestima en adolescentes de la Institución Educativa Virgen del Carmen N°1174.

Es importante porque está orientado en conocer las condiciones personales de los adolescentes en cómo se encuentra a nivel psicológico e social para poder emplear como base las acciones orientadas a promover implementaciones de programas educativos y fortalecer en su autoestima y por ende prevenir conductas que perjudican en la vida de los adolescentes para poder tener una ciudadanía sana para el futuro.

Con el fin busca despertar el interés de los problemas juveniles para así enfocar al grupo profesional de la salud haciendo de gran interés, sabiendo que es la responsabilidad que nos compete asumir frente a los futuros ciudadanos quienes van tener la responsabilidad y a futuras generaciones.

El presente estudio consta de la siguiente estructura.

Capítulo I: El Problema, hace referencia a los contextos tomando en cuenta los aspectos generales a nivel internacional, nacional y lo local; y concluyendo a la situación los adolescentes, la Formulación del Problema, la Justificación y los Objetivos

Capitulo II: Se sustenta el Marco Teórico, se estructura con los Antecedentes de la investigación; las Fundamentaciones; Variable; Hipótesis.

Capítulo III: El desarrollo de los Materiales y Método: Método y Tipo de Investigación; Población y Muestra; Técnicas e Instrumentos; Plan de Recolección de información; Plan para el procesamiento de la Información y Análisis e Interpretación de los resultados.

Capítulo IV: Los Resultados y Discusión, se desarrolla representando a las preguntas de las encuestas en cuadros y gráficos con sus respectivos análisis e interpretación.

Capítulo V: Las Conclusiones y Recomendaciones, este capítulo es el resultado de la investigación realizada. Finalmente, las referencias Bibliográficas, Bibliografías y Anexo.

ÍNDICE

	Pág.
CARÁTULA	i
ASESORA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
PRESENTACIÓN	vii
ÍNDICE	x
LISTA DE TABLAS	xii
LISTA DE GRÁFICOS	xiii
LISTA DE ANEXOS	xiv
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	
I.a. Planteamiento del problema	15
I.b. Formulación del problema	18
I.c. Objetivos	18
I.c.1. Objetivo General	18
I.c.2. Objetivos Específicos	19
I.d. Justificación	19
I.e. Propósito	20
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
II.a. Antecedentes bibliográficos	21
II.b. Base teórica	27
II.c. Hipótesis	46
II.d. Variables	46
II.e. Definición operacional de términos	47

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
III.a. Tipo de estudio	48
III.b. Área de estudio	48
III.c. Población y muestra	48
III.d. Técnica e instrumento de recolección de datos	49
III.e. Diseño de recolección de datos	49
III.f. Procesamiento y análisis de datos	50
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
IV.a. Resultados	52
IV.b. Discusión	57
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
V.a. Conclusiones	61
V.b. Recomendaciones	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
BIBLIOGRAFÍA	68
ANEXOS	69

LISTA DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1 Datos generales de los adolescentes de la Institución Educativa VIRGEN DEL CARMEN N °1174 Junio-2017	52
TABLA 2 Relación entre el Uso televisivo y autoestima de los adolescentes de la Institución Educativa VIRGEN DEL CARMEN N °1174 Junio-2017	91

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO 1 Uso televisivo de los adolescentes Institución Educativa Virgen Del Carmen N°1174 Junio -2017	53
GRÁFICO 2 Uso televisivo de los adolescentes según Dimensiones Institución Educativa Virgen del CarmenN°1174 Junio 2017	54
GRÁFICO 3 Autoestima de los adolescentes Institución Educativa Virgen del Carmen N °1174 Junio -2017	55
GRÁFICO 4 Autoestima de los adolescentes según dimensiones I.E Virgen del Carmen N °1174 Junio – 2017	56

LISTA DE ANEXO

		Pág.
ANEXO 1	Operacionalización de variables	69
ANEXO 2	Instrumento - Cuestionarios sobre uso televisivo en los adolescentes	72
ANEXO 3	Instrumento - Autoestima	74
ANEXO 4	Validez del instrumento	76
ANEXO 5	Confiabilidad del instrumento	77
ANEXO 6	Muestreo de la población	86
ANEXO 7	Asentimiento informado	87
ANEXO 8	Consentimiento informado	88

CAPITULO I: EL PROBLEMA

I.a. Planteamiento del problema:

Hoy en la situación actual vemos que la mayoría de los seres humanos están pendientes al consumo de la televisión y se ve la mayor demanda en los adolescentes ya que se encuentran sentados frente a un aparato televisivo observando programas como espectáculos; viven tan pendientes a ellos que les dedican mayor tiempo que elaborar sus deberes diarios.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) entre 10 % y el 20% de los adolescentes tienen algún problema de salud mental, por lo cual hoy en día, la adolescencia y sus problemas vinculados, entre la autoestima se viven en la mayoría de los hogares del mundo algunos estudios muestran el 23 % de adolescentes presenta una autoestima baja, así mismo cifras de adolescentes vinculados a problemas de drogadicción y alcoholismo son reportados en la población de América 65% de embarazos precoces estos problemas probablemente son debido a la falta de comunicación entre padres e hijos, vínculo social, problema mental o la baja autoestima.¹

La OMS debe dar a conocer que para tener una buena salud mental requiere tener la capacidad de resolver problemas y la confianza en uno mismo. Los profesionales de la salud deben contar con las competencias necesarias para relacionarse con gente joven, detectar e intervenir antes estas situaciones.²

Algunos programas de televisión vistos por las familias y adolescentes, muestran casos de violencia que promueve el carácter agresivo dañando el núcleo familiar y a la sociedad misma. También se presenta como medio sexista, el cual muestra a la mujer como un objeto promoviendo la belleza física y superficial que en muchos aspectos influye en la vida de las personas y en especial de los adolescentes.

Muchos de estos programas no son tan provechosos, ni educativos para la sociedad y conlleva a que nuestra juventud sea más ignorante cada día.

La televisión basura es la forma cretina que tiene el medio de crear programas mediocres que miden la inculturidad y tu desgracia para igualarla, y jamás potenciar lo bueno de esta vida. ³

En Argentina, en una encuesta del Centro de Estudios de la Opinión Pública (CEOP), reporto que el principal factor de entretenimiento es de 77% es mirar televisión, y casi el 84% destina a dicha actividad más de dos horas diarias. De los 2.926.089 niños de entre 5 y 14 años y, un 40% es mira de 3 a 5 horas por día. Acerca del impacto de la violencia televisiva en el universo infantil, las Universidades de Quilmes, Buenos Aires y Belgrano, en un trabajo conjunto, descubrieron que en 242 horas de programación se reconocieron 4703 escenas de violencia. Según esta estadística, cada tres minutos se producen imágenes de agresión que se duplican los fines de semana y en períodos de vacaciones. Los autores concluyen que, a lo largo de seis años, un menor acumula en su memoria un total de 85.410 escenas violentas. ⁴

En un estudio hecho en Chile las actividades como dormir, ir al colegio y ver televisión son actividades que los niños chilenos dedican más tiempo. Según datos recientes del estudio Uso del Tiempo, los niños de 6 y 12 años dedican 2 horas y 54 minutos al día a ver televisión, mientras que las niñas pasan 3 horas y 12 minutos frente a la pantalla chica una parte importante de la programación que ven los niños chilenos corresponde a la denominada televisión infantil, entendida ésta como un conjunto heterogéneo de géneros, que incluye tanto dibujos animados como otros formatos audiovisuales (animaciones, marionetas o muñecos ,series con actores reales, misceláneos de entretenición) . ⁵

Hace más de 50 años se inició la experiencia televisiva en el Perú; desde entonces, varias generaciones se han visto expuestas desde la primera infancia y durante el resto de su vida cotidiana, a los atractivos mensajes

de un aparato emisor que ya forma parte de la ecología familiar. Las preocupaciones sobre las posibles influencias sociales de este medio de difusión empezaron a cobrar importancia. La televisión cumple un papel fundamental en la conformación del tiempo libre de los niños y jóvenes.⁶

Los canales nacionales de señal abierta en nuestro país en la actualidad presentan programas en su mayoría de espectáculos los cuales difunden imágenes y conflictos de los actores del medio peruano, quienes muchas veces son seguidos por los adolescentes que admiran sus cuerpos, su forma de vestir, su actuar, la manera de hablar. Los medios de comunicación abiertos presentan estos programas como distractores y los adolescentes que permanentemente están en busca de competir copian dichos modos y lo replican en su entorno con sus grupos de amigos en las escuelas, barrios y hogares. En un trabajo realizado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú, las cifras indican que los peruanos ven en promedio 6 horas diarias de televisión y que la mitad de ellos está de acuerdo con los contenidos de la televisión peruana. Asimismo, se concluyeron que “el equipo con mayor presencia en los hogares peruanos es el televisor 99%, incluso por encima de la cocina 97%”.⁷

Las familias dentro de las comodidades de sus casas no carecen de un aparato televisivo, ya que este se ha convertido en su distractor general tanto para los jóvenes como los adultos, en todos los tipos de comunidades y familias vamos a observar que uno de los aparatos que no falta es la televisión, que brinda información y genera transformación en los hogares.

No es raro en nuestra realidad observar a los jóvenes adolescentes vistiendo de manera parecida a los actores de ciertos programas televisivos, utilizando juegos de competencias en su entorno social, utilizando palabras, términos y modos de las figuras del espectáculo.

A través de la pantalla chica, “son expuestos ante la audiencia determinados modelos de varones y mujeres, ejerciendo una influencia en

la construcción de masculinidades y feminidades”, que se mantienen en la estructura androcéntrica.⁸

Los adolescentes a pesar del tiempo y bajo la influencia de la televisión y sus programas televisivos obtienen de manera permanente expectativas negativas de la idea de género lo cual se altera generándose falta de respeto dentro del entorno social específicamente con sus pares.

Los adolescentes de la institución educativa Virgen del Carmen en su mayoría presentan inquietudes en relación al uso de competencias, en relación a valorarse ellos mismos dentro de su entorno social a quererse y amarse y no solamente, a reflejarse como el actor que se presenta en el programa de televisión, mostrándose siempre competente y buscando siempre trabajar en equipos buscando ganar y el reconocimiento por parte de sus compañeros, la mayoría de jóvenes manifiesta: "Miro televisión todas las tardes", "pertenezco al equipo rojo"; "mi canal favorito es el del nueve"; "Quiero ser tan alta fuerte y linda como esa chica", "No puedo competir"; "esos juegos siempre me hacen perder"; "No se si podre realizar esos saltos" De acuerdo a lo observado se propone la siguiente pregunta de la investigación.

I.b. Formulación del problema

¿Cuál es la relación entre uso televisivo y la autoestima en adolescentes de la Institución Educativa Virgen Del Carmen N °1174. San Juan de Lurigancho. Lima. Junio - 2017?

I.c. Objetivos

I.c.1. Objetivo general

- Determinar la relación entre uso televisivo y autoestima de los Adolescentes de la Institución Educativa Virgen Del Carmen N °1174. Lima. Junio -2017.

- **I.c.2. Objetivo específico**

1.- Identificar la relación entre el uso televisivo de los adolescentes, según

- ✓ Contenidos de programa
- ✓ Tiempo de expectación
- ✓ Motivación de la televisión
- ✓ Acompañamiento

2.- Identificar la autoestima de los adolescentes, en los aspectos

- ✓ Social
- ✓ Afectivo
- ✓ Físico

I.d. Justificación de estudio

La presente investigación se enfoca en los adolescentes que durante su proceso de desarrollo e integración social se encuentran expuestos a la influencia televisiva lo que a la vez influye en su autoestima de diversas maneras, buscar fortalecer el estado emocional y prevenir la alteración de su salud mental.

La salud como parte importante del proceso del desarrollo del adolescente está enfocada en el equilibrio dentro de su hogar y en u vida familiar, por lo cual el estudio de la autoestima y la influencia de la televisión es de suma importancia dentro del enfoque de mejorar la calidad de comportamiento y desarrollo del individuo.

La institución educativa está inmersa en este proceso de desarrollo del adolescente ya que es dentro de ella donde se relacionan e interactúan los adolescentes, mostrándose tales cual en el entorno de su grupo social es así que la institución debe estar comprometida en velar por el adecuado desarrollo físico, mental, social del adolescente. Promover nuevas actividades relacionadas en el área de salud con los adolescentes

fortalecerlos ya que en adelante ellos serán ciudadanos capaces de poder ejercer y tomar sus propias decisiones.

Para enfermería se considera intervenir en la promoción y prevención de la salud mental, para reconocer algún riesgo y fortalecer su autoestima de los adolescentes y crear nuevas estrategias de orientación. Con la medida que adopte el personal de salud se podrá identificar los patrones de conducta que se están optando los adolescentes en el uso televisión en relaciona a la alimentación, su vestimenta, trastorno de personalidad, prevenir el aislamiento de los adolescentes hacerlos seguros y sanos para una ciudad llena de adversidades.

I.e. Propósito

El propósito de esta investigación permitirá obtener información actualizada sobre el tema del estudio, además permite ampliar el campo de estudio de la profesión de enfermería para así poder abarcar los intereses actuales de mayor de manda en los adolescente, que cada día hoy en la actualidad se ve enfocado la demanda de uso del televisor dejando a un lado la internación social tales como los deberes escolares y familiares teniendo como prioridad la vida de otras personal famosas que su propia persona, en tanto para la profesión de es fortalecer dar un nuevo giro en sí y crear nuevos proyectos de la salud al adolescentes ampliando nuevos parámetros de salud general ya

Que nuestra carrera es de un roll cuidador debemos velar por ello y a un futuro tener una población de adulto sano. Es por ello la motivación que me llevo a cabo realizarlo para ver si un futuro pudo haberle servicio en mi profesión y crear nuevos talleres y programas recreativos en la prevención de la salud.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

II.a. Antecedentes Bibliográficos

Ortega E. Realizo un **ESTUDIO DEL EFECTO QUE CAUSAN LOS PROGRAMAS DE REALITY SHOW TELEVISIVOS EN LA CONDUCTA DE LOS NIÑOS DE LA ESCUELA CACIQUE TOMALÁ, EN EL SECTOR DE BASTIÓN POPULAR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL – ECUADOR 2016**. Se realizó un estudio de descriptivo y de corte transversal, como técnica de estudio se utilizó la encuesta y la entrevista que estaban conformadas por 10 preguntas claves para saber las causas que los afectan, la población estuvo conformada por 212 alumnos. Como resultado se obtuvo: Con esta pregunta se demuestra que los niños al momento de ver televisión un 32% están acompañados de hermano, tíos u otros familiares, un 23% están con sus padres ya que trabajan durante el día, y el 52% están solos sin la supervisión de nadie. Los niños al momento de ver televisión siempre van a elegir programas de competencias como Combate, Calle 7 entre otros con un 94% liderando la lista, ya que lo llamativo de estos es la música, los personajes, incluso el contenido ya sea apropiado o no. Un resultado de 88% los niños prefieren ver televisión, que realizar cualquier otro tipo de actividad, mencionan que si no hay buena programación prefieren salir un 8% lo comentan y el 4% se dedica a estudiar al llegar a casa.

Los niños en la tarde cuando regresan de la escuela le dedican mucho tiempo un 94% a ver televisión. Mientras el papá esta fuera de casa, el niño es quien tiene el mando de la televisión con un 45%, el padre cuando se encuentra en casa con un 47% lidera la lista y esto se debe al respeto que los niños le tienen. En conclusión: Los niños siempre serán los más afectados ya que no tienen el criterio formado y se dejan llevar por lo que ven, hay casos donde los niños son rebeldes en sus casas y escuelas y dicen cosas que solo han escuchado en la televisión, todos sabemos que la información entra más rápido por la vista y he ahí el mal comportamiento de los más pequeños.⁹

Ponce L. Realizo un estudio: **ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS CONCURSOS EN EL COMPORTAMIENTO E IDENTIDAD DE LA CULTURA DE LOS ADOLESCENTES DEL COLEGIO DR. ALFREDO BAQUERIZO MORENO DEL CANTON GUAYAQUIL – ECUADOR. 2015.** Se utilizó el método de investigación cuantitativo – cualitativo, donde se realizó como técnica la encuesta está constituida por una serie de preguntas que dirigidas ya que podíamos averiguar el estado de opinión, actitud o comportamientos y la entrevista. La población es de 572 alumnos y se dividen en 237 en la tarde y 335 en la mañana, ambas incluyen hombres y mujeres. El universo que se tomará en cuenta es de 335, específicamente a los estudiantes de la mañana. La muestra es de 183 estudiantes del colegio Alfredo Baquerizo Moreno, a esta cantidad de adolescentes se le realizará la encuesta. Según resultados se pudo apreciar que existe un 59% de hombres, mientras que el 41% son mujeres, El 40% de los estudiantes comprende la edad de 16 años; luego están los de 12 años con 23%; siguiendo los de 13 años con 18%; posteriormente los de 14 años con un 15%; y por último los de 15 años con el 4%., Mediante de la presente encuesta se puede apreciar que el internet es el recurso más utilizado por los adolescentes con un 57%; luego está la televisión con 38%; radio con 3%; y en la opción otros 2%.de igual manera si consideraban que emitida por canales televisión es buena se dio : el 95%; dice que sí es buena la programación; y apenas el 5%; opina lo contrario. Un 7% de ellos dice que influyen los realities shows entre un 75% a 100%. Conclusión: En la investigación realizada dentro de la Unidad Educativa: Dr Alfredo Baquerizo Moreno se pudo observar y constatar que los adolescentes dedican demasiado tiempo a esta programación. Por esta razón se ha buscado una propuesta viable y objetiva para ayudar a la comunidad joven a tener un mejor estilo de vida.¹⁰

Godinho J, Araujo J, Barros H, Ramos E. Investigaron: **CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS CON EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ADOLESCENCIA TEMPRANA Portugal. 2014.**

Investigaron en las escuelas públicas y privadas en oporto del país de Portugal. Se realizó un estudio descriptivo y corte transversal donde se utilizó dos cuestionarios donde uno auto administrativo y un examen físico mediante la prueba al chi - cuadrado, la muestra se constituyó por (884 chicas y 779 chicos) adolescentes de 13 años, los niños (a) que Vivian solo un padre o abuelos ancianos, padres jóvenes miran más tiempo en la televisión. Los niños que asisten a escuelas privadas tenían menos probabilidad de estar expuesto a la televisión y dedican tiempo a los ejercicios más de una vez a la semana.se demostró como resultado que la prevalencia de adolescentes que mira 2 horas a mas es de 48.5 % en niñas y en varones 48 % las niñas que tienen padres con un nivel educativo más bajo eran de escuelas públicas no realizaban ejercicios y relajaban más tiempo a la exposición del televisor. Conclusiones: se concluyó que un mayor uso de los medios de comunicación en los adolescentes de familias de clase social baja y de familias menos estructuradas, lo que puede aumentar su permeabilidad a la influencia negativa de estos medios. ¹¹

Nacionales

Centeno R. Investigo: **TV BASURA DE LOS PROGRAMAS JUVENILES COMBATE Y ESTO ES GUERRA DEL COLEGIO NIÑO JESUS DE PRAGA.LIMA. CHORRILLOS.2016**, Se utilizó el método de investigación cuantitativo – cualitativo de corte transversal de manera exploratorio – explicativo. Se utilizó como técnica la encuesta y el instrumento cuestionario consta de 10 preguntas: 7 de ellas son cerradas y con opción de respuesta, una sola pregunta abierta y dos mixtas .la muestra de estudio 10 capítulos de uno de ellos emitidos en octubre del 2014 y población encuestada fue de 25 escolares de secundaria del colegio Niños de Jesús de Praga, del 1°al 5° de secundaria cinco por cada grado. Para reforzar los estudios realizados a nivel nacional por CONCORTV. Como resultado se obtuvo: la mayoría de niños y adolescentes 80 %ve estos de programas todos los días y muy pocos 10% no lo hacen. Un 10% lo hace algunos días a la semana. La pregunta 2 señalan que poco

menos de la mitad 40% consume todo el programa, mientras que un 32% lo ve al menos una hora, en forma seguida o interrumpida. Un 18% lo hace por menos de una hora y un 10% no lo ve nunca. Preferencia entre los programas se ve un 40% prefiere Esto es Guerra y un 32% es asiduo de Combate. Un 18% dice que prefiere ambos programas, mientras que el 10% restante no prefiere ninguno. En tanto a la pregunta 4 el por qué lo consumen, la gran mayoría sostiene que son divertidos 64% y entretenidos 16% , aunque hay un porcentaje menor 10% que destaca por sobre todo las historias “humanas” y romances que ocurren al interior del programa. El restante 10% nunca lo ve. En la pregunta 5 la mayoría 40% resalta los romances como el principal elemento de estos programas, dejando en segundo orden a las peleas 20%, las competencias 20% y la música y vestuarios 20% la pregunta 6 la mayoría 40% considera solo que son divertidos, importando poco si son reales 20% o inventados 20%. Solo un reducido 20% cree que estos perjudiquen al programa o a sus protagonistas. La valoración de los programas, los encuestados en su mayoría 64% considera consecuentemente que son positivos para ellos y solo un 16% manifiesta que son negativos, mientras que un 20% cree que los programas en cuestión tienen aspectos positivos y negativos. La gran mayoría 80% le gustaría tener otras alternativas en ese mismo horario, pese a que les gusta lo que actualmente ven. Solo un 20% cree que es suficiente con lo que ven en ese horario y no necesitan de otras opciones. En una pregunta de tipo programa alternativo nos da las opciones de entretenimiento 60% y concurso 20% entre los niños y adolescentes. El resto se divide entre lo educativo 10% y deportivo 10%. Conclusiones: La primera responsabilidad por el éxito de estos programas y el daño que pueden causar en los menores recae sobre los padres de familia, quienes tienen la potestad de regular internamente en el hogar el consumo de televisión. En segundo lugar, el Estado cumple un rol fundamental en la educación y formación de los niños y adolescentes, a través del sistema educativo formal y los medios de comunicación que están en su ámbito, y también a través de normas que puede aplicar en la promoción de valores

y cultura, sin afectar la libertad de expresión de los medios comerciales. En tercer lugar, la empresa televisiva, que puede orientar mejor sus contenidos a favor de la sociedad y no contar con una oferta de programas solo basada en criterios comerciales.¹²

Marquina J, Investigo: **CONDUCTAS AGRESIVAS Y CONSUMO DE REALITYS SHOWS DE LA TELEVISION PERUANA: UNA PREOCUPACIÓN POR LA SALUD MENTAL DE ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE CHIMBOTE. PERU. 2013** se utilizó el método de investigación cuantitativo de tipo correlacional, En una muestra de 52 estudiantes del I ciclo de la carrera de psicología de una universidad privada de Chimbote. El instrumento empleado fue el Cuestionario de Agresión (AQ) de Buss y Perry, el instrumento contiene 4 sub escalas (Agresividad Física, Verbal, Hostilidad e Ira) codificados en una escala de tipo Likert. Como resultado se obtuvo, vemos que existía un 40% de ellos que refería que le gustaba este tipo de programas y un 45% que refería que no había otra cosa que ver a esa hora en la televisión peruana. Se puede apreciar que frente a la pregunta si han visto alguna agresión física en estos realitys show el 85% refiere si haber visto. Respecto a la pregunta con quien ve este tipo de programas encontramos que el 50% de ellos lo hace acompañado de su Padre el 25% con su Madre y el otro 25% lo hace solo. Respecto a la interrogante que le dicen sus padres al ver estos programas juntos, se encontró que el 45% no les dice nada, el 5% les dice que ellos podrían ser como uno de los participantes y el 50% le aconseja a no ser como alguno de ellos. Vemos que el 90% manifiesta que no le gustaría ser como alguno de los participantes de Realitys Shows; sin embargo, un 10% refiere que sí. Conclusión: la exposición extensa a programas de televisión que contengan violencia y se encuentren bajo el formato de entretenimiento, tendrán la probabilidad más alta de desarrollar conductas direccionadas a la agresividad, en cualquiera de sus expresiones, en los consumidores.¹³

Cárdenas F. Investigo: **DETERMINAR EL NIVEL DE EXPOSICION A CONTENIDOS TELEVISIVOS VIOLENTOS Y SU ASOCIACION CON LA CONDUCTA AGRESIVA EN NIÑOS DE 8 A 12 AÑOS, SE REALIZÓ EN INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL DISTRITO DE COMAS. LIMA .2011** Se utilizó en estudio descriptivo y corte transversal. La población estuvo conformada 350 niños que cumplieron los criterios de inclusión, la muestra de 115 niños fue seleccionada utilizando el muestreo sistemático. El total de niños evaluados el 67.83 % mostro riesgo de conductas agresivas. 15 escolares mostraron un bajo nivel de exposición a contenidos televisivos violentos. Entre ellos el 93.3% no presento conductas agresivas entre total de escolares con alto nivel de exposición a contenidos televisivos violentos tubo una igualdad de 45.5% de riesgo de conducta violenta .se observa que los niños son más expuestos con un 77.4% a programas violentos cerca de tres cuartas partes niños tiene una exposición de medio si a esto se le suma 10 % nivel de exposición alto tiene como total de 87% de niños expuesto a programas violentos. Conclusiones: cerca de las tres cuartas partes de los niños encuestados tienen un nivel de exposición medio. Si este porcentaje se suma al 10% del nivel de exposición alto, se tiene un total de más del 87% de niños expuestos a contenidos televisivos violentos. Asimismo, los niños presentaron riesgo de conducta agresiva, existiendo asociación entre el nivel de exposición a contenidos televisivos violentos y la conducta agresiva en los niños de 8 a 12 años. ¹⁴

Lo antecedentes revisados han servido para reconocer la magnitud actual del problema que tiene inmerso a los adolescentes quienes se encuentran susceptibles a tomar del medio la influencia de diversas aptitudes y actitudes de los programas televisivos que se brindan donde se muestra competencias entre adolescentes de ambos géneros en busca de lograr ser reconocidos , dándose muchas veces lo contrario lo que influye en su autoestima y desarrollo personal, cabe decir que el medio en el cual nos movemos en la actualidad e susceptible a asimilar situaciones que disminuyan el actuar y desarrollo de los adolescentes. Al mismo han

servido como guía metodológica para la elaboración del instrumento aplicado en el proceso de la investigación.

II.b. Base teórica

La televisión

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en nuestra sociedad, lo que ha llevado a considerarla como uno de los medios básicos de comunicación social. El ver televisión es uno de los pasatiempos más importante y de mayor influencia en vida de los niño, jóvenes, adolescentes y adultos, y puesto en presente en la mayoría de los hogares no requiere de grandes habilidades para recibir la información solo basta con oír y mirar.¹⁵

La influencia de la televisión en la educación de los adolescentes hace que sean incapaces de formar una conciencia de sí mismo y en caso de que logre, estará frustrado por no haber podido complacer todo los deseos que han inducido por no responder a los estímulos que han llegado de la televisión

La televisión es como agente socializador al igual que la familia, la escuela o los grupos de amigos, interviene en la formación de la conducta del niño y de su socialización de forma que puede ser para su desarrollo puede ser un obstáculo o un promotor de su creatividad.

La secretaria técnica del consejo consultivo de radio y televisión CONCORTV. Siendo un órgano especializado autónomo fue creado por la ley de radio y televisión, en el año 2004 con la finalidad de propiciar buenas practicasen en la radio y la televisión peruana a través de información; confiable y educativo.

Siendo la televisión un servicio público y su disfunción y programas se rige por los principios establecidos bajo la Ley 28278 de radio y televisión entre los cuales se encuentra:

- La defensa de la persona humana y el respecto a su dignidad.

- La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar.
- La responsabilidad social de los medios de comunicación.
- El respeto al código de normas éticas.
- El respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar

Por su parte además de observar los principios mencionados dentro del horario de protección familiar entre 06:00 y las 22: 00 horas de las programaciones de canales de televisión, deben evitar los contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescente.

Pero además de ellos, el rol que juegan los medios de comunicación social, en especial la televisión en la vida de los niños y adolescentes es fundamental ya que no solo es de fácil acceso, si no que contribuye entre otros aspectos a la construcción de la imagen en la medida que se sienta identificado con alguna imagen difundida por la televisión. ¹⁵

La televisión y los adolescentes

Los adolescentes experimentan una revolución que se inicia, aproximadamente, a los once (11) años. Los adolescentes pueden tomar en consideración diversas perspectivas y ajenos a su experiencia.

No todos los adolescentes piensan como los adultos, y no todos los adultos alcanzan la etapa de las operaciones formales. Sin embargo, en la adolescencia el razonamiento deja de centrarse en lo obvio y adquiere consciencia los aspectos más complejos. Esta manera más profunda de ver la vida tiene una relación importante con la manera en que los adolescentes entienden los mensajes de los medios de comunicación.

La televisión no es el medio adecuado para fomentar el desarrollo intelectual que produce adulto reflexivo. Unas de las tareas de la

adolescencia es desarrollar el sentido de la continuidad y el contexto histórico.

Los adolescentes necesitan saber que forma parte del continuo proceso humano. El aislamiento de la adolescencia se reduce cuando los adolescentes se vislumbran en el trabajo, con una familia o como parte de una comunidad. Esta es la razón por la cual a los adolescentes les interesan tanto las películas y programas de televisión que se refieren a las carreras profesionales, las relaciones y los problemas sociales.

Mientras que el cine trata de vez en cuando problemas complejos, la televisión no suele hacerlo. Esto es evidente en los noticieros, cuando son adolescentes, ven noticieros más frecuencia que cuando eran más niños, la realidad es que los noticieros son sólo otra forma de empaquetar entretenimiento.

En realidad, los medios de comunicación y en particular la televisión, no les proporcionan a los adolescentes las experiencias que les podrían ayudar a desarrollar sus procesos de pensamiento y a sentir que están en un mundo racional.¹⁶

Contenidos de Programas

En los niños En las últimas décadas, la sensibilidad social frente a la violencia en los medios de comunicación, en especial la televisión, ha aumentado significativamente, para Pérez, O. En su libro *Influencia de la televisión violenta en niños*. “Las imágenes emitidas por estos medios ejercen una influencia importante sobre la conducta del individuo especialmente si es infante”.

Lo que afirma que el desarrollo psíquico es un proceso de complejidad gradual que establece las bases de la conducta en la infancia y adolescencia, así como en la edad adulta.

Así mismo el ambiente influye en el desarrollo físico, así como en el psicológico. Las características del pensamiento infantil en proceso de

maduración y el cual inicialmente es predominantemente concreto, favorecen esta influencia.

La edad entre los 8 a 12 años es crítica debido a que no existe una clara diferencia entre lo real y lo imaginario, y está favorecida la invención, imitación, e identificación con héroes agresivos de fantasías heroicas o violentas, lo que a su vez, sirve para propiciar respuestas violentas. Por tal razón afirma que los niños de 11 a 12 años comienzan a discriminar entre lo real y lo ficticio ya que han desarrollado un pensamiento más elaborado que incluso les permite hacer críticas de los contenidos violentos.

El autor Nigro, P. En su artículo: Tres miradas sobre la televisión: docentes padres y niños. Expresa que: “Los niños buscan conocerse a través de la televisión y también conocer el sentido del mundo que los rodea.”¹⁷

Tiempo de expectación televisiva

El tiempo dedicado a lectura y tareas escolares. Muchos estudios bien controlados han demostrado que aun 2 horas por día de ver la televisión no supervisada en niños y adolescentes provoca un significativo efecto en el rendimiento académico y especialmente en la lectura.

Lo recomendable es de ver la televisión por lo mínimo de 1 hora por al estar mucho tiempo provoca un desgaste físico va resultar que el adolescente presente una disminución de su actividad física.¹⁸

Motivación de la televisión

La influencia que este medio nos da a los niños, adolescentes, adultos. Las cantidades de horas al día que dedican la imitación de conductas aprendidas por medio de las imágenes que se observa la falta de relación con los demás miembros de la familia o falta de actividad física o interrupción de una autoestima.¹⁷

El tiempo de la familia es único y muchas veces raquítico por la multiplicidad de roles que realiza los miembros de ella, por lo que se debería limitar el uso de la televisión y aprovechar al máximo el tiempo que comparten juntos, motivándolos con las cosas que más les agradan a todos, para que así no se dé el aislamiento entre ellos, la desintegración de la cual son pocos hogares que no la padecen, el egoísmo de pensar solo en lo que a uno le interesa sin pensar en los demás.

Wright (1960) Formula varias presiones importantes sobre la comunicación de masa etiqueta corrientemente usada para referirse a los procedimientos de la televisión, la prensa, el cine y la radio o , la tecnología es un componentes necesario pero no suficiente , del proceso masivo de influencia , la comunicación y el comunicante :

- El flujo de mensaje tiene por objeto alcanzar a audiencias anónimas, heterogéneas y dispersas.
- El valor del contenido es efímero
- El comunicante opera dentro una organización cuyo funcionamiento implica cuantiosos gastos.

Acompañamiento

Cuando la televisión está de por medio en la familia podría existir falta de afecto y comunicación, para Ferrero B. Es francamente terrible la estadística que demuestra que la gran mayoría de las familias hace consistir eso de estar junto simplemente en “ver la televisión” la tele devora el tiempo familiar, condiciona gravemente la forma de pensar, los horarios sobre todo el estilo de vida de la familia.¹⁷

Aumentando el rol de la televisión, disminuye el de la familia. Mientras que el pasado eran los padres los que transmitían los valores de la sociedad y la familia a los jóvenes, ahora es la televisión la que transmite a los padres la cultura televisiva. Es la familia la que debe convertirse en medio transmisor de cultura por eso es que cuando los niños, se divierten,

gozan, viendo o haciendo algo, lo importante fuese que sus seres queridos lo compartan y disfruten con ellos y en el caso de que haya cosas que no agraden a los padres o a los niños, este es un buen momento para darles una adecuada explicación, y a su vez facilitarles la oportunidad de que los niños expresen su opinión o ideas acerca del programa que ven, con esto se lograría mejorar la comunicación familiar.

Según Navarro Ana afirma que: La tele videncia individual sería distinta a la tele videncia compartida con otros miembros de la familia, por lo tanto, en gran medida las prácticas de recepción dependen de ella.

Entendemos que en alguna ocasión la familia, se ve sustituida por la televisión, debido a que el niño necesita una comunicación con sus padres y con los demás niños de su edad, si no existe este diálogo familiar, los niños se ven en la necesidad de sustituirlo por la televisión.¹⁷

Autoestima

La autoestima es importante porque la valoración de sí mismo es la fuente de la salud mental la autoestima es la idea que se tiene de sí mismo es cuanto uno se valora cuán importante piensa que es .la autoestima entendida como actitud positiva de la persona hacia sí misma es fundamental en el crecimiento armónico de la salud humana. La presencia de la autoestima, acarreado valoración hacia uno mismo, viene a ser el sistema inmunitario de la vida psíquica

La autoestima puede considerarse como uno de los pilares sobre los que se construyen la personalidad y uno de los más potentes predictores del grado de ajuste psicológico durante la adolescencia y la adultez. ¹⁹

Mézerville (1993) señala que autores como Alfred Adler y William James consideran la autoestima como el resultado de las metas propuestas. Además, indican que el proceso de la autoestima no sólo se desarrolla dentro del individuo, sino también se vincula con el éxito o fracaso que obtenga en la búsqueda de sus metas. Entonces, se puede entender que

existen dos fuentes que sustentan a la autoestima: una fuente interna (el propio Sentido de competencia al enfrentarse con el entorno) y una externa (la estima que otras personas tienen de un individuo).¹⁹

Clasificación de la autoestima

- Autoconocimiento: Saber por qué y cómo actuamos, conocer nuestras capacidades, conocimientos y valores.
- Autoevaluación: Capacidad interna para ponderar nuestras necesidades, capacidades, sentimientos y valores.
- Autoaceptación: A través de la aceptación se puede transformar lo que sea necesario que cambiemos.
- Auto-respeto: Expresar y manejar convincentemente las necesidades, sentimientos y emociones.
- Autoconcepto: Es el proceso de superación a si mismo implica una gran cantidad de trabajo, esfuerzo, disciplina, coraje, persistencia, honestidad, respeto, determinación, amor y gran responsabilidad.¹⁸

Dimensiones de la autoestima

Si bien existe una valoración global acerca de si mismo, que puede traducirse en una percepción de ser querible, valioso y estar contento de ser como es uno mismo, existen también otras dimensiones o áreas específicas de la autoestima. Dentro de ellas las siguientes son muy significativas en la edad preescolar y adolescencia.

1. Dimensión física

- a. Se refiere en ambos sexos al hecho de sentirse atractivo físicamente fuerte y capaz defenderse y en las niñas, el sentirse armoniosas y coordinadas.

2. Dimensión social

- a. Incluye el sentimiento de sentirse aceptado o rechazado por los iguales y el sentimiento de pertenencia es decir el sentirse parte de un grupo.

La presencia de la autoestima asegura recursos y los potencia en la vida personal, para hacer frente a los conflictos enfermedades y desafíos de la vida. Comprende esto es fundamental y redonda la capacidad de tratar a los demás con respeto, benevolencia y buena voluntad favoreciendo así las relaciones interpersonales enriquecedoras y evitando las destructivas. ¹⁹

3. Dimensión afectiva

Se refiere al auto percepción de características de personalidad como sentirse:

- a. -Simpático
- b. -Estable o inestable
- c. -Valiente o temeroso
- d. -Generoso o tacaño
- e. -Tranquilo o inquieto
- f. -Equilibrado o desequilibrado

Clases de autoestima

Autoestima alta

Es el medio más efectivo para tomar buenas decisiones relacionadas con nuestra mente y cuerpo. Porque al saber que somos importantes es menos probable que nos dejemos arrastrar por malos consejos o malas compañías. Si poseemos una alta autoestima, sabremos entonces que somos lo suficientemente inteligentes como para tomar caminos acertados, valorando nuestra seguridad física y emocional.

Se basa en la confianza en todo lo que hacemos en nuestra vida sentirse apto para los retos sentirse capaz y valioso o acertado como persona. Esta característica nos dará una mayor posibilidad de éxitos en las empresas que nos embarquemos, si bien nos asegura fortuna, si nos ofrece sentirnos bien con nosotros mismos aun ante un fracaso, lo importante será el esfuerzo y el deseo de superar sus grandes retos.

También llamada autoestima óptima está siendo estudiada en los últimos años con metodología científica, por diversos autores que intentan mejorar la conceptualización de la autoestima separada sus componentes deseables de aquellos que resultan problemáticos.

Kermis 2003; La autoestima optima debe ser aquella que nos ayude a conseguir nuestra auténtica meta y a mantener un mejor funcionamiento global. Que con lleva que la persona:

1. Se conozca así mismo
2. Identificar sus principales metas, siendo consciente de sus posibilidades y limitaciones
3. De los pasos necesarios para ir consiguiéndolas en el posible.

La autoestima óptima incluye:

- Mantener en contacto con el auténtico yo que actúa como fuente de sabiduría interior de guía la elección y la forma de decisiones en la vida diaria.
- Sentimientos de autoestima, explícitos, que surgen en forma natural como consecuencia de manera eficazmente de los retos y de vivir experiencias satisfactorias.
- Tendencias a la estabilidad, sin excesivas fluctuaciones
- Escalas o nula dependencia de los logros concretos o de aprobación interpersonal.

Autoestima normal

La autoestima sana o normal como la actitud positiva hacia uno mismo que influye la tendencia a conducirnos los que pensamos o sentimos y

actuamos es la forma más sana, feliz y auto satisfactoria posible, teniendo en cuenta el momento presente y también el medio y largo plazo, así como nuestra dimensión individual y social. La autoestima sana y deseable era equivalente a la autoevaluación global favorable y al correspondiente sentimiento positivo uno mismo derivado de ella. También consideraba que el único problema de autoestima era la baja autoestima, mientras que lo deseable era tener una alta autoestima.

Según esa definición, mantener una autoestima sana implicaría los siguientes puntos:

- Conocernos a nosotros mismo, con nuestros déficit, cualidades y aspectos positivos, para ello habría que reducir al mínimo nuestra distorsiones o puntos ciegos (características personales de las que no somos conscientes)
- Aceptarnos incondicionalmente, independientemente de nuestras limitaciones o logros y de las aceptaciones o el rechazo que puedan brindarnos otras personas, aunque procuremos ir mejorando lo que depende de nosotros.
- Mantener una actitud de respeto y de consideración positiva hacia uno mismo
- Tener una visión de yo como potencial, considerando que somos más que nuestro comportamiento y rasgo, que estamos sujetos a cambios y que podemos aprender a dirigir esos cambios y orientándonos a desarrollar nuestras mejores potencialidades.
- Relacionarnos con los demás de forma eficaz y satisfactoria.²⁰

Autoestima media

Este tipo de persona tiene confianza en sí misma, pero en ocasiones esta puede llegar a ceder. Son personas que intenta mantenerse fuertes con respecto a los demás, aunque en su interior está sufriendo. Aquellos que posean esta forma de ser viven de una forma relativamente dependiente de los demás, es decir, si ven que el resto les apoya en alguna acción su

autoestima crecerá, pero, por el contrario, cualquier error que alguien eche en cara servirá para que su confianza caiga un poco. Estos vaivenes no muy acusados en los que se ve este tipo de personas pueden controlarse con un poco de racionalidad a la hora de enfrentarse a los retos, sobre todo el reto profesional.

Autoestima baja

En forma contraria, si podemos clarificar estas confusiones y convencernos por nosotros mismos, no por lo que los otros nos digan, que somos dueños de valiosísimos talentos y virtudes, de una tremenda fuerza interior, entonces tendremos una autoestima alta.

No hay disposición para sobre llevar la vida con optimismo sentirse equivocado como persona incluso ante un relativo o consumo éxito. La persona se siente devaluada y se menosprecia a sí mismo, aun cuando otros reconozcan su valor y su esfuerzo honestamente y no solo por hacerlo sentir bien.

Según Adler, la baja autoestima impulsa a las personas a esforzarse demasiado para superar la inferioridad que perciben de sí misma y a desarrollar talentos y habilidades como compensación.

La baja autoestima es causa de trastornos psicológicos, de neurosis, depresión, problema psicosomático y cambios de carácter, la timidez habitual, la falta de iniciativa, la anticipación del fracaso, características que impiden el crecimiento como persona.

Indicios de autoestima baja

La persona con autoestima deficiente suele manifestarse algunos de los siguientes síntomas:

- **Autocrítica rigorista**, tendente a crear un estado habitual de insatisfacción consigo misma.

- **Hipersensibilidad a la crítica**, que la hace sentirse fácilmente atacada y a experimentar resentimientos pertinaces contra sus críticos.
- **Indecisión crónica**, no tanto por falta de información, sino por miedo exagerado a equivocarse.
- **Deseo excesivo de complacer**: no se atreve a decir «no», por temor a desagradar y perder la benevolencia del peticionario.
- **Perfeccionismo**, o auto exigencia de hacer «perfectamente», sin un solo fallo, casi todo cuanto intenta; lo cual puede llevarla a sentirse muy mal cuando las cosas no salen con la perfección exigida.
- **Culpabilidad neurótica**: se condena por conductas que no siempre son objetivamente malas, exagera la magnitud de sus errores y delitos y/o los lamenta indefinidamente, sin llegar a perdonarse por completo.²⁰

Adolescente

El adolescente tiene mucho que aprender porque de todos los seres vivos es el único que puede aprender y transmitir sucesos del pasado, la adolescencia transcurre en el segundo decenio de la vida, desde los 10 hasta los 19 años y define este periodo como una época en que el individuo ingresa desde la aparición inicial de las características sexual secundaria hasta la madurez sexual

El ser humano, tiene que transcurrir un largo periodo de crecimiento y aprendizaje entre su nacimiento y el logro de su madurez física y habilidad adulta, está dotado de una estructura cognoscitiva que no alcanza su nivel óptimo de funcionamiento sino hasta los 15 años de edad.²¹

La adolescencia

Es la etapa de la vida humana que se interpone entre la infancia y la edad adulta cronológicamente abarca de los once a los dieciocho años en las mujeres y en los hombres de los trece a los diecinueve años. La OMS

define al grupo de adolescentes como población comprendida entre los 11 y 19 años. ²²

Por otro lado, la convención internacional de los derechos de los niños (a) establece como adolescente aquello que se ubican entre los 12 o 13 hasta los 18 años. A nivel de América Latina y el Caribe los adolescentes constituyen el 31 % de la población, con 137 millones, en nuestro país la población de adolescentes constituye el 32.4% de la población. ²³

Lo que lleva a pensar que los próximos años estos serán los futuros ciudadanos y ellos tendrán la difícil tarea de buscar el cambio en nuestro país como el de buscar mejor forma de vida para las generaciones venideras.

Según Papalia Diane Define a la adolescencia (10 a 19 años) como una etapa de crisis pero esta no se produce en individuos desprotegidos, incompetentes y aislados; refiere que las conductas se aprenden dentro de un determinado contexto social las cuales preparan al adolescente a enfrentarse a diferentes crisis propias de su edad. ²³

Según Florenzano U. Asegura que la adolescencia se presenta entre los 12 a 19 años es muchas veces inmaduro y atraviesa por cambios físicos como psicológico, en la cual surgen incertidumbre ocasionando muchas veces conductas generadoras de riesgo una fase descubridora propia del adolescente. ²³

Cambios Físicos

Uno de los fenómenos notorios en la adolescencia es el brusco crecimiento de talla y el aumento de peso, y también en las proporciones corporales lo que hace que la apariencia infantil armoniosa se pierda aun para el adolescente mismo e igualmente pierda el esquema de su propio cuerpo la estatura del adolescente masculino aumenta en promedio de 9.5 cm por año y la adolescente femenina unos 8.4% por año.

El aumento de peso es más diverso, el crecer rápidamente los miembros superiores e inferiores, luego tronco alcanza la proporción adecuada

dentro de la imagen de varón o de mujer adulto, simultáneamente aumenta el diámetro biacromial y el del tórax en las damas se amplía la capacidad pélvica y en ambos se completa el desarrollo de otro carácter sexual. Como en el caso de las damas que se da el crecimiento y desarrollo de las glándulas mamarias, de los genitales, la presencia de la primera menarquia, crecimiento axilar en el caso de los varones el crecimiento de los genitales, del bello axilar bello corporal y el cambio de voz.²³

Cambios Psicológicos

Durante la adolescencia, cambia el pensamiento y las diversas formas de ver el medio ambiente en cuando de actitudes o cambio de carácter como:

- Alegría
- Tristeza
- Enojo
- Rebelión
- Intranquila
- Apacible entre otros

Es el periodo en que se producen muchos cambios hormonales en los organismos, esos cambios hormonales son los que provocan la transformación física en el cuerpo de los adolescentes, pero también sus alteraciones emocionales.

Cuando el adolescente entra es estos cambios, deja de ser niño, pero todavía no es adulto. Es una época en la que se siente incomprendido por los adultos y se aleja de ellos por algunas contradicciones que seda, en ocasiones esta actitud provoca crisis familiar que se abren la brecha generacional de incomprensión a los hijos.²³

Cambios psicosociales

Unos de los cambios que se viven en la adolescencia tiene que ver con la aceptación y adaptación al nuevo cuerpo, que es diferente al que tenías de niño o niña de igual manera su comportamiento que se da en él o ella:

- Sensación de vergüenza e incomodidad

- Busca de independencia
- Lucha por el sentido de identidad de grupo
- Probando nuevas formas de vestir, peinar
- Nuevas formas de comunicarse en familia, amigos
- Con la intención de mostrarse más atractivo y ser aceptado por el grupo
- Se enfoca en el mismo
- Cambio de humos constante
- Lo influyen los amigos en su modo de ser
- Mejor habilidad en su forma de expresarse
- Tiene tendencia a regresar a comportamientos infantiles
- Interés a futuros y cambios cognoscitivos
- Se expande y aumenta en importancia los intereses intelectuales
- Muestra muchas veces timidez
- La elección de pareja
- Mayor interés en el sexo opuesto
- Reflexión sobre las nuevas experiencias
- Dirección de su propio futuro²³

Desarrollo Cognoscitivo

La adolescencia es la etapa donde madura el pensamiento lógico formal. Así su pensamiento es más objetivo y racional. El adolescente empieza a pensar abstrayendo de las circunstancias presentes, y a elaborar teorías de todas las cosas. Es capaz de raciocinar de un modo hipotético deductivo, es decir, a partir de hipótesis gratuitas y, procediendo únicamente por la fuerza del mismo raciocinio, llegar a conclusiones que pueden contradecir los datos de la experiencia.

Según Piaget concibe la inteligencia como adaptación al medio que nos rodea. Esta adaptación consiste en un equilibrio entre dos mecanismos indisociables: la acomodación y la asimilación. El desarrollo cognoscitivo

comienza cuando el niño va realizando un equilibrio interno entre la acomodación y el medio que lo rodea y la asimilación de esta misma realidad a sus estructuras.

Desarrollo motivacional

El adolescente sobresale los siguientes motivos:

- Necesidad de seguridad: Se funda en un sentimiento de certeza en el mundo interno (estima de sí, de sus habilidades, de su valor intrínseco, de su equilibrio emocional, de su integridad física) y externo (económica, su estatus en la familia y en el grupo). El adolescente puede sufrir inseguridad por los cambios fisiológicos, la incoherencia emotiva o por la falta de confianza en los propios juicios y decisiones.
- Necesidad de independencia: Más que una existencia separada y suficiencia económica, significa, sobre todo, independencia emocional, intelectual, volitiva y libertad de acción. Se trata de una afirmación de sí.
- Necesidad de experiencia: Fruto del desarrollo y la maduración que en todos sus aspectos son dependientes de la experiencia. Este deseo de experiencia se manifiesta claramente en las actividades "vicarias"(TV, radio, conversación, cine, lecturas, juegos, deportes). Por esto mismo se meten en actividades poco recomendables: alcohol, drogas, etc.
- Necesidad de integración(de identidad): Que es un deseo inviolable y de valor personal.

Desarrollo afectivo

Es difícil establecer si la adolescencia es o no un periodo de mayor inestabilidad emotiva. Pero nada impide reconocer la riqueza emotiva de la vida del adolescente y su originalidad.

La sensibilidad avanza en intensidad, amplitud y profundidad. Mil cosas hay ante las que ayer permanecía indiferente y, hoy, patentizará su afectividad.

Las circunstancias del adolescente, como la dependencia de la escuela, del hogar, le obligan a rechazar hacia el interior las emociones que le dominan. De ahí la viveza de su sensibilidad: al menor reproche se le verá frecuentemente rebelde, colérico. Por el contrario, una manifestación de simpatía, un cumplido que recibe, le pondrán radiante, entusiasmado, gozoso. El adolescente es variado en su humor.

Desarrollo social

Tanto el desarrollo cognoscitivo, como el motivacional y afectivo agilizan el proceso de socialización. El adolescente tiene en su comportamiento social algunas tendencias que conviene reseñar:

- A medida que crece, son mayores y más variadas sus experiencias sociales.
- Este mayor contacto con la sociedad favorece un conocimiento más real de la sociedad.
- Mayor conciencia de los demás, así como una progresiva conciencia de pertenencia a una clase social.
- Otras tendencias importantes son la madurez de la adaptación heterosexual, la búsqueda de status en el grupo de compañeros de la misma edad y la emancipación de la familia.²³

LA ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSEMBERG

Según Rosemberg la autoestima consiste básicamente en una tendencia direccional que oscila entre un nivel alto y un nivel bajo si uno se juzga en termino positivos con aceptación y condescendencia, tendrá una autoestima positiva, pero si es autoevaluada y otorga escasa o nula importancia a los propios caracteres, entonces carecerá de unos pilares

básicos para la supervivencia psíquica, al faltar el mínimo de seguridad, estima y respeto por sí que es necesario .²⁴

La autoestima reside en la base de la construcción de actitudes positivas de un individuo con respecto a si mismo, sus experiencias y hacia los demás. De ahí la importancia de formar una buena autoestima.

El planteamiento en función del cual se construye esta escala está basado en cuatro criterios: facilidad de administración, economía de tiempo, uní dimensional dad y validez aparente. La aplicación de esta escala puede ser colectiva o individual. Consta de 10 ítems, de los que cinco son expresados en positivo y cinco en negativo. Su distribución es al azar, con el fin de evitar aquiescencia.

La escala de autoestima puede auto administrarse y su aplicación podrá ser tanto individual como colectiva. este instrumento permite responder señalando la opción con la que cada individuo se identifica teniendo cuatro posibles respuestas 1(totalmente en desacuerdo), 2(en desacuerdo), 3 (de acuerdo), 4 (totalmente de acuerdo) esto relevante explica a los sujetos que no hay respuestas ni buena ni malas.

Interpretación:

De los ítems 1 al 5, las respuestas A y D se puntúan de 4 a 1. De los ítems del 6 al10, las respuestas A a D se puntúan de 1 a 4. De 30 a 40 puntos: autoestima elevada. Considerada como autoestima normal.

De 26 a 29 puntos: autoestima media. No presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla

Menos de 25 puntos: Autoestima baja. Existen problemas significativos de

Autoestima.²⁶

TEORÍA DE ENFERMERÍA

Nola J Pender

La Dra. Pender ha revolucionado a los conocimientos sobre la promoción de la salud a través de su investigación, su docencia, su comunicación y sus escritos.

El instituto nacional de salud financio un estudio de seis años que fue llevado a cabo en la universidad del norte de Illinois. En este estudio se comprobó la validez de promoción de salud.

Esta teoría identifica en el individuo factores cognitivos que son modificados por las características situacionales , personales e interpersonales , lo cual da como resultados la participación en conductas favorables de la salud , cuando existe una pauta para la acción .el modelo de promoción de la salud sirve para identificar conceptos relevantes sobre las conductas de promoción de la salud y para integrar los hallazgos de investigación de las salud para integrar los hallazgo de investigación de tal manera que faciliten la generación de hipótesis comparables . Esta teoría continúa siendo perfeccionada y ampliada en cuanto a su capacidad para explicar las relaciones entre los factores que influyen en las modificaciones de la conducta sanitaria.

Asimismo, se refiere a las visitas domiciliarias como un arma poderosa en salud por que permite conocer a la familia en si propio entorno, tal cual es como un todo y también permite conocer a sus integrantes en forma individual. Por otra parte, le da más seguridad a las personas pues las intervenciones se realizan en terreno conocido, en su ambiente cotidiano, que le permite desenvolverse con más soltura y quizás de esta forma interiorizar de forma más efectiva y provechosa, la atención requerimiento en el domicilio.

Además, se puede comprobar la cercanía que produce esta estrategia de atención y seguimiento ente el personal de salud y el usuario, una relación horizontal y muy respetuosa, con retroalimentación en ambos sentidos, que además produce una gran satisfacción laboral, al palpar los resultados a obtenidos, como también personal, en la que el profesional

de enfermería pone en práctica el arte de trabajar en forma integral con el más valioso, noble y complejo material: las personas. ²⁷

II.c. Hipótesis

Hipótesis Global

Existe una relación directa entre el uso televisivo y la autoestima de los adolescentes en la Institución Educativa Virgen del Carmen n°1174 Lima Junio – 2017.

Hipótesis derivada

- El uso televisivo en los adolescentes tiene relación según:
 - ✓ Contenidos de programas
 - ✓ Tiempo de expectación
 - ✓ Motivación de la televisión
 - ✓ Acompañamiento
- La autoestima de los adolescentes es baja según los Aspectos:
 - ✓ Físico
 - ✓ Social
 - ✓ Afectivo

II. d. Variables

- ✓ El uso televisivo
- ✓ La autoestima de los adolescentes

II.e. Definición operacional de términos

Uso televisivo

Libertad individual que se brinda en el medio social ante los medios de comunicación que brindan programas televisivos de los adolescentes de manera efectiva influenciando en su comportamiento y actitudes.

Autoestima

Capacidad de amarse por parte de cada adolescente teniendo en cuenta la aceptación física, social, pero con énfasis en la aceptación por las personas de la misma edad.

Adolescente

Etapa cambios y susceptibilidad en la cual se pueden observar procesos de transformación que dirijan la vida del ser humano, poniendo énfasis en el desarrollo físico y psicológico del individuo.

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

III.a. Tipo de estudio

En el presente estudio de investigación tiene un enfoque cuantitativo porque las variables de estudio, la relación entre uso televisivo y la autoestima de los adolescentes de 13 a 14 años se expresan numéricamente.

El tipo de estudio es descriptivo correlacional, los encuestados conformaron del 3° grado de secundaria, es de corte transversal porque el estudio se realizó tiempo determinado

III.b. Área de estudio

El área de estudio donde se realizó en el Colegio Virgen del Carmen N°1174 donde actualmente se encuentra ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho en Zarate contando con 131 estudiantes de nivel 3° de secundaria para realizar la investigación, Cuenta con 30 aulas en turno tarde, 25 docentes de secundaria, cuanta con un auditorio y aula de computación.

III.c. Población y muestra

La población estuvo conformada por 131 estudiantes del 3 ° grado de secundaria de la sección "A-B-C-D", de un solo turno de la mañana, I.E virgen del Carmen N°1174. De la cual se tomó en cuenta un muestreo probabilístico estratificado. Siguiendo con la técnica de muestreo probabilístico estratificado se dio con 98, se trabajó con una muestra de 80 adolescentes de acuerdo con los criterios de inclusión y exclusión.

Criterio de inclusión

- Los Adolescentes que se encuentren presente en la recolección de datos.
- Los Adolescentes que deseen colaborar para el presente trabajo de investigación.
- Adolescentes cuyos padres hayan firmado el Consentimiento informado.

Criterio de exclusión

- Adolescentes mayores de 14 años.
- Adolescentes pertenecientes al 3 grado de secundaria.
- A los adolescente que no deseen participar en el estudio.

III.d. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Como técnica se utilizó la encuesta para determinar el uso televisivo y la autoestima de los adolescentes y como instrumento se utilizó la **escala de autoestima de Rosenberg** (Rosenberg, 1965; Atienza,Balaguer,& Moreno,2000) que consta de 10 preguntas cerradas con alternativas múltiples mediante la escala de Likert, siguiendo la presentación de las variables en estudio. El otro instrumento creado por el investigador donde la técnica fue la encuesta y el instrumento. El cuestionario que previamente para su VALIDEZ fue sometido a JUICIO DE EXPERTOS. Una vez realizado las correcciones al instrumento se aplicó la PRUEBA PILOTO y posterior a los resultados el análisis estadístico por Alfa de Cronbach para lograr la CONFIABILIDAD, dicho instrumento se aplicó en forma voluntaria, individual y anónima.

III.e. Diseño de recolección de datos

La recolección de datos se llevó cabo luego de la gestión en la Institución educativa competente, solicitando la autorización al director para poder aplicar el instrumento considerando un tiempo de 20 minutos para su

aplicación, así mismo se les pidió a los padres de los participantes que firmaran un documento de consentimiento y asentimiento informado por ser menores de edad. Durante la aplicación del cuestionario se tomó en cuenta momento de principios bioéticos de autonomía, dejando la aceptación de su participación o no, veracidad porque se le comunico el objetivo de la investigación, fidelidad puesto que los resultados son tomados en forma anónima y exclusión para la investigación.

III.f. Procesamiento y análisis de datos

Después de haber realizado el desarrollo de la encuesta elaborada, se procedió al ordenamiento, organización de datos para la codificación de cada ítem del cuestionario haciendo el uso, Microsoft Excel y Word Versión 2010. Para la presentación de los datos se emplearon tablas estadísticas con valores porcentuales y los gráficos en barras y circulares, lo cual permitió el respectivo análisis. De igual manera para evaluación final de la relación entre uso televisivos se tomaron en cuenta la escala adecuado e inadecuado.

Se elaboró una base de datos donde se introdujo todo el ítem relacionado al estudio que ingresado a una hoja de cálculos de Microsoft Excel 2010 terminando esta información se llevó y proceso al paquete estadístico SPSS versión 19.0.

Para el cuestionario **sobre** la relación entre uso televisivo en los adolescentes se utilizó la siguiente puntuación:

ITEM	DENOMINACION	PUNTUACION
ADECUADO	SIEMPRE	1
INADECUADO	A VECES	0
	NUNCA	0

Para el cuestionario sobre la relación entre uso televisivo y la autoestima
La escala de autoestima de Rosemberg.

Interpretación:

De los ítems 1 al 5, las respuestas A a D se puntúan de 4 a 1.

De los ítems del 6 al 10, las respuestas A a D se puntúan de 1 a 4.

De 30 a 40 puntos: Autoestima puntuación alta.

De 26 a 29 puntos: Autoestima puntuación media

Menos de 25 puntos: Autoestima baja. Existen problemas significativos de autoestima.

CAPITULO IV: ANALISIS DE LOS RESULTADOS

IV.a. Resultados

TABLA 1

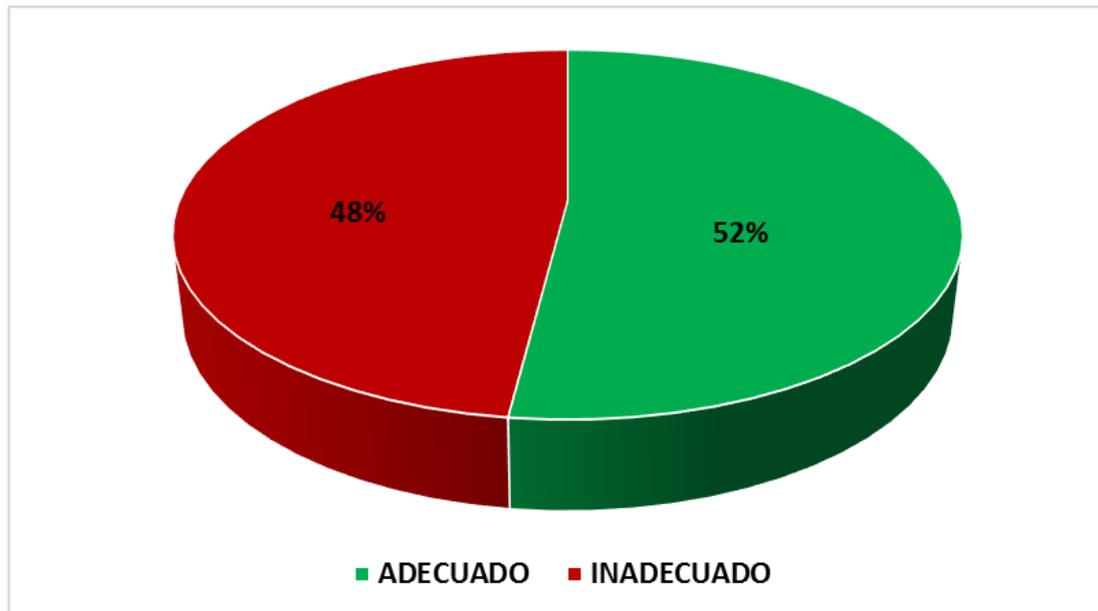
**DATOS GENERALES DE LOS ADOLESCENTES DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA VIRGEN DEL CARMEN N °1174
JUNIO – 2017**

DATOS GENERALES	CATEGORIA	N=80	100%
Sexo	Femenino	49	61
	Masculino	31	39
Sección de Estudio	3° A	28	35
	3° B	28	35
	3° C	24	30

Los adolescentes pertenecen en su mayoría a sexo femenino 61% (49) y distribuidos en secciones A 35% (28), B 35% (28) y C 30% (24).

GRÁFICO 1

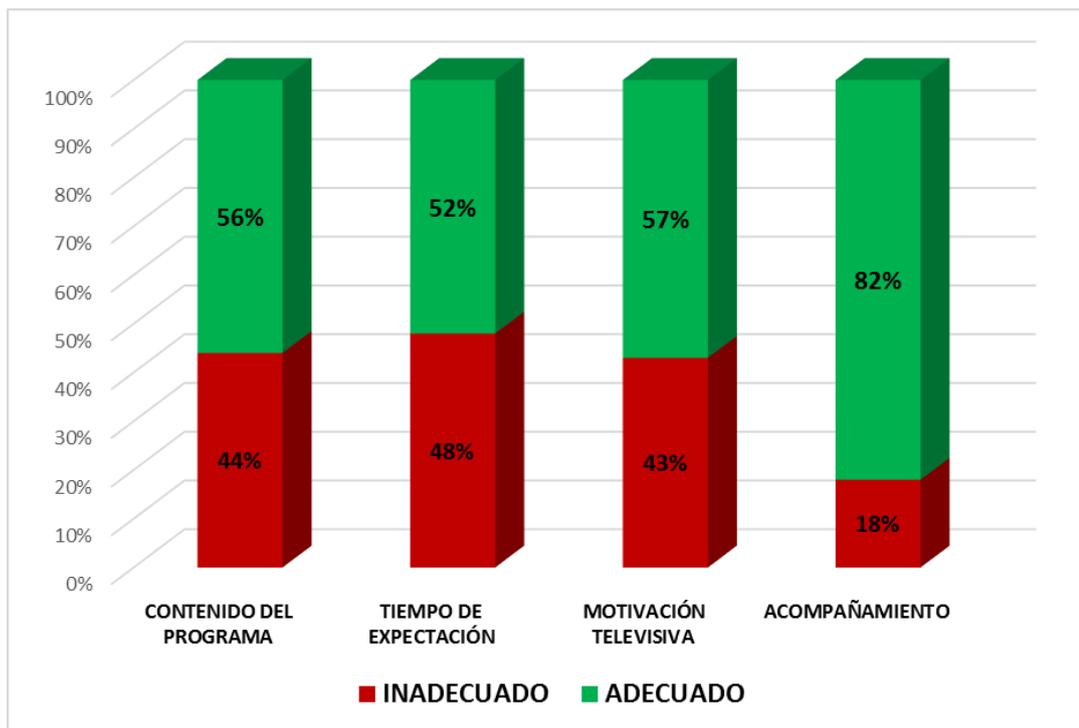
USO TELEVISIVO DE LOS ADOLESCENTES INSTITUCIÓN EDUCATIVA VIRGEN DEL CARMEN N °1174 JUNIO – 2017



Los adolescentes hacen uso adecuado de los medios televisivos en 52% (42) y uso inadecuado 48% (38).

GRÁFICO 2

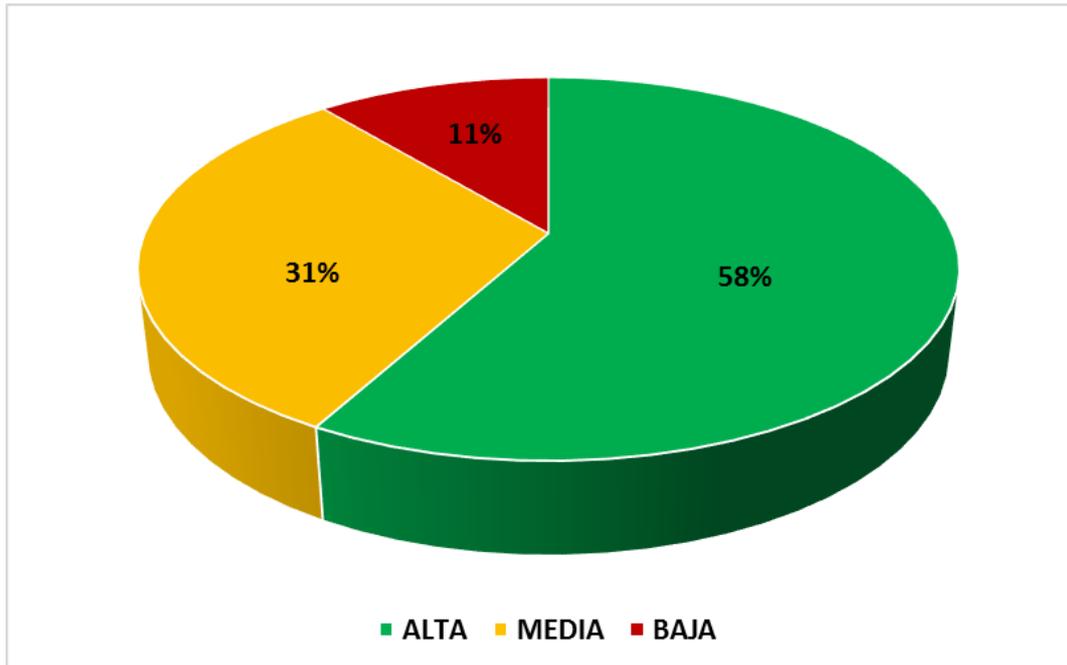
USO TELEVISIVO DE LOS ADOLESCENTES SEGÚN DIMENSIONES INSTITUCIÓN EDUCATIVA VIRGEN DEL CARMEN N °1174 JUNIO – 2017



Los adolescentes tienen un uso televisivo adecuado de acuerdo a las dimensiones de contenido del programa 56% (45), tiempo de expectación 52% (38), motivación televisiva 57% (46) y acompañamiento 82% (66).

GRÁFICO 3

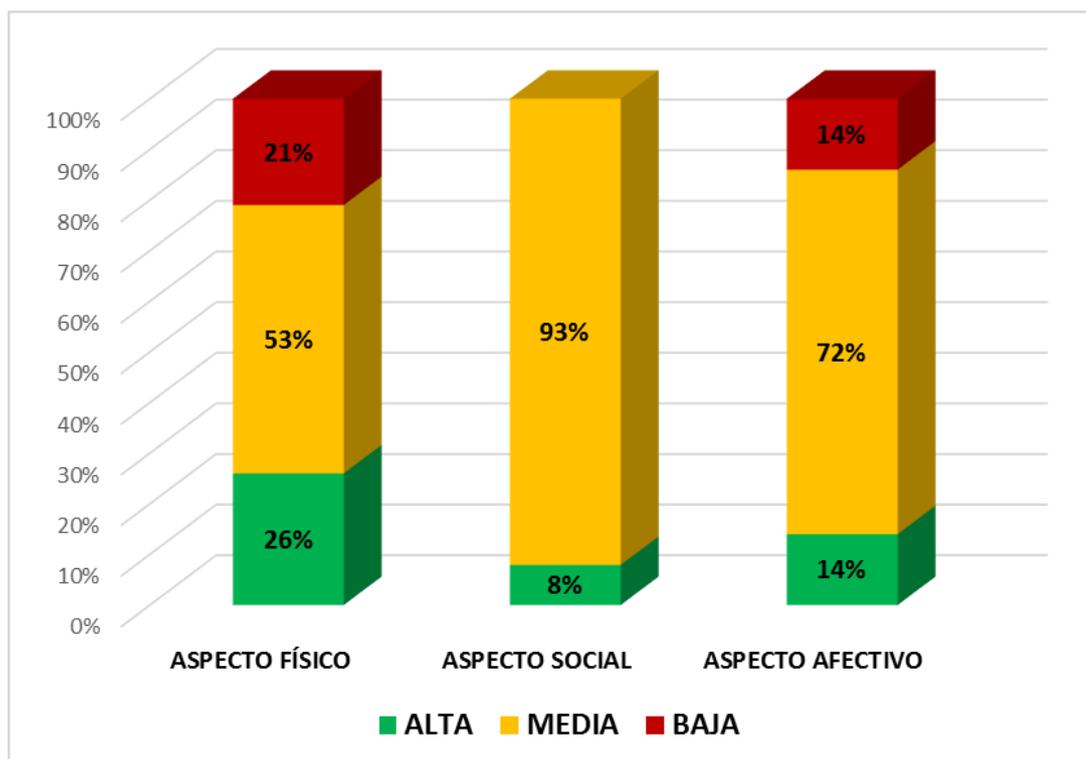
**AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES - INSTITUCIÓN EDUCATIVA
VIRGEN DEL CARMEN N °1174
JUNIO – 2017**



Los adolescentes tienen autoestima alta 58% (46), autoestima media 31% (25) y autoestima baja 11% (9).

GRÁFICO 4

AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES SEGÚN DIMENSIONES INSTITUCIÓN EDUCATIVA N°1174 VIRGEN DEL CARMEN JUNIO – 2017



Los adolescentes tienen autoestima media de acuerdo a las dimensiones de aspecto físico 53% (42), aspecto social 93% (74) y aspecto afectivo 72% (58).

IV .b. Discusión

La influencia del uso televisivo en la autoestima de los adolescentes e generadora de cambios en nuestra investigación observamos mayor número de adolescentes de sexo femenino estando representada por el 61% de la población intervenida mientras que el 39% está representado por alumnos de sexo masculino comparándose con la investigación de Gálvez J. Belga H, Román donde la mayoría de los sujetos encuestado son de sexo femenino es decir las 884 chicas y 779 de sexo masculino. Los adolescentes que asisten a escuelas privadas tenían menos probabilidad de estar expuesto a la televisión y dedican tiempo a los ejercicios más de una vez a la semana.se demostró como resultado que la prevalencia de adolescentes que mira 2 horas a mas es de 48.5% en mujeres y en varones 48% la población de sexo femenino que tienen padres con un nivel educativo bajo eran de escuelas públicas no realizaban ejercicios y relajaban más tiempo a la exposición del televisor. En la investigación realizada obtuvimos que el 52% de los adolescentes de 3^{ro} secundaria realizan un uso televisivo adecuado mientras que 48% realiza un uso inadecuado. La televisión es como agente socializador al igual que la familia, la escuela o los grupos de amigos, interviene en la formación de la conducta del niño y de su socialización de forma que puede ser para su desarrollo puede ser un obstáculo o un promotor de su creatividad. El tiempo dedicado a lectura y tareas escolares. Muchos estudios bien controlados han demostrado que aun 2 horas por día de ver la televisión no supervisada en niños y adolescentes provoca un significativo efecto en el rendimiento académico y especialmente en la lectura. ²⁵

Según Wyer y O'Guinn (1998) demostraron en esta misma línea, que puede establecerse una relación causal entre el tiempo que una persona ve televisión y la formación de creencias respecto al mundo social. A partir de estos datos, los autores concluyen que la televisión es un factor causal, más que un correlato de los juicios acerca de prevalencia del crimen y las ocupaciones de las personas. Es importante aclarar que la

televisión está relacionada de manera causal con la forma como los individuos analizan el mundo y lo que esperan de él, no con la ejecución de los actos que describen como característicos de su contexto social.²⁶

En relación a la dimensiones teniendo en cuenta el contenido de los programas el 56% de adolescentes realiza un uso adecuado y un 44% de manera inadecuada, En relación al tiempo de expectación un 48% realiza un uso y un 52% un uso adecuado en relación al tiempo de expectación, un 57% de los adolescente tienen una motivación televisiva adecuada y un 43% una motivación inadecuada, mientras un 82% realiza el uso televisivo con acompañamiento ,reflejándose que solo un 28% de los adolescentes manifiesta que no cuenta con acompañamiento durante el uso televisivo. Según Alfaro G, Galindo M refiere se tuvo que el 80 % de los jóvenes consulta un tipo de sistema de televisión según departamento administrativo nacional de estadísticas (DANE) que 55.4 % a cobertura de tv nacional y elevándose un 63% área urbana prefiere ver por la noche, consultaron por ver televisión con 87. 2 % resulta sobre un 100 % posible.

El uso entre la semana es variado sin embargo resulta 48. 6% dedica 3 horas a más sobre sus actividades, este grupo es de 14.9% ve de 3 horas o más televisión nacional mientras el 11.5% consume 3 horas sobre la tv internacional. Durante la semana en la tarde se convierte preferido para ver la tv con un 65.2% y la noche es de 59.9% así mismo el consumo aumenta pues 60.9 % de los jóvenes consultaron ver 3 horas o más de televisión durante el día de fin de semana. Donde los jóvenes consultaron en tener información de entretenimiento y educativo, 51. 9% prefiere entretenimiento y 27 .3% prefiere programas educativos. El 55.5 % de lo entrevistado considero tv colombiana es de calidad dentro la observación de calidad de forma en contenido y en los criterios de programación de 10. 7 % de estudiantes de 8 ciudades ve televisión universitaria.²⁸

En relación a la autoestima de los adolescentes del 3^{RO} grado de secundaria teniendo una población de 80 alumnos, tiene una autoestima alta 58%, autoestima media 31% y autoestima baja 11%. Según Mendoza

M .se tuvo como resultado la imagen de los adolescentes en las series va tomando relevancia, sin embargo, podría presentarse la realidad presentando figuras adolescentes líderes positiva, se pretende acercar a la realidad pero se violenta la imagen de la mujer al objetivarla. Los programas informativos son los más visto en la medida que se presenta varias ediciones al día, en la mañana mediodía y por la noche. En este rubro se incluye los programas informativos semanales .²⁵

Según Adler, la baja autoestima impulsa a las personas a esforzarse demasiado para superar la inferioridad que perciben de sí misma y a desarrollar talentos y habilidades como compensación.

La autoestima podría definirse como la suma de confianza y el respeto por uno mismo. Es el juicio a los problemas de la vida. Una autoestima alta no hace personas seguras, valiosas y capacidad para vivir, una autoestima baja nos lleva a la inseguridad, a los sentimientos de inutilidad. ²⁸

En función la autoestima que es media con respecto a dimensiones de aspecto físico 53%, aspecto social 93% y aspecto afectivo 72%. Bereche Tocto en u investigación concluyo que en relación a la autoestima el 49.6% de los estudiantes lograron promedio alto de autoestima y el 35.8% alta autoestima.¹³

Los estudios anteriores demuestran que la televisión interactúa con otras formas de socialización dentro de las diferentes culturas y que sus efectos deben estudiarse a partir de modelos que describan los efectos del medio sobre la percepción del mundo por parte de niños y adultos. Gerbner y cols. (1980) propusieron la teoría de que la televisión estimula en la audiencia fuerte (aquella que ve televisión más allá del promedio) una visión altamente sesgada hacia el contenido narrativo estilizado de la televisión, mientras que los consumidores ocasionales del medio probablemente observan más incongruencias entre los contenidos televisados y el mundo social real.

Los individuos con mediana autoestima poseen tendencia a ser optimistas, expresivos y capaces de aceptar la crítica, a ser más seguros a los autos estimaciones de valía personal y tienden a depender esencialmente de la aceptación social. Por lo general, son personas que en los encuentros sociales toman una posición activa buscando aprobación y experiencias que enriquezcan su autoevaluación la cual generalmente la van realizando de manera paulatina en su entorno social y con sus pares, el llegar a reconocer la importancia y el valor agregado de la autoestima en los adolescentes es de una importancia dentro de su crecimiento personal y social.

CAPITULO V: CONCLUSION Y RECOMENDACIONES

V.a. Conclusiones

- El uso de medios televisivos no tiene relación directa con la autoestima en los adolescentes por lo tanto se rechaza la hipótesis planteada.
- El uso televisivo en los adolescentes es adecuado según: Contenidos de programas, Tiempo de expectación, Motivación de la televisión, acompañamiento por lo tanto se rechaza la hipótesis planteada.
- La autoestima de los adolescentes es media según los Aspectos: Físico, Social y Afectivo por lo tanto se rechaza la hipótesis planteada.

V.b. Recomendaciones

- A la institución educativa participar de los resultados enfocados en la importancia del manejo adecuado del adolescente dentro del entorno educativo.
- El personal de enfermería del Centro de Salud Caja de Agua debe coordinar con las autoridades de la I.E Virgen del Carmen N°1 sesiones educativas para los estudiantes incentivando el uso adecuado del aparato televisivo.
- Fomentar la iniciativa al personal de enfermería en realizar charlas sobre autoestima en los adolescentes a través de sesiones educativas y fortaleciendo el ámbito físico, social.
- La institución educativa debe fomentar al trabajo permanente con los docentes, padres de familia debe observar señales de alarma, conductas inadecuadas y hábitos no saludables en el adolescente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Día mundial de la salud mental. depresión es trastornos mental más frecuente que la autoestima.[en línea]. Panamá; 2010 [fecha de acceso 10 mayo de 2014]. URL disponible en:
http://www2.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=7305%3A2012-dia-mundial-salud-mental-depresion-trastorno-mental-mas-frecuente&Itemid=1926&lang=es#
2. UNICEF. Panorama general en la adolescencia y juventud. [en línea]. España ; 2009 [fecha de acceso 17 de abril de 2015]. URL disponible en :
http://www.unicef.org/spanish/adolescence/index_bigpicture.html
3. Pettinato R. la tv basura. [en línea].Chile; 2014 [fecha de acceso 14 de marzo de 2016]. URL disponible en:
<https://amosdelmundo.wordpress.com/2009/11/01/pettinato-acerca-de-la-tv-basura/>
4. Observatorio de industrias creativas .El Impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Conectado.[consulta 13 de octubre de 2009].URL disponible en:
https://issuu.com/camaradellibro/docs/anuario_oic_2006_2007
5. Devilat M, Keith X. Análisis del consumo y preferencia televisiva. [Tesis licenciatura]. Santiago: institución educativa la candelaria [fecha de acceso 10 de octubre de 2015] URL disponible en:
http://www.academia.edu/2570320/TELEVISI%C3%93N_Y_NI%C3%91OS_An%C3%A1lisis_del_consumo_y_preferencias_televisivas_en_escolares_de_entre_8_y_10_a%C3%B1os_de_la_Provincia_de_Concepci%C3%B3n

6. Cardenas f, Flores V, Carraco G, Vicente S. Contenidos televisivos violentos asociados a la conducta agresiva de niños de 8 a 12 años. [Tesis licenciatura]. Lima ;2011. URL disponible en:
<http://faenf.cayetano.edu.pe/images/pdf/Revistas/2011/febrero/02%20CONTENIDOS%20TELEVISIVOS.pdf>
7. Vasquez C. Trabajo Práctico. Diseño y Comunicación. [Tesis licenciatura]. Lima: Servicio de UNMSM [fecha de acceso 20 de diciembre de 2014]. URL disponible en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/5230_4603.pdf
8. Diez E. Los estereotipos de género en la programación televisiva que ven los adolescentes [en línea]. España; 2015 [fecha de acceso 17 de marzo de 2016]. URL disponible en:
<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6816/RocheDiezElena.pdf?sequence=1>
9. Ortega E. Estudio del efecto que causan los programas de Reality show televisivos en la conducta de los niños. en el sector de bastión de la ciudad de Guayaquil. [en línea]. Ecuador: Servicio de la Institución Educativa de la escuela de cacique tomala;2016. Tomado [15 de marzo de 2017] URL Disponible en:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9699/1/TESIS%20COMPLETA%20ORTEGA%20ESTEFANIA.pdf>
10. Ponce L. Análisis de la influencia de los programas concursos en comportamiento e identidad de la cultura de los adolescentes [Tesis Licenciatura]. Ecuador : Institución Educativa Dr. Alfredo Baquerizo Moreno ; 2015. [fecha de acceso 11 de marzo de 2017] URL Disponible en:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15159/1/LILIANA%20PONCE%20VALENCIA.pdf>
11. Godinho J, Araujo J, Barros H, Ramos E. Características Asociadas con el uso de los Medios de Comunicación en la

- Adolescencia temprana [Tesis doctoral]. Portugal: 2014. [fecha de acceso 16 de marzo del 2016]. URL Disponible en:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2014000300587
12. Centeno R . Tv basura: El caso de los programas juveniles Combate y Esto Es Guerra. [Tesis Licenciatura]. Lima. Chorrillos [en línea] .Perú [fecha de acceso el 30 de marzo de 2017]. URL disponible en :
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4763/1/Centeno_tr.pdf
13. Marquina j .Conducta agresiva y consumo de realty's shows de la televisión Peruana. [Tesis Licenciatura]. Peru. Obstet. Enferm. 2015 [fecha de acceso el 06 de marzo de 2017] URL disponible en :
<http://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/rpoe/article/viewFile/798/628>
14. Cárdenas F. Nivel de exposición a contenidos televisivos violentos y su asociación con la conducta agresiva en niños de 8 a 12 años [Tesis doctoral]. Lima : institución educativa del distrito de Comas, Perú 2011.[fecha de acceso el 16 DE marzo del 2017] URL disponible en :
<http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IscScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nextAction=Ink&exprSearch=703837&indexSearch=ID>
15. Catarina U. Televisión como medio de comunicación. [en línea]. Portugal.2010.[fecha de acceso 17 de marzo de 2017] URL disponible en:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/trejo_f_k/capitulo1.pdf
16. Cortez d. Impacto de los medios de comunicación en la sociedad. Los adolescentes y la televisión. [en línea]. Ecuador .[fecha de acceso 17 de junio de 2016] URL disponible en:

<http://impactocomunicacion9b.blogspot.pe/2013/01/impacto-en-la-juventud.html>

17. Pérez IO, Pinzón AM, González R ,Reyes F, Sánchez J ,Molano. Influencia de la Televisión Violenta en Niños de una Escuela. [en línea].Colombia.2004. .[fecha de acceso 20 de mayo de 2016] URL disponible en:
<http://www.scielosp.org/pdf/rsap/v7n1/v7n1a6.pdf>
18. CONCORTV .Estudio de actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y televisión. [en línea].Perú. [fecha de acceso 17 de junio de 2015] Lima.
19. La Autoestima. [en línea]. [fecha de acceso 24 de julio de 2014] URL disponible en:
<http://www.laautoestima.com/autoestima-boletin-enero2008.htm>
20. Nathaniel Branden. Cómo mejorar su autoestima. 1987. Versión traducida: 1990. 1°. [fecha de acceso 11 de enero de 2010]. Ediciones Paidós Ibérica. 7(1), 97-98-110-120, 1990.
21. Rosenberg, M. Self-concept from middle childhood through adolescence. En J.Suls y A. G. Green wad. Psychological Perspective on the Self; 3, 107-135, 1986.
22. Barr- Anderson DJ , van den Berg P, neumark – Sztainer D, Shtory m: Characteristics associated with older adolescents who have a television in their bedrooms. Pediatrics,1 (2):7-18 -24, 2008.
23. Papalia D. Psicología del desarrollo de la infancia a la adolescencia. España: 1ª.ed. Medica Psiquiátrica, 2010.
24. Rosenberg. La escala de autoestima [en línea]; 1990. [fecha de acceso 19 de septiembre de 2015] URL disponible en:
<https://psicologiaymente.net/clinica/escala-autoestimarosenberg#>
25. Rosenberg. La escala de autoestima. [en línea]; 1990. [fecha de acceso 19 de septiembre de 2015] URL disponible en:
<http://www.cop.es/colegiados/pv00520/escala%20rosenberg.pdf>

26. Sandoval E. Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. [en línea]. Bogotá. 2006. [fecha de acceso 18 de septiembre de 2014]. URL disponible en:
http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S165-92672006000200002
27. Sakraida J. Modelo de Promoción de la Salud. Nola. España: Editores modelos y teorías de enfermería , 6° ed. :Elsevier-Mosby ; 2007.
28. Aguilar A. Autoestima. [en línea]. Cuba .2010. [fecha de acceso 22 de julio de 2012]. URL disponible en:
<http://www.suicidologia.com.mx/wpcontent/uploads/2014/04/autoestima.pdf>
29. Torres d. Introducción al estudio de conducta humana [en línea]. Ecuador : 2014.[fecha de acceso 5 de mayo del 2015]URL disponible en :
[http //www.shildeshare.com](http://www.shildeshare.com)
30. Barr Anderson DJ , van den Berg P, Neumark Sztainer D, Shtory m: Characteristics associated with older adolescents who have a television in their bedrooms. Med rev Pediatrics 2008 ; 121:718 - 24.
31. Papalia D. Psicología del desarrollo de la infancia a la adolescencia. Med Clin (Barc)2013 ; 120 (3):608-613
32. Rosenberg M. Self-concept from middle childhood through adolescence. Edit. Psychological Perspective on the Self(1986);115 (3): 107-135.
33. Mendoza M. Un estudio cualitativo imagen de niños y niñas en la televisión [Tesis Licenciatura]. Lima. 2014. Url disponible en:
[http://concoartv.gob.pe/2014/investigaciones/2014 – consultorio – imagen –niños-niñas-tv-nacional.pdf](http://concoartv.gob.pe/2014/investigaciones/2014%20-%20consultorio%20-%20imagen%20-%20ni%C3%B1os-%20ni%C3%B1as-tv-nacional.pdf)

BIBLIOGRAFIA

- Hernández RS, Fernández CC, Baptista MP. Metodología de la Investigación. 6ra. ed. [en línea] Lima; 2015 [fecha de acceso 16 de Noviembre del 2016] URL disponible en :

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

- Hernández RS, Metodología de la investigación [en línea] Peru; 2015 [fecha de acceso 16 de Noviembre del 2016] URL disponible en:

<http://www.mediafire.com/file/7n8p2lj3ucs2r3r/Metodolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n+-+sampieri+-+6ta+EDICION.pdf>

- Fernández CC. Metodología de la Investigación 3ra. Ed. [en línea] Peru; 2015 [fecha de acceso 14 de Noviembre del 2016] URL disponible en:

https://libros-gratis.com/leer-libro-online/?pdf=http://data.over-blog-kiwi.com/0/27/01/47/201304/ob_195288_metodologia-de-lainvestigacion-sampieri-hernande.pdf&pdf-title=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-%20data.over-blog-kiwi.com&title=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n,%205ta%20Edici%C3%B3n

- CHavarry P Y. Introducción a los modelos y teorías de enfermería [Tesis doctoral]. Ecuador; 2015 [fecha de acceso 26 de Enero del 2016] URL disponible en:

<https://es.slideshare.net/azanero33/modelos-y-teorias-de-enfermeria>

ANEXOS

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	VALOR FINAL
Uso televisión en adolescentes	Es la capacidad de poder ejercer control sobre alguien o algo. La influencia de la sociedad puede contribuir al desarrollo de la inteligencia, la afectividad, la asertividad, el comportamiento y, en sentido general, la formación de su personalidad.	Es la capacidad que ha determinado el adolescente para poder elegir el ver los programas de televisión de su agrado e interés personal.	<p>Contenidos de programa</p> <p>Tiempo de expectación</p> <p>Motivación de la televisión</p> <p>Acompañamiento</p>	<p>Humorístico</p> <ul style="list-style-type: none"> -deportes - Noticiero -Series -Dibujos animados <p>-Durante el día</p> <p>-Durante la tarde</p> <p>-Fin de semana</p> <p>-Distracción</p> <p>-Tiempo ocio</p> <p>-des estresarse</p> <p>- de ver su artista favorito</p> <p>-Los padres</p> <p>-Solos</p> <p>-con los amigos</p> <p>-los abuelos</p>	<p>Adecuado</p> <p>Inadecuado</p>



ANEXO 2

CUESTIONARIO SOBRE USO TELEVISIVO EN LOS ADOLESCENTES I.E VIRGEN DEL CARMEN N°117 JUNIO – 2017

INTRODUCCION

Presentación: David Vargas Donayre alumno de la escuela profesional de enfermería del VII ciclo de la universidad privada san juan bautista a todos en esta oportunidad en coordinación de su I.E estoy realizando una encuesta a todos los adolescentes del 3 ° de secundaria con el objetivo de obtener información acerca de la relación entre el uso televisivo en los adolescentes, para lo cual solicito que responda de forma honesta y veraz las siguientes preguntas. La información que se obtendrá será de carácter anónimo y permitirá tomar medidas que favorezcan el desarrollo de los adolescentes.

INSTRUCCIONES

- Responder a todas las preguntas
- Responder con veracidad
- No coloque su nombre
- Lea las preguntas antes de contestar
- Elija una sola respuesta
- No agregar respuestas

Edad:

Sexo:

Grado....

Sección.....

ÍTEM	Siempre	A veces	Nunca
CONTENIDO DEL PROGRAMA: Ud. Mira de manera permanente los siguientes tipos de programas:			
1. REALLITY SHOWS			
2. Deportes			
3. Noticias			
4. Dibujos animados			
5. Series de todos los tipos.			
TIEMPO DE PERMANENCIA VIENDO TV			
1. Tengo un horario			
2. Todo el día			
3. Cada que puedo			
MOTIVACION			
1. Miras televisión porque admiras algún artista			
2. Miras televisión porque quisieras formar parte de dicho evento.			
ACOMPANAMIENTO			
1. Generalmente miras televisión solo			
2. Miras televisión en compañía de tus padres			
3. Miras televisión en compañía de amigos			



ANEXO 3

LA AUTOESTIMA EN LOS ADOLESCENTES I.E VIRGEN DEL CARMEN N°1174

INTRODUCCION

Presentación: David Vargas Donayre alumno de la escuela profesional de enfermería del VII ciclo de la universidad privada san juan bautista a todos en esta oportunidad en coordinación de su I.E estoy realizando una encuesta a todos los adolescentes del 3 ° de secundaria con el objetivo de obtener información acerca de la autoestima de los adolescentes, para lo cual solicito que responda de forma honesta y veraz las siguientes preguntas. La información que se obtendrá será de carácter anónimo y permitirá tomar medidas que favorezcan el desarrollo de los adolescentes.

Instrucción:

Es un cuestionario para poder medir su autoestima personal marque con una (x) según las frases con la respuesta que considere la más apropiada:

- A. Muy de acuerdo
- B. De acuerdo
- C. En desacuerdo
- D. Muy en desacuerdo

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSEMBERG	A	B	C	D
1.-Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos es igual medida que los demás.				
2.- Esto convencido de que tengo cualidades buenas.				
3.-Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente				
4.-Tengo una actitud positiva hacia mí mismo /a				
5.-En general estoy satisfecho / a de mí mismo /a				
6.-Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso /a				
7.-En general , me inclino a pensar que soy un fracasado /a				
8.-Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo				
9.-Hay veces que realmente pienso que soy un inútil				
10.-A veces creo que no soy buena persona				

ANEXO 4

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO – CUESTIONARIO Y ESCALA DE LIKERT

MATRIZ DE ANALISIS DE LA RESPUESTA DE 7 EXPERTOS

CRITERIOS	EXPERTOS							P
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	1	1	1	1	1	1	0.0078
2	1	1	1	1	1	1	0	0.0547
3	1	1	1	1	1	1	1	0.0078
4	1	0	1	1	1	1	0	0.0547
5	1	1	1	1	1	1	0	0.0547
6	1	1	1	1	1	1	0	0.0547
7	1	1	1	1	1	1	1	0.0078
8	1	1	1	1	1	1	1	0.0078
9	1	1	1	1	1	1	1	0.0078
10	1	1	1	1	1	1	0	0.0547
11	1	1	1	0	1	1	0	0.3125
12	1	1	0	1	1	0	1	0.0547
13	1	1	1	1	1	1	1	0.0078
TOTAL								0.3125

Se ha considerado como valor de las respuestas de los expertos lo siguiente:

1: Si la respuesta es positiva

0: Si la respuesta es negativa

p: Valor binomial

Sumatorio de p = 0.4063 y N: Número de Expertos =13

$$P = \frac{EP}{N} = \frac{0.125}{13} = 0.04464$$

Si P es menor de 0.05 el grado de concordancia es significativo. Según los expertos el valor de “P” = 0.04063, que es menor de 0.05 por lo tanto tiene un grado de concordancia significativa y el **instrumento es válido**.

ANEXO 5

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

COEFICIENTE DE ALFA DE CROMBACH (α)

Para determinar la confiabilidad del cuestionario de la prueba piloto, se utilizó el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach, cuya fórmula es:

$$\alpha = \frac{n}{n - 1} \left\{ 1 - \frac{\sum pq}{Vt} \right\}$$

Dónde:

- n: es el número de ítems.
- $\sum pq$: sumatorio total
- Vt: varianza total

Se obtuvo los siguientes resultados estadísticos de confiabilidad:

VARIABLE	ALFA DE CRONBACH
VARIABLE	0.749

Para que el instrumento sea confiable α debe ser ≥ 0.5 y mientras más se acerque a 1 este será más confiable, por lo tanto, con los datos obtenidos se establece que el instrumento es altamente confiable.

INSTRUMENTO: INFLUENCIA TELEVISIVA EN LOS ADOLESCENTES

VARIABLE																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	TOTAL	CATEGORIA	
1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	8	ADECUADO	2
2	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	7	INADECUADO	1
3	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	10	ADECUADO	2
4	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	9	ADECUADO	2
5	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	9	ADECUADO	2
6	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	ADECUADO	2
7	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	8	ADECUADO	2
8	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	5	INADECUADO	1
9	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	10	ADECUADO	2
10	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	7	INADECUADO	1
11	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	9	ADECUADO	2
12	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	9	ADECUADO	2
13	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	9	ADECUADO	2
14	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	11	ADECUADO	2
15	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	8	ADECUADO	2
16	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	8	ADECUADO	2
17	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	9	ADECUADO	2
18	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	11	ADECUADO	2
19	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	11	ADECUADO	2
20	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	7	INADECUADO	1
21	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	7	INADECUADO	1
22	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	ADECUADO	2
23	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	11	ADECUADO	2
24	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	10	ADECUADO	2
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	ADECUADO	2
26	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	11	ADECUADO	2
27	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	6	INADECUADO	1
28	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	6	INADECUADO	1
29	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	7	INADECUADO	1
30	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	7	INADECUADO	1
31	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	6	INADECUADO	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	11	ADECUADO	2
33	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	6	INADECUADO	1
34	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	5	INADECUADO	1
35	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	7	INADECUADO	1
36	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	4	INADECUADO	1
37	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	8	ADECUADO	2
38	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	11	ADECUADO	2
39	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	10	ADECUADO	2
40	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	6	INADECUADO	1

41	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	6	INADECUADO	1
42	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	5	INADECUADO	1
43	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	12	ADECUADO	2
44	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	9	ADECUADO	2
45	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	6	INADECUADO	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	ADECUADO	2
47	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	11	ADECUADO	2
48	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	6	INADECUADO	1
49	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	INADECUADO	1
50	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	8	ADECUADO	2
51	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	6	INADECUADO	1
52	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	6	INADECUADO	1
53	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	3	INADECUADO	1
54	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	8	ADECUADO	2
55	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	5	INADECUADO	1
56	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	8	ADECUADO	2
57	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	INADECUADO	1
58	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	6	INADECUADO	1
59	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	4	INADECUADO	1
60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	INADECUADO	1
61	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	9	ADECUADO	2
62	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	7	INADECUADO	1
63	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	7	INADECUADO	1
64	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	11	ADECUADO	2
65	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	6	INADECUADO	1
66	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	7	INADECUADO	1
67	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	8	ADECUADO	2
68	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	11	ADECUADO	2
69	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	8	ADECUADO	2
70	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	7	INADECUADO	1
71	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	9	ADECUADO	2
72	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	6	INADECUADO	1
73	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	9	ADECUADO	2
74	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	6	INADECUADO	1
75	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	6	INADECUADO	1
76	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	ADECUADO	2
77	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	11	ADECUADO	2
78	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	9	ADECUADO	2
79	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	6	INADECUADO	1
80	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	6	INADECUADO	1

INSTRUMENTO: INFLUENCIA TELEVISIVA EN LOS ADOLESCENTES

N°	CONTENIDOS DE PROGRAMA				TIEMPO DE EXPECTACIÓN				MOTIVACIÓN DE LA TELEVISIÓN				ACOMPANIAMIENTO				
	1	2	3	D1	4	5	6	D2	7	8	9	10	D3	11	12	13	D4
1	0	1	1	2	0	0	1	1	1	0	1	1	3	1	0	1	2
2	0	1	1	2	0	0	0	0	1	0	1	1	3	1	0	1	2
3	1	1	1	3	1	0	1	2	1	1	0	0	2	1	1	1	3
4	1	0	1	2	1	1	0	2	1	1	0	1	3	0	1	1	2
5	1	1	0	2	0	1	0	1	1	1	1	1	4	1	0	1	2
6	1	0	0	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	3
7	0	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	0	3	1	0	0	1
8	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	3	0	0	0	0
9	1	1	0	2	0	0	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	3
10	0	0	0	0	0	1	1	2	0	1	1	1	3	1	0	1	2
11	0	1	1	2	1	0	1	2	0	1	1	1	3	1	0	1	2
12	1	1	0	2	0	1	0	1	1	0	1	1	3	1	1	1	3
13	0	1	0	1	1	1	1	3	0	1	1	1	3	1	0	1	2
14	1	0	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	0	1	2
15	1	0	0	1	1	1	1	3	0	1	0	1	2	0	1	1	2
16	0	1	1	2	1	0	0	1	1	1	1	0	3	1	1	0	2
17	0	1	0	1	1	1	1	3	0	1	1	0	2	1	1	1	3
18	0	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	4	1	1	1	3
19	1	1	1	3	1	1	1	3	0	1	1	1	3	1	0	1	2
20	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	1	3	1	1	0	2
21	0	1	0	1	1	0	1	2	0	1	1	0	2	1	1	0	2
22	1	1	0	2	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3
23	1	1	1	3	1	1	0	2	1	1	1	1	4	1	1	0	2
24	1	0	1	2	1	1	1	3	0	1	1	0	2	1	1	1	3
25	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	3
26	1	0	1	2	1	1	1	3	0	1	1	1	3	1	1	1	3
27	0	0	0	0	1	1	0	2	1	0	1	0	2	1	0	1	2
28	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	2	1	1	1	3
29	0	1	1	2	1	0	0	1	1	1	0	1	3	1	0	0	1
30	1	0	1	2	0	0	0	0	1	0	1	1	3	1	0	1	2
31	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	0	2
32	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	0	3	0	1	1	2
33	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	2	1	0	1	2
34	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	2	1	1	0	2
35	1	1	1	3	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	3
36	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1
37	0	1	1	2	0	1	0	1	1	0	1	1	3	1	0	1	2
38	0	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	4	1	1	1	3
39	0	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	0	3	1	1	0	2
40	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	4	1	0	0	1

41	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	3	0	1	1	2
42	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	2
43	1	1	1	3	1	1	0	2	1	1	1	1	4	1	1	1	3
44	0	1	1	2	0	0	1	1	1	1	1	0	3	1	1	1	3
45	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	3	1	0	1	2
46	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	3
47	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	0	1	3	1	1	0	2
48	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	2	1	1	0	2
49	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
50	1	1	1	3	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	0	1	2
51	0	1	1	2	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	2
52	1	1	0	2	0	0	0	0	1	1	0	1	3	1	0	0	1
53	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	2
54	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	3	1	1	1	3
55	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	2	1	0	1	2
56	1	0	0	1	1	0	1	2	1	0	1	1	3	1	0	1	2
57	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58	1	0	0	1	1	1	0	2	1	0	1	0	2	0	1	0	1
59	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	2	0	1	0	1
60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
61	1	0	1	2	1	1	0	2	1	0	0	1	2	1	1	1	3
62	1	0	0	1	0	1	1	2	0	1	1	1	3	0	0	1	1
63	0	0	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	3	1	0	1	2
64	0	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	4	0	1	1	2
65	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	2	1	0	1	2
66	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	2	1	1	0	2
67	0	1	1	2	0	1	1	2	0	1	1	1	3	0	1	0	1
68	1	1	1	3	0	1	1	2	0	1	1	1	3	1	1	1	3
69	1	0	1	2	0	1	1	2	0	1	0	1	2	0	1	1	2
70	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	1	2	1	1	0	2
71	1	1	1	3	1	1	1	3	0	1	0	0	1	1	1	0	2
72	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	2	0	1	1	2
73	0	1	1	2	1	1	0	2	1	0	1	1	3	0	1	1	2
74	0	1	1	2	0	0	1	1	0	0	1	1	2	0	1	0	1
75	0	0	0	0	1	0	1	2	0	0	1	1	2	0	1	1	2
76	0	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	3
77	0	1	1	2	1	1	1	3	1	1	0	1	3	1	1	1	3
78	1	1	0	2	1	0	1	2	1	0	1	1	3	0	1	1	2
79	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	2	0	1	0	1
80	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	2	0	1	0	1

AUTOESTIMA EN LOS ADOLESCENTES													
VARIABLE											T	CATEGORIA	
N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36	ALTA	3
2	4	4	4	4	3	2	2	2	3	1	29	MEDIA	2
3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	3	27	MEDIA	2
4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	30	ALTA	3
5	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	34	ALTA	3
6	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	24	BAJA	1
7	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	36	ALTA	3
8	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	26	MEDIA	2
9	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	28	MEDIA	2
10	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	31	ALTA	3
11	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	37	ALTA	3
12	4	4	4	4	4	1	2	2	2	1	28	MEDIA	2
13	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	14	BAJA	1
14	4	4	4	4	4	4	4	1	3	1	33	ALTA	3
15	3	3	3	4	4	2	2	1	2	2	26	MEDIA	2
16	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	35	ALTA	3
17	4	4	3	4	4	1	4	4	3	4	35	ALTA	3
18	3	4	3	4	4	1	2	1	2	1	25	BAJA	1
19	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	34	ALTA	3
20	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	36	ALTA	3
21	4	4	4	3	3	2	2	2	3	1	28	MEDIA	2
22	4	3	4	4	3	3	4	1	2	2	30	ALTA	3
23	4	2	2	4	4	1	3	1	3	1	25	BAJA	1
24	4	4	1	4	4	1	2	1	3	4	28	MEDIA	2
25	4	1	4	4	3	3	2	3	1	1	26	MEDIA	2
26	4	4	3	4	4	3	3	1	3	2	31	ALTA	3
27	4	3	2	4	4	3	1	2	1	3	27	MEDIA	2
28	4	4	4	3	4	4	4	1	4	2	34	ALTA	3
29	4	3	3	4	4	1	3	2	2	3	29	MEDIA	2
30	3	4	4	4	4	2	2	2	1	1	27	MEDIA	2
31	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	33	ALTA	3
32	3	4	3	4	3	2	3	3	3	1	29	MEDIA	2
33	3	4	3	4	4	4	4	1	2	2	31	ALTA	3
34	4	4	4	4	4	1	4	2	4	4	35	ALTA	3
35	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	36	ALTA	3
36	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	33	ALTA	3
36	4	4	4	4	3	2	1	2	3	2	29	MEDIA	2
37	4	4	4	4	4	2	1	1	3	2	29	MEDIA	2
38	4	4	4	4	4	3	3	1	3	1	31	ALTA	3
39	4	4	4	4	4	3	3	1	3	1	31	ALTA	3
40	3	4	4		4	4	3	4	4	1	31	ALTA	3

41	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	35	ALTA	3
42	3	3	4	4	4	4	4	1	1	2	30	ALTA	3
43	3	4	4	3	4	3	3	1	3	3	31	ALTA	3
44	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	35	ALTA	3
45	3	4	3	4	3	2	4	2	4	2	31	ALTA	3
46	4	4	3	2	4	2	1	1	3	4	28	MEDIA	2
47	4	3	2	4	3	2	1	1	2	1	23	BAJA	1
48	4	4	3	3	2	4	1	3	4	4	32	ALTA	3
49	4	4	4	4	4	2	4	1	4	4	35	ALTA	3
50	4	4	3	4	4	2	3	1	4	3	32	ALTA	3
52	3	3	3	4	4	2	3	3	3	1	29	MEDIA	2
53	3	4	4	4	4	2	3	2	4	3	33	ALTA	3
54	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	36	ALTA	3
55	3	3	3	4	4	4	4	1	3	3	32	ALTA	3
56	3	3	3	4	4	4	4	1	2	3	31	ALTA	3
57	3	4	3	4	4	3	4	1	2	2	30	ALTA	3
58	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	33	ALTA	3
59	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	25	BAJA	1
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	ALTA	3
61	4	3	4	4	4	2	2	1	2	1	27	MEDIA	2
62	3	4	4	3	4	3	2	1	4	1	29	MEDIA	2
63	4	4	4	3	3	1	1	1	3	4	28	MEDIA	2
64	3	3	2	2	3	3	2	1	2	2	23	BAJA	1
65	4	4	4	4	4	2	2	1	2	2	29	MEDIA	2
66	4	4	4	4	4	1	2	4	4	3	34	ALTA	3
67	4	4	4	4	4	1	4	1	2	1	29	MEDIA	2
68	2	3	3	4	3	2	2	1	1	1	22	BAJA	1
69	3	4	3	4	4	2	3	1	3	3	30	ALTA	3
70	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38	ALTA	3
71	3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	28	MEDIA	2
72	3	3	3	4	4	2	3	2	3	2	29	MEDIA	2
73	3	3	4	4	3	4	4	1	4	3	33	ALTA	3
74	2	3	4	4	4	2	2	1	1	1	24	BAJA	1
75	3	4	3	4	3	3	4	2	4	2	32	ALTA	3
76	4	3	4	3	3	3	3	1	3	3	30	ALTA	3
77	4	4	4	4	4	2	4	1	4	4	35	ALTA	3
78	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	37	ALTA	3
79	4	3	2	3	2	4	3	3	2	2	28	MEDIA	2
80	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	34	ALTA	3

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA AUTOESTIMA POR DIMENSIONES

N°	ASPECTO FISICO					ASPECTO SOCIAL					ASPECTO AFECTIVO					
	1	2	3	T	CATEGORIA	4	5	6	T	CATEGORIA	7	8	9	10	T	
1	4	1	3	8	5	2	3	4	9	4	3	4	3	4	14	5
2	3	2	2	7	5	4	4	1	9	4	4	4	2	3	13	9
3	3	3	2	8	5	1	3	3	7	5	3	2	2	2	9	9
4	1	3	2	6	6	3	3	2	8	5	3	3	2	3	11	9
5	1	1	4	6	6	4	4	1	9	5	4	4	1	4	13	10
6	4	1	1	6	6	3	4	1	8	5	4	4	1	1	10	10
7	1	4	2	7	6	1	4	1	6	6	4	4	4	3	15	10
8	1	2	3	6	6	2	3	3	8	6	2	3	3	2	10	10
9	3	3	2	8	6	3	3	2	8	6	3	3	3	3	12	10
10	4	3	1	8	6	3	3	3	9	6	3	4	3	3	13	10
11	1	4	1	6	6	3	2	1	6	6	4	4	4	4	16	11
12	4	2	2	8	6	4	4	1	9	6	4	4	1	2	11	11
13	2	2	1	5	6	1	1	2	4	6	1	2	1	1	5	11
14	1	4	1	6	6	1	4	1	6	6	4	4	4	3	15	11
15	4	2	1	7	6	3	3	2	8	6	3	4	2	2	11	11
16	4	1	1	6	6	1	4	4	9	6	4	4	3	4	15	11
17	3	1	4	8	6	2	3	4	9	6	4	4	1	3	12	11
18	4	2	1	7	6	4	3	1	8	6	3	4	1	2	10	11
19	1	3	3	7	6	2	3	4	9	6	3	4	2	4	13	12
20	3	2	4	9	6	1	3	1	5	6	3	4	2	4	13	12
21	3	2	2	7	6	4	4	1	9	6	4	3	2	3	12	12
22	3	4	1	8	7	3	4	2	9	6	4	4	3	2	13	12
23	4	3	1	8	7	2	2	1	5	6	4	4	1	3	12	12
24	4	2	1	7	7	4	1	4	9	6	4	4	1	3	12	12
25	3	2	3	8	7	1	4	1	6	6	4	4	3	1	12	12
26	4	3	1	8	7	4	3	2	9	7	4	4	3	3	14	12
27	4	1	2	7	7	3	2	3	8	7	4	4	3	1	12	12
28	4	1	1	6	7	2	1	2	5	7	4	3	4	4	15	12
29	1	3	2	6	7	3	3	3	9	7	4	4	1	2	11	12
30	4	2	2	8	7	4	4	1	9	7	3	4	2	1	10	12
31	3	3	3	9	7	1	3	3	7	7	4	3	3	4	14	12
32	1	3	3	7	7	4	3	1	8	7	3	4	2	3	12	12
33	1	4	1	6	7	1	3	2	6	7	3	4	4	2	13	12
34	4	2	2	8	7	2	4	3	9	7	4	4	1	4	13	12
35	3	4	1	8	7	4	1	3	8	7	4	4	4	4	16	12
36	3	3	2	8	7	1	1	4	6	7	3	3	3	4	13	12
36	3	1	2	6	8	4	1	2	7	8	4	4	2	3	13	13
37	4	1	1	6	8	4	3	2	9	8	4	4	2	3	13	13
38	4	3	1	8	8	1	4	1	6	8	4	4	3	3	14	13
39	4	3	1	8	8	4	4	1	9	8	4	4	3	3	14	13
40	4	2	2	8	8	4	4	1	9	8	3		4	4	11	13

41	2	2	4	8	8	2	3	1	6	8	3		4	4	11	13
42	4	4	1	9	8	1	4	2	7	8	4	4	2	4	14	13
43	4	3	1	8	8	2	1	3	6	8	3	4	4	1	12	13
44	2	4	2	8	8	3	1	4	8	8	3	3	3	3	12	13
45	3	4	2	9	8	1	3	2	6	8	3	3	4	4	14	13
46	4	1	1	6	8	1	3	2	6	8	3	4	2	4	13	13
47	3	1	1	5	8	3	2	1	6	8	4	2	2	3	11	13
48	2	1	3	6	8	4	3	1	8	8	4	4	2	2	12	13
49	4	4	1	9	8	4	4	1	9	8	4	3	4	4	15	13
50	4	3	1	8	8	1	3	2	6	8	4	4	2	4	14	13
52	2	3	3	8	8	3	3	1	7	8	4	4	2	4	14	13
53	4	3	2	9	8	4	2	3	9	9	3	4	2	3	12	13
54	4	3	2	9	8	4	1	4	9	9	3	4	2	4	13	13
55	4	4	1	9	8	3	1	3	7	9	4	4	4	3	15	13
56	4	4	1	9	8	3	3	3	9	9	3	4	4	3	14	13
57	4	4	1	9	8	1	3	2	6	9	3	4	4	2	13	14
58	3	4	2	9	8	3	2	4	9	9	3	4	3	2	12	14
59	4	1	1	6	8	1	4	1	6	9	3	4	3	4	14	14
60	3	2	3	8	8	3	2	4	9	9	4	4	1	1	10	14
61	4	2	1	7	8	3	4	1	8	9	4	4	4	4	16	14
62	4	2	1	7	8	1	2	1	4	9	4	4	2	2	12	14
63	3	1	1	5	8	2	4	3	9	9	3	3	3	4	13	14
64	3	2	1	6	9	3	2	2	7	9	4	3	1	3	11	14
65	4	2	1	7	9	4	3	2	9	9	3	2	3	2	10	14
66	3	2	4	9	9	1	2	3	6	9	4	4	2	2	12	14
67	4	4	1	9	9	4	1	1	6	9	4	4	1	4	13	14
68	3	2	1	6	9	3	3	1	7	9	4	4	1	2	11	14
69	4	3	1	8	9	1	2	3	6	9	2	4	2	1	9	14
70	1	2	4	7	9	1	2	3	6	9	3	4	2	3	12	15
71	3	3	2	8	9	3	2	3	8	9	4	4	4	4	16	15
72	1	3	2	6	9	3	3	2	8	9	3	4	3	2	12	15
73	3	4	1	8	9	3	2	3	8	9	3	4	2	3	12	15
74	4	2	1	7	9	3	4	1	8	9	3	4	4	4	15	15
75	3	4	2	9	9	4	3	2	9	9	2	4	2	1	9	15
76	3	3	1	7	9	2	4	3	9	9	3	4	3	4	14	15
77	4	4	1	9	9	2	1	2	5	9	4	3	3	3	13	16
78	3	2	4	9	9	2	1	4	7	9	4	4	2	4	14	16
79	2	3	3	8	9	3	2	2	7	9	4	4	1	4	13	16
80	4	4	1	9	9	2	1	4	7	9	4	3	4	2	13	16

ANEXO 6

MUESTREO DE LA POBLACION

Muestreo aleatorio simple por método aleatoria de selección a los adolescentes de cada grado.

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p) \times N}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times p(1-p)}$$

$$N = 131$$

$$Z = 1.96 \text{ (95\% de Intervalo de Confianza)}$$

$$P = 0.5$$

$$Q = (P - 1) = 0.5$$

$$E = 0.05 \text{ (5\%)}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 131}{(0.05)^2 (131 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$N = 98$$

ANEXO 7

ASENTIMIENTO INFORMADO

RELACIÓN ENTRE EL USO TELEVISIVO Y LA AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE LA I.E VIRGENDEL CARMEN N°1174

JUNIO - 2017

Buenos días soy el bachiller: VARGAS DONAYRE DAVID ALFREDO alumno de la Escuela Profesional de Enfermería de la Universidad Privada San Juan Bautista; vengo realizando un estudio al que usted está siendo invitada(o) a participar.

La participación en el estudio es voluntaria, es decir, aun cuando tu papá o mamá hayan dicho que puedes participar, si tú no quieres hacerlo puedes decir que no. Es tu decisión si participas o no en el estudio. También es importante que sepas que, si en un momento dado ya no quieres continuar en el estudio, no habrá ningún problema, o si no quieres responder a alguna pregunta en particular, tampoco habrá problema.

Toda la información que nos proporcionen/ las mediciones que realicemos nos ayudarán de mucho en el estudio.

Esta información será confidencial. Esto quiere decir que no diremos a nadie tus respuestas (O RESULTADOS DE MEDICIONES), sólo lo sabrán las personas que forman parte del equipo de este estudio.

Si aceptas participar, te pido que por favor pongas una (✓) en el cuadrito de abajo que dice "Sí quiero participar" y escribe tu nombre.

Si no quieres participar, no pongas ninguna (✓), ni escribas tu nombre.

Sí quiero participar

Nombre: _____

Nombre y firma de la persona que obtiene el asentimiento:

Fecha: _____ de _____ del _____.

ANEXO 8
CONSENTIMIENTO INFORMADO

RELACIÓN ENTRE EL USO TELEVISIVO Y LA AUTOESTIMA DE LOS
ADOLESCENTES DE LA I.E VIRGENDEL CARMEN N°1174
JUNIO – 2017

Soy el bachiller VARGAS DONAYRE DAVID ALFREDO alumno de la Escuela Profesional de Enfermería de la Universidad Privada San Juan Bautista; quien está realizando un estudio al que usted está siendo invitada(o) a participar.

¿De qué se trata el proyecto?

Identificar **Relación entre el uso televisivo y la autoestima de los adolescentes de la I.E Virgen del Carmen n°1174.**

¿Quiénes participaran en el estudio?

Los adolescentes de 3°Grado de secundaria de la Institución Educativa Virgen Del Carmen N °1174.

¿Qué permitiera que su hijo participe en el estudio si acepto?

Si acepta participar en el estudio se le pedirá que firme una hoja dando su consentimiento informado autorizando la participación de su hijo.

¿Cuánto tiempo tomará su participación?

La encuesta a durar será aproximadamente 15 minutos por alumno.

¿Existe algún beneficio por su participación?

Con su participación colaborará a que se desarrolle el estudio y que los resultados sirvan a la institución para que tengan entendido sobre la influencia dela televisión en la autoestima de los adolescentes.

Confidencialidad:

La información que proporcione su hijo será absolutamente confidencial y anónima, solo será de uso del autor del estudio.

No existen riesgos de participar en esta investigación. Su participación apoyará a

Conocer **RELACIÓN ENTRE EL USO TELEVISIVO Y LA AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE LA I.E VIRGENDEL CARMEN N°1174.**

Es muy importante recordarle que si acepta que su hijo participe en este estudio que será totalmente anónimo y voluntario; nadie le obliga a ser parte de ella; no hay ningún inconveniente si decide no participar.

Firma de la madre o padre

DNI

TABLA 1

**DATOS GENERALES DE LOS ADOLESCENTES DE LA INTITUCION
EDUCATIVA VIRGEN DEL CARMEN N °1174**

MUESTREO ESTRATIFICADO

SECCIONES	nh	nh/N	nh/N * n
a	36	0.28	27
b	33	0.27	26
c	32	0.24	23
d	30	0.22	22
N	131	1	98

TABLA 2

**RELACIÓN ENTRE USO TELEVISIVO Y AUTOESTIMA DE LOS
ADOLESCENTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
N°1174 VIRGEN DEL CARMEN
JUNIO – 2017**

		AUTOESTIMA			Total
		BAJA	MEDIA	ALTA	
USO_TELEVISIVO	INADECUADO	3	12	23	38
	ADECUADO	6	13	23	42
Total		9	25	46	80

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,842 ^a	2	,656
Razón de verosimilitudes	,859	2	,651
Asociación lineal por lineal	,615	1	,433
N de casos válidos	80		

H⁰ = El uso de medios televisivo no tienen relación con la autoestima en adolescentes.

H¹ = El uso de medios televisivo tiene relación con la autoestima en adolescentes

Decisión:

Dado que el valor del **chi² es 0,842** y este es menor que el valor crítico para un nivel de significancia de 0,05 = 5, 99 para gl= 2 con intervalo de confianza del 95%, **no es posible rechazar la hipótesis nula.**

Conclusión:

Esto conduce a afirmar que el uso de medios televisivo no tiene relación con la autoestima en adolescentes.